รายงานความยั่งยืนประจำปี 2563/64

SUSTAINABILITY REPORT 2020/21

สารบัญ

คำนิยาม 3

สารจากประธานกรรมการ 5

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ 6

วีจีไอกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน 7

วีจีไออีโคซิสเต็ม 8

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร 12

รางวัลและความภาคภูมิใจในปีที่ผ่านมา 13

ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของวีจีไอ 14

นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน 18

ด้านเศรษฐกิจ 20

การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ 21

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน 28

การจัดการและบริหารความเสี่ยง 30

ความมั่นคงปลอดภัยของระบบข้อมูล และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล 33

ด้านสังคม 35

การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าและผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ 36

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี 43

อาชีวอนามัยและความปลอดภัย 48

การพัฒนาสังคมและชุมชน 52

ด้านสิ่งแวดล้อม 55

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม 56

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน 123

GRI CONTENT INDEX 129

คำนิยาม

บริษัทฯ / วีจีไอ	หมายถึง	บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)
กลุ่มวีจีไอ	หมายถึง	บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
กลุ่มแรบบิท	หมายถึง	บริษัท บีเอสเอส โฮลดิ้งส์ จำกัด และบริษัท บางกอก สมาร์ทการ์ด ซิสเทม จำกัด รวมถึงบริษัทย่อยของทั้งสองบริษัท
ตลาดหลักทรัพย์ฯ	หมายถึง	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
สำนักงาน ก.ล.ต.	หมายถึง	สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
กรุงเทพฯ	หมายถึง	กรุงเทพมหานคร
BTSG	หมายถึง	บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
BTSC	หมายถึง	บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
KEX	หมายถึง	บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สารจากประธานกรรมการ

(GRI 102-14)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด -19 ที่กำลังดำเนินอยู่อย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดความท้าทายด้านเศรษฐกิจและสุขภาพอย่างยิ่งใหญ่ไปทั่วโลก วีจีไอเริ่มเห็นผลกระทบในระยะยาวที่เกิดขึ้นต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และวิถีชีวิตผู้คน ช่วงเวลานี้นับได้ว่าความเสี่ยงขององค์กรกำลังถูกทดสอบ

ด้วยวิสัยทัศน์ในการเป็น “ผู้นำโซลูชั่นส์แห่งอนาคต” (Pioneering Solutions for Tomorrow) วีจีไอยังคงไม่หยุดนิ่งและคงความยืดหยุ่นตลอดช่วงเวลาแห่งวิกฤตนี้ เราให้ความสำคัญกับการพัฒนาการบูรณาการอย่างแข็งแกร่งของ “ระบบนิเวศวีจีไอ” ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และเน้นย้ำถึงโอกาสที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันจากการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ในปี พ.ศ. 2563-2564 วีจีไอได้สร้างจุดยืนชัดเจนผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย ซึ่งรวมถึงการให้กู้ยืมดิจิทัลและการเป็นหุ้นส่วนนายหน้าประกันภัย ในขณะเดียวกันนั้น เรายังมุ่งเน้นการก้าวไปข้างหน้าด้วยการแก้ปัญหาจากออนไลน์สู่ออฟไลน์ และสร้างพันธมิตรอย่างไร้รอยต่อ เพื่อการเติบโตสูงสุดและการพัฒนาผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

วีจีไอมุ่งมั่นและดำเนินกลยุทธ์ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) นอกจากนี้ เรายังดูแลการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกันผ่านห่วงโซ่อุปทานและการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ตลอดจนการดูแลพนักงานอย่างต่อเนื่อง ในปีที่แล้ว เรากำหนดกรอบการทำงานที่ชัดเจนในเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนโยบายสิทธิมนุษยชนซึ่งเกี่ยวเนื่องกับห่วงโซ่อุปทาน ลูกค้า และพนักงานของเรา

ภารกิจของวีจีไอไม่เพียงแต่สนับสนุนความยั่งยืนขององค์กรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมรอบตัว เราขอขอบคุณผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ทั้งพนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และชุมชน ที่ให้ความไว้วางใจและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี วีจีไอเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและการเติบโตในอนาคตของทุกภาคฝ่ายไปด้วยกัน

นายคีรี กาญจนพาสน์
ประธานกรรมการ

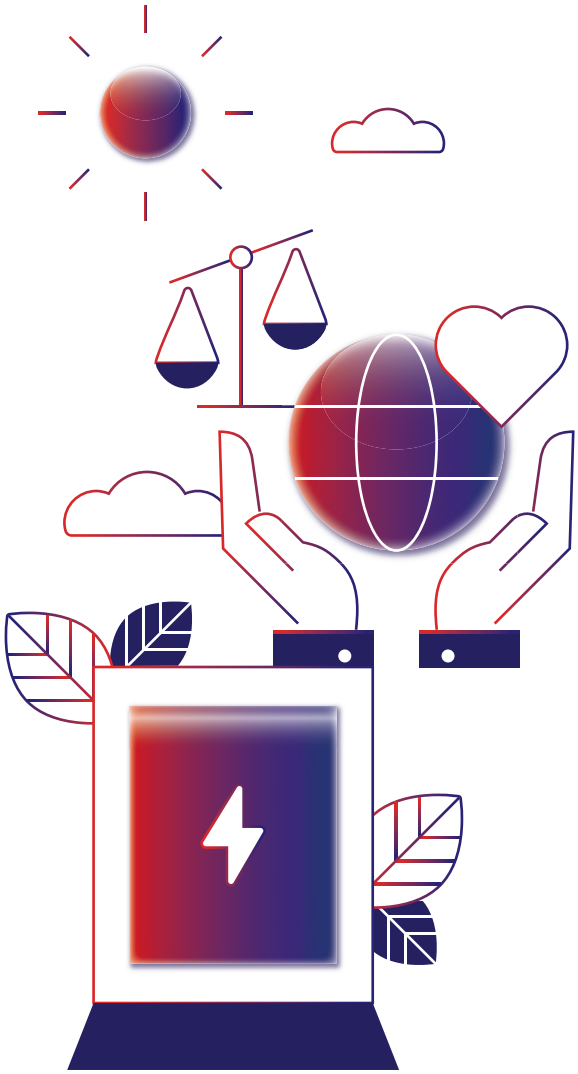
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

(GRI 102-1, 102-5, 102-46, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54)

วีจีไอได้จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีซึ่งรายงานความยั่งยืนประจำปี 2563/64 นี้ จัดทำขึ้นเป็นปีที่ 6 มีเนื้อหาครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการนำเสนอประเด็นที่สำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งการจัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ เป็นไปตามแนวทางและมาตรฐานของ GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) แบบทางเลือกหลัก (Core Option) เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานและการตอบสนองต่อประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของวีจีไอ ในช่วงระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2563 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2564

ปีนี้ วีจีไอได้เพิ่มเติมการเปิดเผยเป้าหมายด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ในระยะยาว (5 ปี) ระยะสั้น และผลการดำเนินงานเพื่อตอบสนองเป้าหมายดังกล่าว เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้เห็นพัฒนาการและการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ อย่างเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการรายงานที่สำคัญในด้านอื่น ๆ อีก

ทั้งนี้ ท่านสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะการประกอบธุรกิจ โครงสร้างการจัดการ การกำกับดูแลกิจการ การบริหารจัดการความเสี่ยง การควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และผลการดำเนินงานของวีจีไอ ได้ที่ http://investor.vgi.co.th/th/downloads/annual-reports



สามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับนี้ : http://www.vgi.co.th/th/sustainability/

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ : ฝ่ายเลขานุการบริษัท

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

21 อาคารทีเอสที ทาวเวอร์ ชั้น 9 ถนนวิภาวดี-รังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 ประเทศไทย

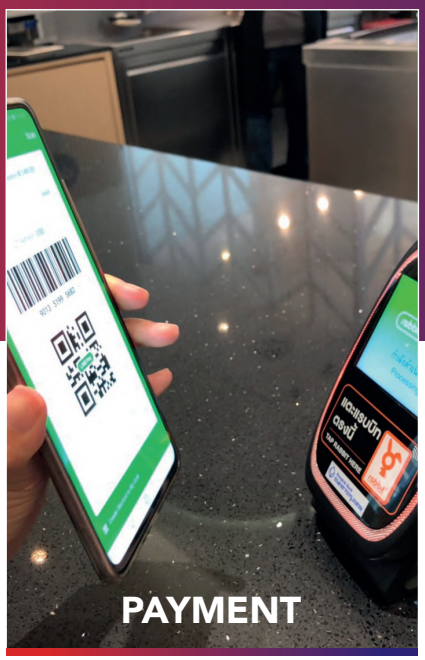
อีเมล: companysecretary@vgi.co.th

วีจีไอ
กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วีจีไออีโคซิสเต็ม

(GRI 102-2, 102-6)

ปัจจุบัน “วีจีไอ” คือ ผู้ให้บริการ Offline-to-Online โซลูชั่นส์ (O2O Solutions)
ที่มีอีโคซิสเต็ม (ecosystem) ที่สมบูรณ์แบบ บนแพลตฟอร์มธุรกิจสื่อโฆษณา (Advertising)
ธุรกิจบริการชำระเงิน (Payment) และธุรกิจโลจิสติกส์ (Logistics) โดยเรามีจุดมุ่งหมาย
ในการเป็นผู้นำด้านการออกแบบประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการ
ของนักโฆษณาและแบรนด์ด้วยโซลูชั่นส์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวผ่านอีโคซิสเต็มของเรา
ยิ่งไปกว่านั้นเรายังมีความมุ่งมั่นในการสร้างธุรกิจให้เติบโตควบคู่ไปพร้อมกับ
การสร้างความยั่งยืนให้แก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม



ธุรกิจสื่อโฆษณา

สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน
มีศักยภาพในการเข้าถึงและสื่อสารกับผู้ชมสื่อนับล้านที่ใช้บริการระบบขนส่งมวลชนในเมือง

สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน
สามารถกระจายโฆษณาและเข้าถึงกลุ่มพนักงานออฟฟิศ มีเครือข่ายอาคารสำนักงานที่ใหญ่ที่สุดภายใต้การจัดการรวมทั้งสิ้นกว่า 180 อาคารในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงจอภาพภายในลิฟต์จำนวนมากกว่า 1,400 จอ

สื่อโฆษณากลางแจ้ง
ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้ชมสื่อโฆษณาจำนวนมาก ช่วยสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสาธิตสินค้า
สร้างประสบการณ์ในการทดลองใช้สินค้าให้แก่ผู้บริโภคกว่า 40 ล้านรายต่อปี เพื่อเชื่อมโยงกับแคมเปญด้านการตลาดอื่น ๆ

สื่อโฆษณาในสนามบิน
ยกระดับการเดินทางแก่ผู้โดยสารในสนามบินทั่วประเทศไทย รวมทั้งสนามบินหลักอย่างสนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมือง ด้วยสื่อโฆษณาหลากหลายประเภทในรูปแบบที่แตกต่างกัน เปิดประสบการณ์ใหม่ตลอดการเดินทาง

ธุรกิจบริการชำระเงิน

แรบบิทการ์ด
บัตรชำระแทนเงินสดที่ตอบสนองให้ทุกการจับจ่ายง่าย สะดวก และปลอดภัย ซึ่งสามารถใช้ชำระค่าโดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอสและระบบขนส่งมวลชนอื่น ๆ รวมถึงสินค้าและบริการชั้นนำทั่วประเทศ โดยปัจจุบันมีแรบบิทการ์ดออกแล้วกว่า 14 ล้านใบ

Rabbit LINE Pay
ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นฟังก์ชันหนึ่งของ LINE Messaging แอปพลิเคชัน โดยผู้ใช้งาน ฟังก์ชัน Rabbit LINE Pay สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ได้มากกว่า 100,000 ร้านค้า

แรบบิท ไฟแนนซ์
เว็บไซต์เปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์ประกันและผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ ของบริษัทประกันและสถาบันการเงินมากมาย อีกทั้งได้สร้างนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ให้ผู้บริโภคเข้าถึงแหล่งเงินทุนผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ง่ายดายด้วยความร่วมมือทางธุรกิจในตลาด Digital Lending

ธุรกิจโลจิสติกส์

บริการจัดส่งพัสดุด่วนชั้นนำในประเทศไทย โดย Kerry Express (KEX)
สามารถจัดส่งพัสดุด่วนได้อย่างรวดเร็วสูงสุดกว่า 2 ล้านชิ้นต่อวัน จากการมีศูนย์กระจายสินค้ากว่า 1,230 จุด ร้านให้บริการรับส่งพัสดุ (Parcel Shop) จำนวน 800 แห่ง และจุดให้บริการมากกว่า 15,900 จุดทั่วประเทศ

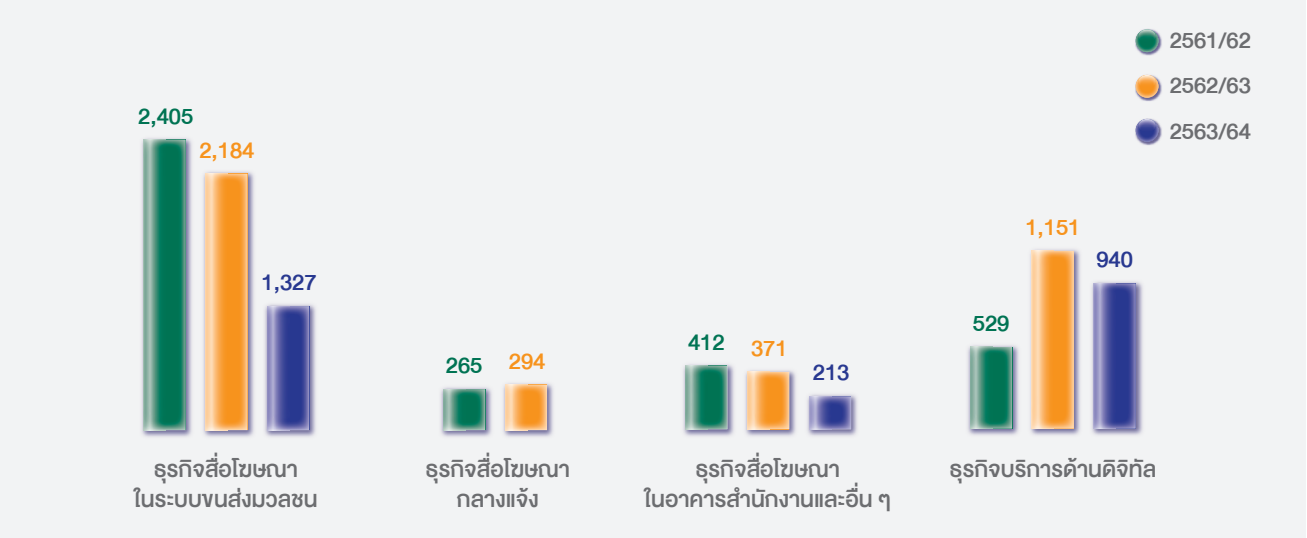
การเติบโตทางธุรกิจ (GRI 102-7, 102-48)

ผลการดำเนินงาน	ปี 2563/64	เปรียบเทียบข้อมูลย้อนหลัง	
		ปี 2562/63	ปี 2561/62 (ปรับปรุงใหม่)
รายได้จากการดำเนินธุรกิจ (ล้านบาท)	2,480 ล้านบาท	4,000 ล้านบาท	3,611 ล้านบาท
กำไรจากการดำเนินธุรกิจ (ล้านบาท)	980 ล้านบาท	1,424 ล้านบาท	1,101 ล้านบาท
การจ่ายเงินปันผล[1] (บาท/หุ้น)	0.061 บาท / หุ้น	0.061 บาท / หุ้น	0.094 บาท / หุ้น
จำนวนพนักงานกลุ่มวีจีไอ[2] (คน)	692 คน	693 คน	1,042 คน

หมายเหตุ

1) การจ่ายปันผลสำหรับงวดครึ่งปีหลังของปี 2563/64 ในอัตราหุ้นละ 0.061 บาท คิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 593.38 ล้านบาท ยังมีความไม่แน่นอน เนื่องจากต้องได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2564

2) ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564



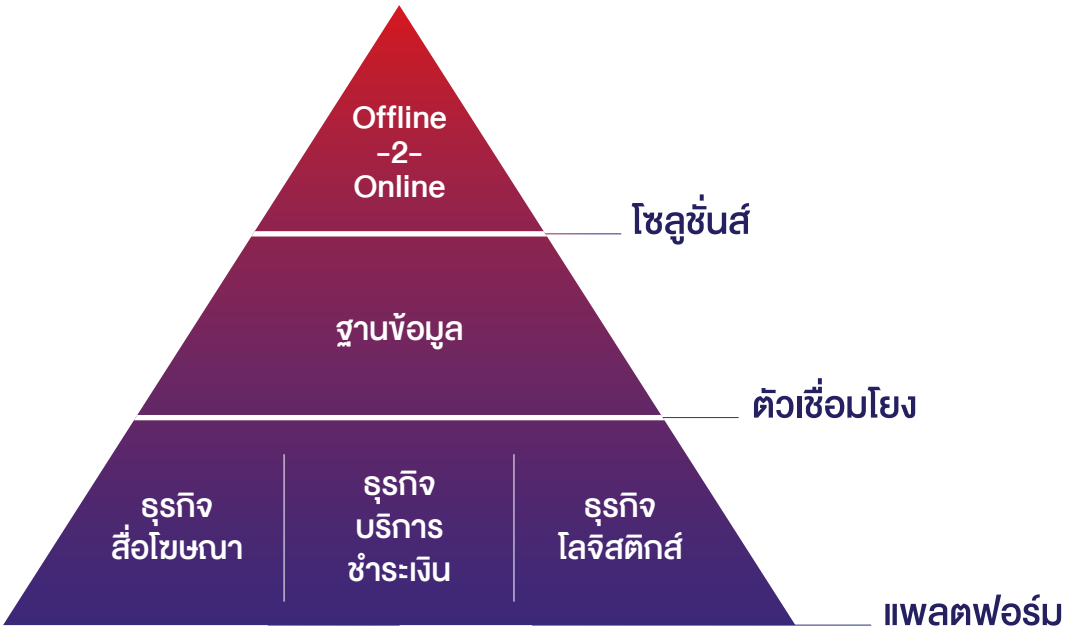
หน่วย: ล้านบาท

ประเภทธุรกิจ	ปี 2563/64	เปรียบเทียบข้อมูลย้อนหลัง	
		ปี 2562/63	ปี 2561/62 (ปรับปรุงใหม่)
ธุรกิจสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน	1,327	2,184	2,405
ธุรกิจสื่อโฆษณากลางแจ้ง	-	294	265
ธุรกิจสื่อโฆษณาในอาคารสำนักงานและอื่น ๆ	213	371	412
ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล	940	1,151	529

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร

(GRI 102-16)

วีจีไอมุ่งมั่นที่จะเป็น “ผู้นำโซลูชั่นส์แห่งอนาคต (Pioneering Solutions for Tomorrow)” และเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ดังกล่าว เราจึงได้กำหนดทิศทางกลยุทธ์องค์กรให้สัมพันธ์และสอดคล้องกับปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจ



Values

คุณค่าขององค์กร: เราเชื่อมั่นในการสร้างคุณค่าแบบยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น คู่ค้า และสังคม ซึ่งถือเป็นหลักการพื้นฐานที่เรายึดถือในการดำเนินงานมาโดยตลอด

Growth

การเติบโตทางธุรกิจ: เรามีจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้นำธุรกิจในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูงสุด และพร้อมเป็นพันธมิตรกับผู้นำธุรกิจจากทั่วโลกที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจหลักที่เรามีอยู่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือหลักสำคัญที่ทำให้เราเติบโตอย่างแตกต่างตลอดมา

Innovation

การสร้างนวัตกรรม: เราให้ความสำคัญกับดิจิทัล เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และโซลูชันที่เข้ากับทุกเจเนเรชัน ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้อย่างดีที่สุด

พันธกิจ

รางวัลและความภาคภูมิใจในปีที่ผ่านมา

ในปี 2563/64 วีจีไอได้ตอกย้ำให้เห็นถึงความสำเร็จในการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจจากการเป็นบริษัทสื่อโฆษณานอกบ้านสู่การเป็นผู้นำด้านการให้บริการ Offline-to-Online (O2O) โซลูชั่นส์อย่างต่อเนื่อง ด้วยรางวัลและความสำเร็จที่ได้รับจากองค์กรทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ โดยความสำเร็จในครั้งนี้จะเป็นแรงขับเคลื่อนให้บริษัทฯ ได้ก้าวไปสู่การเป็นที่รู้จักในระดับโลก และช่วยสร้างความมั่นใจของกลุ่มลูกค้า นักลงทุน และพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทฯ ได้ดียิ่งขึ้น

รางวัล

- **Thailand's Top Corporate Brands Award** เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน โดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ("SET")
- **The Most Innovative O2O Solutions for Payment and Logistics Platforms** โดย International Finance Award (IFA)
- **ASEAN's Transformation Champions in 2020** โดย Innosight

- **Best Investor Relations จากงาน SET Awards 2020** ที่จัดขึ้นโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และวารสารการเงินการธนาคาร
- **Superbrands Award** ในหมวด Banking/Finance and Credit Card ปี 2563 มอบให้กับบัตรแรบบิท จาก Superbrands ประเทศไทย

ความสำเร็จ

MSCI

- **Superbrands Award** ในหมวด Banking/Finance and Credit Card ปี 2563 มอบให้กับบัตรแรบบิท จาก Superbrands ประเทศไทย

ESG100 2020
Environmental • Social • Governance

- **ได้รับการจัดอันดับให้เป็นหนึ่งใน 100 อันดับหลักทรัพย์ที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลในปี 2563** โดย ESG Rating Unit ของสถาบันไทยพัฒน์

SET

- **เข้าเป็นสมาชิกของดัชนี SET50** โดยรักษาการเป็นบริษัทในกลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์เพียงบริษัทเดียว ตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 ถึงเดือนมิถุนายน 2564

IOD
Thai Institute of Directors

- **ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในระดับดีเลิศในปี 2563** โดยสมาคมส่งเสริมกรรมการบริษัทไทย (IDO)

ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของวีจีไอ

(GRI 102-46, 102-47)

กระบวนการในการกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของวีจีไอจัดทำขึ้นตามมาตรฐานของ GRI (GRI Sustainability Reporting Standards หรือ GRI Standards) โดยพิจารณาจากประเด็นที่มีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นที่มีความสำคัญต่อผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของวีจีไอ ซึ่งวีจีไอมีขั้นตอนในการคัดเลือกเนื้อหาและกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนสรุปได้ดังนี้

ขั้นที่ 1

การระบุประเด็นที่มีนัยสำคัญ (Identification)

วีจีไอรวบรวมประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ ผ่านการทบทวนประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนประจำปี 2562/63 และการสำรวจข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงการเทียบเคียงกับประเด็นด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เช่น เกณฑ์ดัชนีความยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์ฯ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability Development Goals หรือ SDGs) ของสหประชาชาติ พร้อมทั้งพิจารณาควบคู่ไปกับลักษณะการประกอบธุรกิจ ความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจขององค์กร และแนวโน้มของธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ขั้นที่ 2

การจัดลำดับความสำคัญของประเด็น (Prioritization)

วีจีไอนำประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนที่ได้รับการระบุจากขั้นตอนที่ 1 มาประเมินและจัดลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจาก 2 ด้าน กล่าวคือ ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านการสำรวจข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร และความสำคัญต่อผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ของวีจีไอ โดยให้น้ำหนักความสำคัญของแต่ละประเด็นในบริบทของความยั่งยืน โดยพิจารณาประกอบกับกลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นหลัก

ขั้นที่ 3

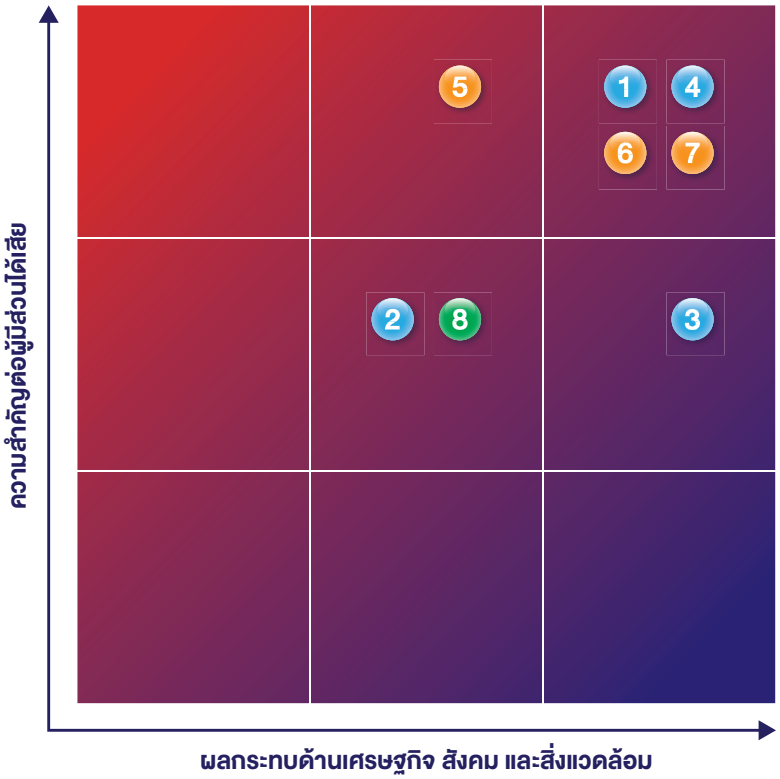
การตรวจสอบความถูกต้อง

คณะกรรมการบรรษัทภิบาล (Corporate Governance Committee) โดยการเสนอแนะของคณะกรรมการบริหาร ได้พิจารณากำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนขององค์กร รวมทั้งให้ความเห็นและตรวจสอบการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญ ขอบเขต และเนื้อหาของการรายงาน เพื่อให้มั่นใจได้ว่ารายงานที่จัดทำขึ้นนี้มีเนื้อหาครบถ้วนและครอบคลุมสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับวีจีไอ

ขั้นที่ 4

การทบทวนประเด็น

วีจีไอมีกระบวนการทบทวนผลการดำเนินงานต่อประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี และยังได้จัดให้มีช่องทางเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียไว้ในตอนท้ายของรายงานฉบับนี้ ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหาที่เปิดเผยในรายงานนี้นั้นมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการสื่อสาร ตลอดจนตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งภายในและภายนอก



ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ	ขอบเขตของผลกระทบ	
	ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร
ด้านเศรษฐกิจ		
1. การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	●	●
2. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	●	●
3. การจัดการและบริหารความเสี่ยง	●	●
4. ความมั่นคงปลอดภัยของระบบข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	●	●
ด้านสังคม		
5. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าและผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์	●	●
6. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	●	
7. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	●	
ด้านสิ่งแวดล้อม		
8. การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ	●	●

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (GRI 102-21, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44)

วีจีไอคำนึงถึงบทบาทและให้ความสำคัญกับสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยจะดูแลให้ได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม เสมอภาค และเป็นธรรม เพราะเราเชื่อว่าความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีความสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว ดังนั้น วีจีไอจึงจัดให้มีกระบวนการและช่องทางในการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ เพื่อรับทราบถึงความคาดหวัง ตลอดจนนำข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับมาปรับใช้ให้เข้ากับกระบวนการดำเนินธุรกิจขององค์กรต่อไป

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2563 คณะกรรมการบริษัทของวีจีไอได้ประกาศนโยบายการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย และเปิดเผยลงบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อแสดงจุดยืนและความมุ่งมั่นในการดูแล สร้างความสัมพันธ์และตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ และให้เกิดความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยวีจีไอมีความตั้งใจให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับทราบข้อมูลอย่างถูกต้องและครบถ้วนผ่านช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่มีผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มสามารถเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างประเด็นความคาดหวัง	ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง
ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน	• การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี • การรายงานผลประกอบการรายไตรมาส และรายปี โดยเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของวีจีไอ และตลาดหลักทรัพย์ฯ • การรายงานข่าวผ่านทางสื่อมวลชน และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ • ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของบริษัทฯ ได้แก่ เว็บไซต์ Facebook อีเมล โทรศัพท์ เป็นต้น	• ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมทั้งมีการกำกับกิจการที่ดีและมีประสิทธิภาพ • ดำเนินกิจการที่มีผลประกอบการที่เติบโต มั่นคง และยั่งยืน • เปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ • คำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม • การบริหารจัดการบริษัทฯ และปกป้องสิทธิของผู้ถือหุ้นในช่วงวิกฤตการณ์ระบาดของไวรัสโควิด-19	• ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใสเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดี • ประเมินความเสี่ยงด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน ขององค์กรและได้รับการต่ออายุแนวร่วมภาคเอกชนต่อต้านคอร์รัปชัน (Collective Action Coalition of the Private Sector Against Corruption: CAC)
พนักงาน	• สารจาก CEO ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในขององค์กร • ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กร เช่น VGI LINE Official Account, Intranet และพื้นที่ประชาสัมพันธ์ในสำนักงาน • การสำรวจความพึงพอใจประจำปี • กล่องรับความคิดเห็น	• ปฏิบัติอย่างเสมอภาค เคารพสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน • ฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่องทั้งภายในและภายนอกองค์กร • ให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ • ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม • มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกสุขลักษณะ และเหมาะสมตามหลักอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	• มีผลความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับร้อยละ 86 • ประกาศใช้นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนที่ครอบคลุมความคุ้มครองแรงงาน • จัดตั้งคณะกรรมการ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อดูแลพนักงาน • จัดการฝึกอบรมผ่านทางระบบออนไลน์ • ใช้นโยบาย Work From Home ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร และวิธีการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างประเด็นความคาดหวัง	ผลการดำเนินงานสำคัญ เพื่อตอบสนองความคาดหวัง
ลูกค้า	• การสำรวจความพึงพอใจประจำปี • การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์ร่วมกัน เป็นต้น • การรับเรื่องร้องเรียน ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน	• นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงตามความคาดหวังของลูกค้าในราคาที่เป็นธรรมและเหมาะสม • ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจของลูกค้า • พัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง • การปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า	• ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเท่ากับร้อยละ 91.3 • พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง จนได้รับการยอมรับจากภายนอก เช่น คว้ารางวัล The Most Innovative O2O Solutions for Payment and Logistics Platforms ในฐานะบริษัทชั้นนำที่มีนวัตกรรมล้ำสมัยที่สุดสำหรับแพลตฟอร์มดังกล่าว
คู่ค้า	• กระบวนการคัดเลือกและการประเมินผลการปฏิบัติงานของคู่ค้า • การประชุมร่วมกับคู่ค้า	• การปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎหมายและกฎระเบียบข้อบังคับที่กำหนด • เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ และครบถ้วน • เข้าร่วมโครงการ หรือความร่วมมือใหม่ ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ	• คู่ค้าลงนามรับทราบจริยธรรมคู่ค้าที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม • คู่ค้าได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยก่อนปฏิบัติงาน
หน่วยงานของรัฐ	• การรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องการระยะเวลาที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด • การสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐอย่างเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง • การมีส่วนร่วมในกิจกรรม สัมมนา และโครงการของหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง	• การปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎหมายและกฎระเบียบข้อบังคับที่กำหนด • เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ และครบถ้วน • เข้าร่วมโครงการ หรือความร่วมมือใหม่ ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ	• ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และข้อบังคับที่กำหนดอย่างเคร่งครัด • เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานตามระยะเวลา และมากกว่าที่ข้อกำหนดเพื่อความโปร่งใส • เข้าร่วมปรับรูปแบบการเปิดเผยข้อมูลประจำปี เป็นแบบรายงานเดียว (แบบ 56-1 One Report) ก่อนจะมีผลบังคับใช้จาก ก.ล.ต.
ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	• กิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม • การบริหารจัดการองค์กร โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม • การใช้พื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	• พัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม • อยู่ร่วมกันกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน • จำกัดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ • มีส่วนร่วมการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	• กำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมการลดขยะ การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน และการสร้างแพลตฟอร์มที่สร้างสรรค์ เพื่อเป็นกระบอกเสียงให้แก่สังคมวงกว้าง • นำวัตถุดิบที่เหลือใช้จากการดำเนินธุรกิจ มารีไซเคิลให้เกิดประโยชน์ เช่น โครงการ VGIxPomelo

นโยบายการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วีจีไอมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าขององค์กร (Value) เสริมสร้างความเติบโตของธุรกิจ (Growth) และสร้างนวัตกรรมการ (Innovation) ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่จะนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดในการสร้างความยั่งยืนขององค์กรเพื่อผลประโยชน์ในระยะยาวของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) โดยวีจีไอให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี ก่อให้เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจ และมีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2563 และเปิดเผยบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อแสดงเจตนารมณ์ที่หนักแน่น และให้เป็นกรอบในการดำเนินงานขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม สนับสนุนให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ ยึดถือปฏิบัติตามนโยบาย เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกันในองค์กรต่อไป

คณะกรรมการบรรษัทภิบาลของวีจีไอจะพิจารณาเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กรเป็นประจำ โดยวิเคราะห์ประกอบกับผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของปีที่ผ่านมา ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความยั่งยืน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยสามารถสรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญในประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

	ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2563/2564 – 2567/2568)	เป้าหมายปี 2563/64	ผลการดำเนินงานปี 2563/64	SDGs
มิติเศรษฐกิจ	การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	• พนักงานทุกคนของบริษัทฯ รวมถึงพนักงานของบริษัทย่อยหลัก เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ • ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล • ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”	• พนักงานทุกคนของบริษัทฯ เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 100 • ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล • ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”	• พนักงานของบริษัทฯ เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 98 • ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล • ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” ประจำปี 2563 จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ซึ่งจัดโดยสมาคมส่งเสริม สถาบันกรรมการบริษัทไทย	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS 17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS
	การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	คู่ค้าร้อยละ 100 ลงนามรับทราบจริยธรรมคู่ค้าที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	คู่ค้า Critical Tier 1 ร้อยละ 100 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	คู่ค้า Critical Tier 1 ร้อยละ 100 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS
	การจัดการและบริหารความเสี่ยง	มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO–ERM 2017	จัดฝึกอบรมด้านการบริหารความเสี่ยงให้พนักงานทั้งองค์กร เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กร	จัดฝึกอบรมด้านการบริหารความเสี่ยงให้พนักงานทั้งองค์กร เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กร	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
	ความมั่นคงปลอดภัยของระบบข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	ไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ	• พนักงานทุกคนได้รับการอบรมเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล • ไม่มีข้อมูลของลูกค้ารั่วไหล	• พนักงานทุกคนได้รับการอบรมเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล • ไม่มีข้อมูลของลูกค้ารั่วไหล	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

	ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2563/2564 – 2567/2568)	เป้าหมายปี 2563/64	ผลการดำเนินงานปี 2563/64	SDGs
มิติสังคม	การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าและผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์	• อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับร้อยละ 95 • ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโฆษณาและการให้บริการของพนักงาน	อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับร้อยละ 90	อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับร้อยละ 91.3	
	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ 90	อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ 75	อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับร้อยละ 86	
	อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	• พนักงานของบริษัทฯ และคู่ค้าในอัตราร้อยละ 100 ได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานความปลอดภัย • ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน (Zero Accident)	จัดทำนโยบาย มาตราการ และการฝึกฝนด้านความปลอดภัยแก่พนักงานบริษัทฯ	• จัดทำนโยบาย มาตรการ และการฝึกฝนด้านความปลอดภัยแก่พนักงานบริษัทฯ • ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน (Zero Accident)	

เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563 – 2566 (แบ่งออกเป็น 3 เป้าหมาย)

	ประเด็นด้านความยั่งยืน	ลดการสร้างขยะ	การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน	แพลตฟอร์มสร้างสรรค์	SDGs
มิติสิ่งแวดล้อม	การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	• เปลี่ยนการนำขยะที่จะถูกฝังกลบหรือเผาทำลายด้วยการนำกลับมาใช้ประโยชน์ในอัตราร้อยละ 30 ของปริมาณขยะทั้งหมด • สร้างคุณค่าให้ขยะโดยการเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีเป้าหมายในการลดปริมาณการสร้างขยะ อย่างน้อยร้อยละ 10	รักษาระดับการใช้น้ำและพลังงานไฟฟ้าไม่ให้เพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2562	ใช้แพลตฟอร์มโฆษณาขององค์กรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายในการสร้างความตระหนักรู้แก่ประชาชนไม่น้อยกว่า 1 ล้านคนต่อปี	

นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ด้านเศรษฐกิจ

การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ

(GRI 102-13, 102-17, 102-18, 103-1, 103-2, 103-3, 205-2, 205-3, 415-1)

เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2563/2564 – 2567/2568)

- พนักงานทุกคนของบริษัทฯ รวมถึงพนักงานของบริษัทย่อยหลัก เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ
- ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล
- ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”

เป้าหมายปี 2563/2564

- พนักงานทุกคนของบริษัทฯ เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจในอัตราร้อยละ 100
- ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล
- ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”

ผลการดำเนินงานปี 2563/2564

- พนักงานทุกคนของบริษัทฯ เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ ในอัตราร้อยละ 98
- ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล
- ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” ประจำปี 2563 จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทฯ จดทะเบียนไทยซึ่งจัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

แนวทางบริหารจัดการ

คู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

วีจีไอยึดมั่นในแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดี มีการควบคุมภายใน และการดำเนินงานอย่างสุจริต โปร่งใส และต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ ด้วยตระหนักว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจการเติบโตอย่างยั่งยืน คณะกรรมการบริษัทจึงได้จัดทำคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ครอบคลุมด้านต่าง ๆ ได้แก่ สิทธิผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทซึ่งหลักเกณฑ์ดังกล่าวเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์ฯ และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทฯ จดทะเบียน ปี 2560 ของสำนักงาน ก.ล.ต. สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย และมาตรฐานสากล โดยคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องจัดให้มีการทบทวนหลักเกณฑ์ดังกล่าว รวมไปถึงมาตรการต่อต้านคอร์รัปชัน และนโยบายต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการดำเนินธุรกิจ และตอบสนองเป้าหมายร่วมกันของสังคมโดยรวมมากที่สุด

นอกจากนี้ วีจีไอยังให้ความสำคัญกับนโยบายของบริษัทฯ ที่ใช้เป็นแนวทางและกรอบการดำเนินงานให้แก่พนักงาน และผู้เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนขององค์กร โดยในปีที่ผ่านมา วีจีไอได้ประกาศใช้นโยบายด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อแสดงเจตนารมณ์และความมุ่งมั่นที่จะขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

นโยบายที่สำคัญด้านความยั่งยืนซึ่งประกาศใช้ในปี 2563/64

นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ครอบคลุมกรอบการดำเนินงานเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านภาษีอากร

แสดงเจตนารมณ์ และยึดมั่นที่จะปฏิบัติหน้าที่ด้านภาษีอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และเป็นไปตามกฎหมาย

นโยบายด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

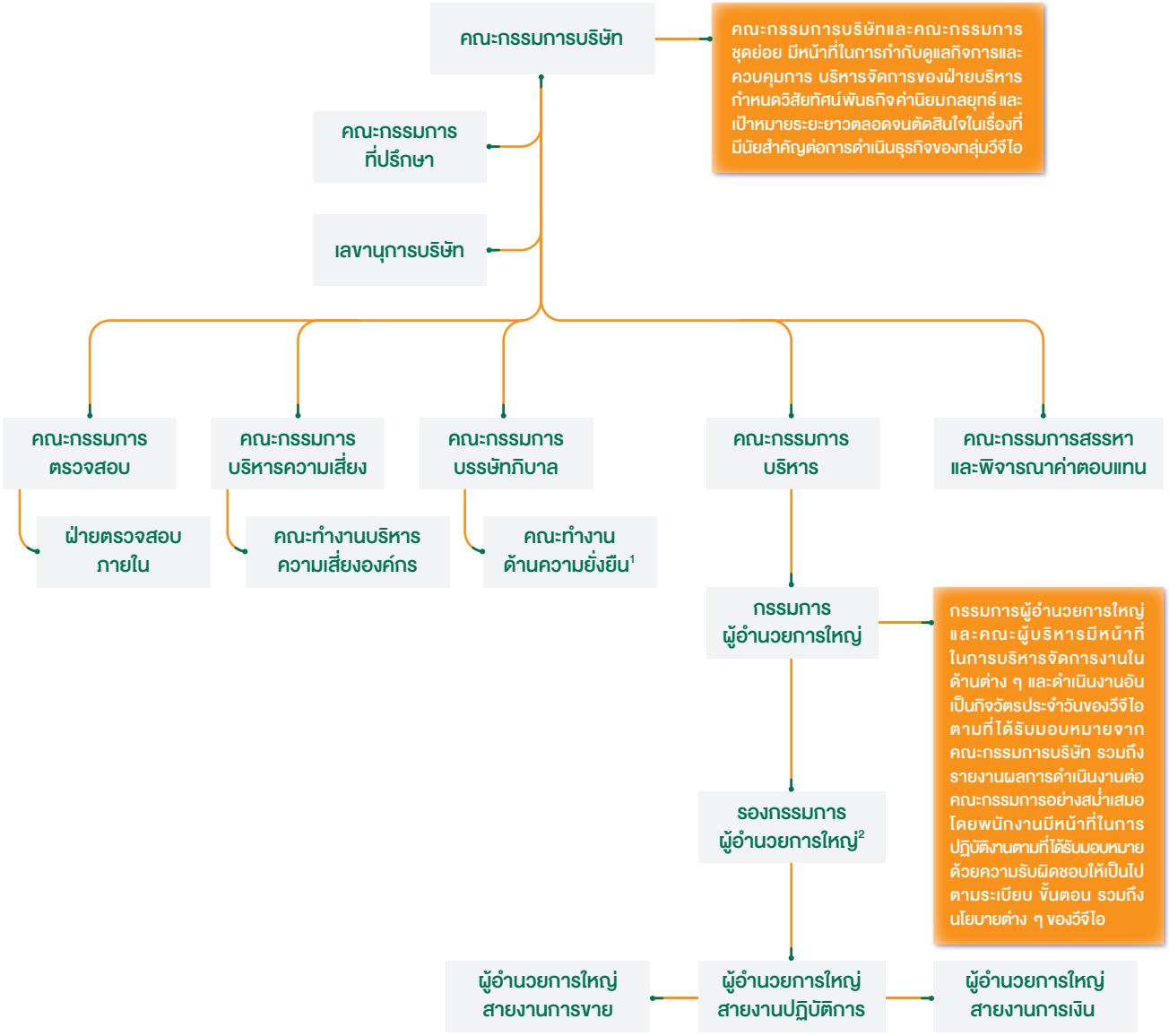
ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม การสื่อสาร การเข้าใจประเด็นต่าง ๆ รวมถึงตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยคุ้มครองสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

วีจีไอมีระบบการบริหารจัดการที่ดี ผ่านโครงสร้างการจัดการของวีจีไอซึ่งมีการแบ่งแยกอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายออกจากกันอย่างชัดเจน เพื่อรักษาความสมดุล ตลอดจนมีกลไกการควบคุมและการถ่วงดุลอำนาจ ระหว่างบทบาทในการกำกับดูแล การบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน



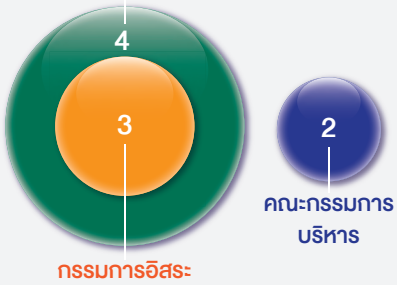
หมายเหตุ:
[1]เริ่มปฏิบัติงานในวันที่ 1 เมษายน 2564
[2]บริษัทฯ อยู่ในระหว่างการสรรหาบุคคลที่เหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งรองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการระบุไว้ในรายงานประจำปี 2563/64 (56-1 One Report) ของวีจีไอ ภายใต้หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”

ความหลากหลายของคณะกรรมการบริษัท

องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการที่ไม่เป็นฝ่ายบริหาร



อายุ

สัดส่วนกรรมการ หญิง:ชาย

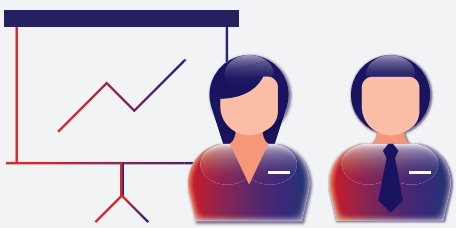
2 : 7

การสื่อสารด้านจริยธรรมทางธุรกิจ

วีจีไอตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส และมีจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และนำไปสู่การสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นในการสร้างความเข้าใจ สื่อสาร และเผยแพร่หลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยพนักงานเข้าใหม่ และพนักงานปัจจุบันของวีจีไอ ต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคู่มือการกำกับดูแลกิจการ (ซึ่งรวมถึงมาตรการและแนวปฏิบัติต่อต้านการคอร์รัปชัน) พร้อมทำแบบทดสอบหลังการเรียนรู้ทุกคน

ในปี 2563/64 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้จัดให้มีการเรียนการสอนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) และทำแบบทดสอบผ่านเครือข่ายออนไลน์เต็มรูปแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการความปลอดภัย และการป้องกันการระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งพนักงานของบริษัทฯ สามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้และทำแบบทดสอบได้อย่างเต็มที่ แม้อยู่ระหว่างการ Work From Home

การอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ



พนักงานเข้าอบรม
98%

ผ่านการทดสอบ
98%

คะแนนเฉลี่ย
9.2/10

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

วีจีไอมีความมุ่งมั่นในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และการติดสินบนทุกรูปแบบ อีกทั้งสนับสนุนคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ รวมทั้งบริษัทย่อยและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในการไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการทุจริตคอร์รัปชันไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม โดยวีจีไอทบทวนมาตรการต่อต้านคอร์รัปชัน รวมถึงมาตรการอื่นที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกปี เพื่อให้แน่ใจว่ามาตรการเหล่านั้นมีความเหมาะสมและเพียงพอสำหรับการป้องกัน การตรวจสอบ และการตอบสนองต่อความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันที่อาจจะเกิดขึ้นในองค์กร

วีจีไอดำเนินการตามแนวทางการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด โดยมีนโยบายการงดรับของขวัญ (No Gift Policy) และมีระบบการรายงานภายใน เรื่องการรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด ซึ่งได้สื่อสารให้แก่พนักงานและผู้เกี่ยวข้องทราบ ผ่านช่องทางภายในต่าง ๆ ของบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานประจำวัน

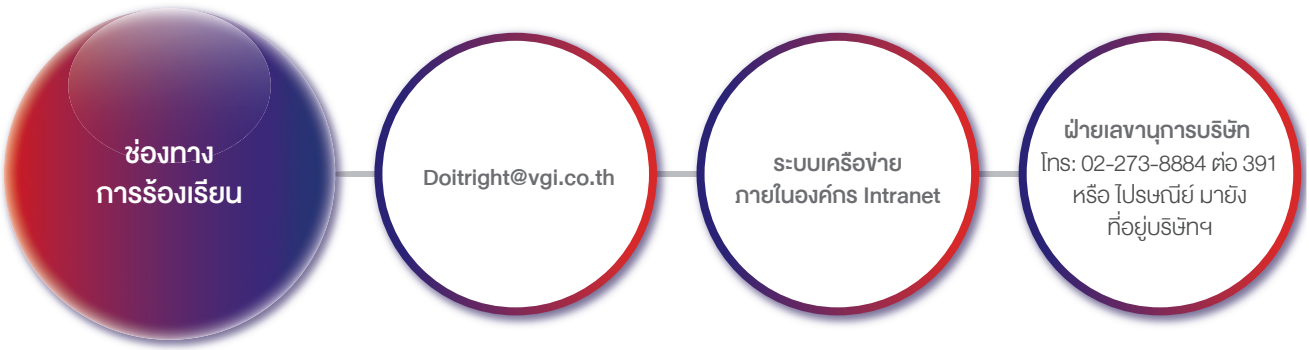
ทั้งนี้ เพื่อแสดงความมุ่งมั่นว่าวีจีไอจะไม่ยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันไม่ว่าในกรณีใด ๆ บริษัทฯ ได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมภาคเอกชนต่อต้านคอร์รัปชัน (Collective Action Coalition of the Private Sector Against Corruption: CAC) ซึ่งเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2563 บริษัทฯ ทำการประเมินความเสี่ยงด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน และได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิกแนวร่วม CAC เป็นที่เรียบร้อย โดยจะครบอายุสมาชิกในวันที่ 29 มิถุนายน 2566

ภาพโปสเตอร์รณรงค์การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันภายในองค์กร ตามนโยบายการงดรับของขวัญ (No Gift Policy)

การแจ้งเรื่องร้องเรียน (WHISTLE BLOWER)

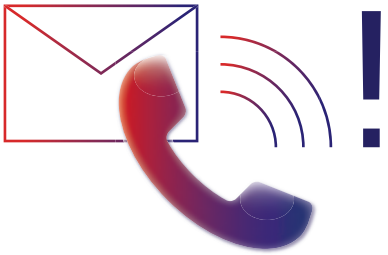
วีจีไอส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง โปร่งใส ยุติธรรม และสามารถตรวจสอบได้ จึงมีช่องทางการรับแจ้งเบาะแสการกระทำที่ไม่ถูกต้อง การกระทำที่ผิดขั้นตอนตามระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ การกระทำที่ผิดกฎหมาย ผิดศีลธรรม จรรยาบรรณทางธุรกิจ หรือการกระทำใด ๆ ที่สงสัยว่าเป็นการทุจริตคอร์รัปชันที่เกี่ยวกับกลุ่มวีจีไอ โดยผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สามารถแจ้งเหตุหรือเบาะแสผ่าน 3 ช่องทางต่าง ๆ ทั้งจากภายใน และภายนอกองค์กร ตามรายละเอียดด้านล่าง

ทั้งนี้ วีจีไอมีมาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียน และผู้ให้ข้อมูล โดยบริษัทฯ จะปกปิดชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใด ๆ ที่สามารถระบุตัวผู้ร้องเรียน หรือผู้ให้ข้อมูลได้ และจะเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ



การจัดการเรื่องที่ได้รับการร้องเรียน

มีผู้แจ้งเบาะแส หรือร้องเรียนตามช่องทางต่าง ๆ	พิจารณาในเบื้องต้นว่าเรื่องร้องเรียนอยู่เป็นกรณีการฝ่าฝืนมาตราการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันหรือไม่	ประสานงานไปยังฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการสอบสวน	รายงานจำนวนการแจ้งเบาะแสการทุจริต สรุปเหตุการณ์ และสถานะการดำเนินงานแก่คณะกรรมการตรวจสอบ
ฝ่ายกฎหมายจัดทำสรุปเรื่องร้องเรียนการทุจริตและคอร์รัปชันที่ได้รับ	(ก) กรณีเป็นเรื่องที่ไม่เข้าข่ายการกระทำการฝ่าฝืนมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน จะส่งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ข) กรณีเป็นเรื่องทุจริตคอร์รัปชัน (i) ไม่มีมูล จะแจ้งผลต่อผู้ร้องเรียน (ii) มีมูลเพียงพอ ฝ่ายกฎหมายจะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป *หากเป็นกรณีทุจริตคอร์รัปชันที่มีความรุนแรง และต้องได้รับการแก้ไขอย่างทันท่วงทีจะรายงานเหตุดังกล่าวเบื้องต้นต่อคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ โดยจะสำเนาให้ฝ่ายตรวจสอบภายใน	ภายหลังตั้งคณะกรรมการสอบสวนแล้ว ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จะเป็นผู้ทำหน้าที่ในการสอบสวนข้อเท็จจริงต่อไป	รายงานทุก 6 เดือน



สำหรับปี 2563/64 นั้น วีจีไอไม่ได้รับการแจ้งเหตุ เบาะแส หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันแต่อย่างใด

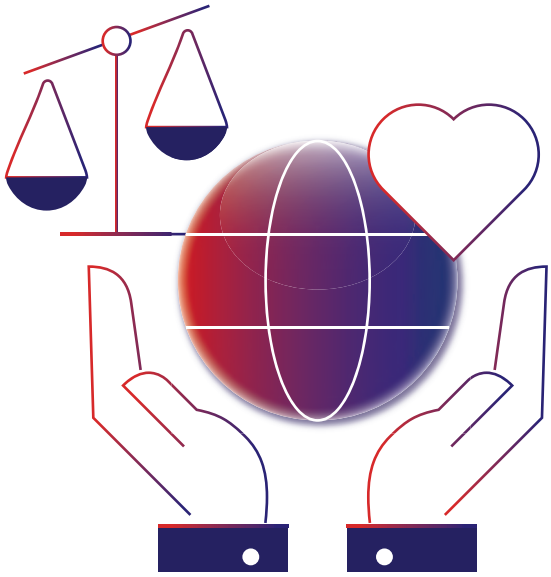
จำนวนข้อร้องเรียน	
2562/63	2563/64
0	0

วีจีไอและนโยบายสาธารณะ

วีจีไอได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในองค์กรที่ต่าง ๆ เพื่อดำเนินงาน สนับสนุน แล้วให้ความช่วยเหลืออย่างเป็นองค์รวมในด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเสริมการแบ่งปันในทางบวกในกับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ต่อไป ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีแนวทางในการให้ความช่วยเหลือทางการเมืองแก่พรรคการเมือง นักการเมือง หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องทางการเมือง ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม

ประเภท	องค์กร	หัวข้อ	วัตถุประสงค์ของความสัมพันธ์		จำนวนเงินสนับสนุน (บาท)			
					2560/61	2561/62	2562/63	2563/64
การล็อบบี้การรับสิ่งตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	0	0	0	0
การเมือง แคมเปญ / องค์กร / ผู้สมัครระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค หรือระดับชาติ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	0	0	0	0
สมาคมทางการค้า	สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	รับนโยบายมาพัฒนาภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาความเป็นมืออาชีพของกรรมการบริษัทฯ	106,130	136,760	305,766	123,720
สมาคมทางการค้า	สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิก	รับนโยบายมาปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และแนวปฏิบัติที่ออกโดยหน่วยงานกำกับดูแลและหน่วยงานราชการ	7,490	14,980	16,050	26,750

ประเภท	องค์กร	หัวข้อ	วัตถุประสงค์ของความสัมพันธ์		จำนวนเงินสนับสนุน (บาท)			
					2560/61	2561/62	2562/63	2563/64
สมาคมทางการค้า	สมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย	ธรรมาภิบาล	สนับสนุนกิจกรรม	สนับสนุนกิจกรรมขององค์กรในการให้ความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์หลักทรัพย์แก่ผู้ลงทุนทั่วไป	10,000	20,000	-	-
สมาคมทางการค้า	สมาคมผู้ผลิตป้ายและโฆษณา (ASPA)	การปฏิบัติสำหรับสื่อ	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	ร่วมรับนโยบาย ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้อต่อการประกอบธุรกิจมาปฏิบัติภายในองค์กร ตลอดจนร่วมพัฒนาระบบการทำงานและแบ่งปันความรู้เพื่อส่งเสริมธุรกิจสื่อโฆษณา	6,000	830,000	10,000	300,000
สมาคมทางการค้า	สมาคมมีเดียเอเยนซี่และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT)	การปฏิบัติสำหรับสื่อ	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	ร่วมรับนโยบาย ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้อต่อการประกอบธุรกิจมาปฏิบัติภายในองค์กร ตลอดจนร่วมพัฒนาระบบการทำงานและแบ่งปันความรู้เพื่อส่งเสริมธุรกิจสื่อโฆษณา	242,408.5	231,708.5	107,000	-
การมีส่วนร่วมทั้งหมดและการใช้จ่ายต่าง ๆ					372,028.50	1,233,448.50	438,816.00	450,470.00



การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

(GRI 102-9, 103-1, 103-2, 103-3, 205-1, 308-1, 414-1, 414-2)

เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2563/2564 – 2567/2568)

- คู่ค้าร้อยละ 100 ลงนามรับทราบจริยธรรมคู่ค้าที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายปี 2563/2564

- คู่ค้า Critical Tier 1 ร้อยละ 100 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ผลการดำเนินงานปี 2563/2564

- คู่ค้า Critical Tier 1 ร้อยละ 100 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

แนวทางบริหารจัดการ

วีจีไอยึดมั่นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม โดยเคารพหลักจริยธรรมทางธุรกิจ สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสียทุกระดับ และคำนึงถึงผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) จากการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ได้ผนวกหลักการการบริหารจัดการความเสี่ยงในประเด็นด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการกลั่นกรองและคัดเลือก การติดตาม และประเมินผลคู่ค้าของบริษัทฯ

วีจีไอได้กำหนดนโยบายการปฏิบัติต่อคู่ค้าไว้ในคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อให้เป็นแนวทางปฏิบัติแก่บุคลากรทุกภาคส่วน รวมถึงได้จัดทำจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง (Supplier Code of Conduct) ที่มีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นด้าน ESG เพื่อให้คู่ค้าได้นำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจกับบริษัทฯ

นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2564 คณะกรรมการบริษัทฯ ได้ประกาศใช้นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ ซึ่งได้วางกรอบนโยบายการสนับสนุนให้คู่ค้าธุรกิจทุกรายปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน โดยผสานหลักการด้านสิทธิมนุษยชนไว้ในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดซื้อจัดจ้าง อีกทั้งระบุแนวทางการตรวจสอบคู่ค้าทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอเพื่อประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้น และกำหนดมาตรการในการบรรเทาความเสียหายเมื่อมีการละเมิดสิทธิมนุษยชนในระบบการจัดซื้อจัดจ้างอีกด้วย

การประกันความเสี่ยงในกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การคัดกรอง		การติดตาม/ประเมิน	Critical Tier1	ESG High Risk
คู่ค้าทุกรายของ บริษัทต้องลงนาม ยอมรับจรรยาบรรณ สำหรับคู่ค้าด้านการ จัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง (Supplier Code of Conduct) และให้ข้อมูลเกี่ยวกับ กิจกรรมทางธุรกิจที่อาจเกิดความเสี่ยงด้าน ESG	หากคู่ค้ามีกิจกรรมทางธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินงานตามหลัก ESG จะต้องทำแบบประเมินตนเองที่สอบถามถึงข้อมูลการดำเนินงานด้านคุณภาพสินค้าและบริการด้านการกำกับดูแลกิจการด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม เพื่อแยกประเภทความเสี่ยงและทำแผนควบคุม	คู่ค้าทุกรายที่มีการดำเนินธุรกิจกับ บริษัทฯ อย่างต่อเนื่องมาระยะหนึ่งจะได้รับการประเมินผลการดำเนินงาน โดยแบ่งเป็น (1) การประเมินเพื่อประกันคุณภาพของสินค้าและบริการ (2) การประเมินด้านความยั่งยืน หรือ ESG	วีจีไอจัดให้คู่ค้าที่มียอดการใช้จ่ายสูงต่อปี อยู่ในกลุ่ม Critical Tier 1 Supplier ซึ่งถือเป็นคู่ค้าสำคัญของบริษัทฯ ที่อาจสร้างผลกระทบได้มาก จึงต้องมีกระบวนการควบคุมความเสี่ยงที่เหมาะสม	สำหรับคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG ถูกจัดอยู่ในกลุ่ม ESG High Risk โดยบริษัทฯ จะเข้าตรวจประเมินการดำเนินงาน (on-site audit) และมีการประเมินผ่านหลักการ 3 ประการ คือ ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ และความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจ

* คู่ค้าที่ผ่านการคัดกรองแล้วจะมีรายชื่ออยู่ใน Approved Supplier List ของบริษัทฯ

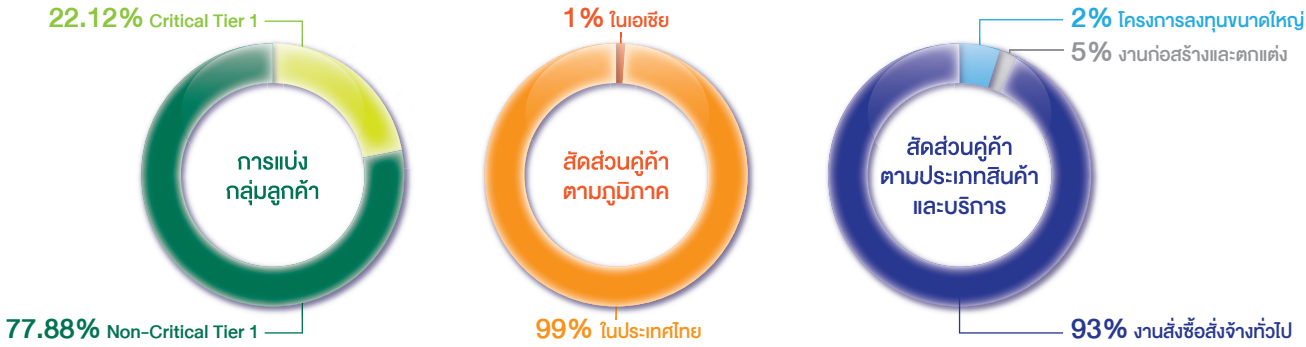
จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

ผลการดำเนินงานในปี 2563/64

ในปี 2563/64 วีจีไอมีคู่ค้าทั้งหมด 104 ราย ซึ่งคิดเป็นการจัดซื้อจัดจ้างรวม 268 ล้านบาท ซึ่งเป็นคู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรองของบริษัทฯ เรียบร้อยแล้ว จากคู่ค้าทั้งหมด มีคู่ค้าสำคัญโดยตรง (Critical Tier 1) จำนวน 23 ราย หรือร้อยละ 22.12 ของคู่ค้าทั้งหมด มีการจัดซื้อจัดจ้างรวม 237 ล้านบาท หรือร้อยละ 88.74 ของมูลค่าจัดซื้อจัดจ้างรวม นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ มีคู่ค้าสำคัญทางอ้อม (Critical non-tier 1) จำนวน 4 ราย

ทั้งนี้คู่ค้า Critical Tier 1 ทุกรายของบริษัทฯ ได้รับทราบและลงนามยอมรับหลักปฏิบัติจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ในหนังสือตอบรับมาแล้วทุกราย หรือคิดเป็นร้อยละ 100 โดยจรรยาบรรณฉบับนี้ วางแนวปฏิบัติในด้านการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณภาพเป็นไปตามกฎหมาย แนวปฏิบัติในด้านความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานประกอบกับการตอบสนองในสภาวะฉุกเฉิน แนวปฏิบัติเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงาน รวมไปถึงการดำเนินงานอย่างการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน



ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์คู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG สูง พบในจำนวนคู่ค้าสำคัญโดยตรง (Critical Tier 1) ทั้งหมด 23 ราย วีจีไอมีคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG สูงจำนวน 9 ราย ซึ่งวีจีไอได้ดำเนินการตรวจประเมินการดำเนินงาน (on-site audit) เรียบร้อยแล้ว มีขั้นตอนการประเมินเริ่มจากชี้แจงทำความเข้าใจจุดประสงค์ ไปจนถึงการประชุมสรุปผลการประเมินแก่คู่ค้า โดยผลของการประเมินจะแบ่งได้เป็น 4 ลำดับตามความสามารถในการดำเนินงานตามหลัก ESG ดังนี้

ดีเยี่ยม (4.00-3.26)	คู่ค้ามีแนวทางปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนดีเยี่ยม ไม่จำเป็นต้องติดตามตรวจสอบความเสี่ยงด้าน ESG
ดี (3.25-2.51)	คู่ค้ามีแนวทางปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนระดับดี มีส่วนที่สามารถพัฒนาได้ แต่ไม่จำเป็นติดตามตรวจสอบความเสี่ยงด้าน ESG
พอใช้ (2.50-1.00)	คู่ค้ามีแนวทางปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนระดับพอใช้ คู่ค้าต้องนำเสนอแผนพร้อมกำหนดการในการพัฒนาการดำเนินงานด้าน ESG และต้องมีการดำเนินการตามกำหนดการดังกล่าว
ต่ำกว่าเกณฑ์ (น้อยกว่า 1)	คู่ค้ามีแนวทางปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนระดับต่ำกว่าเกณฑ์ คู่ค้าต้องนำเสนอแผนพร้อมกำหนดการในการพัฒนาการดำเนินงานด้าน ESG ก่อนจะมีการเสนอราคาใด ๆ กับวีจีไอ

เกณฑ์การตรวจประเมินการดำเนินงาน (on-site audit) ครอบคลุมประเด็นสำคัญต่อความยั่งยืนทางธุรกิจหลายด้าน เช่น การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ การกำกับดูแลภายในและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน การคุ้มครองและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน การกำกับดูแลและควบคุมภายในที่พอเพียง

โดยในปี 2563/64 ที่ผ่านมาผลการตรวจประเมินการดำเนินงาน (on-site audit) พบว่า วีจีไอไม่มีคู่ค้าที่มีผลประเมินอยู่ในระดับพอใช้ หรือต่ำกว่าเกณฑ์ และไม่มีคู่ค้าที่มีกิจกรรมทางธุรกิจที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนแต่อย่างใด

การสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนของคู่ค้า

วีจีไอเชื่ออย่างยิ่งว่าการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนนั้น เป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีในอนาคต วีจีไอจึงมุ่งเน้นความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกันเป็นองค์รวม โดยบริษัทฯ มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านความปลอดภัยให้กับคู่ค้าใหม่ที่เกี่ยวข้องกับงานโครงการ และงานติดตั้งสื่อโฆษณา หรือคู่ค้าที่อาจมีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยดังกล่าวเป็นประจำ

การจัดการและบริหารความเสี่ยง

(GRI 102-15, 102-18, 102-30, 103-1, 103-2, 103-3)

เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2563/2564 – 2567/2568)

- มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO – ERM 2017

เป้าหมายปี 2563/2564

- จัดฝึกอบรมด้านการบริหารความเสี่ยงให้พนักงานทั้งองค์กร เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กร

ผลการดำเนินงานปี 2563/2564

- จัดฝึกอบรมด้านการบริหารความเสี่ยงให้พนักงานทั้งองค์กร เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กร

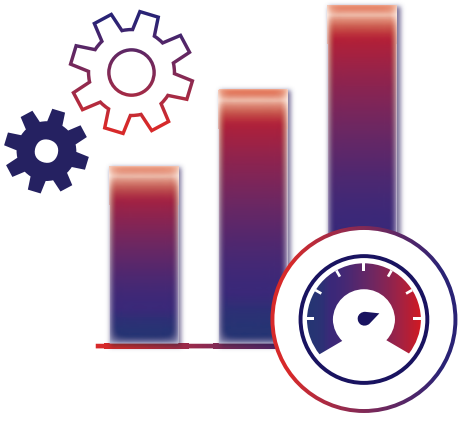
แนวทางบริหารจัดการ

วีจีไอให้ความสำคัญกับการจัดการและบริหารความเสี่ยงในองค์กรอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการบริหารความเสี่ยงเป็นกลไกที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายตามแผนธุรกิจ กลยุทธ์ และวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ ภายใต้สถานการณ์การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลาดที่มีการแข่งขันสูง และวิกฤติการณ์ที่ไม่คาดคิดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต การบริหารจัดความเสี่ยงเป็นตัวช่วย ลดอุปสรรคและความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นทั้งในด้านผลกำไร และการปฏิบัติงาน อีกทั้งส่งเสริมการพัฒนาองค์กรอย่างมั่นคง และยั่งยืนในระยะยาวเพื่อตอบสนองและประกันคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

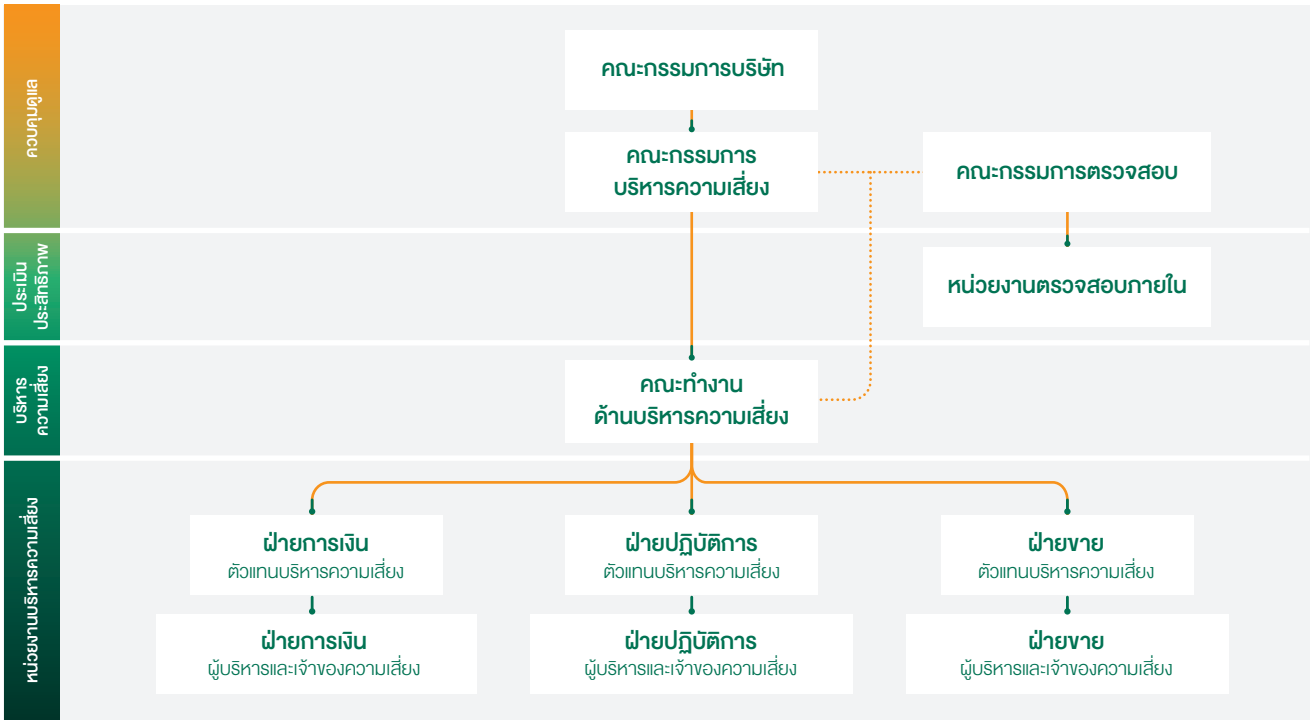
วีจีไอดำเนินการตามแนวทางของนโยบายบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ประกอบกับแนวทางของ Committee of Sponsoring Organisation of the Tradeway Commission หรือ COSO พร้อมทั้งจัดทำกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยผู้บริหารระดับสูงทุกรายให้ความสำคัญอย่างใกล้ชิดกับกระบวนการดังกล่าว ซึ่งคณะกรรมการบริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อสนับสนุนการควบคุมดูแลความเสี่ยง และมีบทบาทในการประเมิน วิเคราะห์และบริหารจัดการความเสี่ยงให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยงซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากทุกสายงานภายใน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง วางแผน กลยุทธ์ และดำเนินงานควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ขององค์กร (Risk appetite) รวมไปถึงการร่วมสร้างและเผยแพร่วัฒนธรรมด้านการบริหารความเสี่ยงในองค์กรอย่างทั่วถึง

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ยังมีบทบาทหน้าที่ในการสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล และประสานงานกับคณะกรรมการตรวจสอบ เกี่ยวกับความเสี่ยงและการควบคุมภายในเป็นประจำทุกปี ซึ่งคณะกรรมการตรวจสอบและหน่วยงานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ เป็นหน่วยงานที่แยกต่างหากออกจากหน่วยงานด้านการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้การประเมินและตรวจสอบการควบคุมภายในมีความอิสระ โปร่งใส และเกิดประสิทธิผลมากที่สุด

นโยบายบริหารความเสี่ยงองค์กร



โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงองค์กร



กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ

คณะกรรมการและคณะทำงานบริหารความเสี่ยงของวีจีไอ มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการตามกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพัฒนาขั้นตอนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและครอบคลุมกับสถานการณ์ภายนอกและภายในองค์กรอยู่เสมอ

วีจีไอวิเคราะห์และแบ่งความเสี่ยงออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risks) (2) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risks) (3) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risks) และ (4) ความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล (Compliance Risks) โดยความเสี่ยงต่าง ๆ จะถูกประเมินผ่านดัชนีชี้วัดในมิติผลกระทบทางการเงิน และผลกระทบที่ไม่อาจประเมินตัวเงินได้ ซึ่งผลกระทบดังกล่าวนั้นครอบคลุมถึงผลกระทบในด้านการกำกับดูแลกิจการ ด้านความปลอดภัยของผู้เกี่ยวข้องในองค์กร ด้านทรัพยากรบุคคล และด้านสิ่งแวดล้อมด้วย

ผลการดำเนินงานในปี 2563/64

การระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบแก่สภาพเศรษฐกิจ และสังคม ของประเทศไทยและของโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ วิกฤตการณ์ดังกล่าวสร้างความท้าทายให้แก่การบริหารจัดการความเสี่ยงในองค์กรธุรกิจอย่างกว้างขวาง วีจีไอในฐานะผู้ประกอบการในธุรกิจโฆษณา การเงิน และโลจิสติกส์ (VGI Ecosystem) ได้รับผลกระทบอย่างชัดเจนจากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แปรผันตามวิถีความธรรมดาใหม่ (New Normal) โดยบริษัทฯ เข้าใจดีว่าการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพในภาวะวิกฤตนั้นสามารถเป็นกลไกในการลดผลกระทบทางการเงิน ให้แก่บริษัทฯ ได้ วีจีไอมีแนวทางในการดำเนินการเพื่อบริหารความเสี่ยงที่สำคัญคือ

- ดำเนินการตามกรอบการบริหารความเสี่ยงอย่างเคร่งครัด รวมทั้งจัดทำการควบคุม (Control) และทบทวนปรับแผนบริหารความเสี่ยง (Mitigation Plan) ที่รัดกุมและสามารถจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านธุรกิจสื่อโฆษณาแปรผันตามภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ และความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค
- จัดอบรมหลักสูตร Enterprise Risk Management Workshop โดยสถาบันผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก ให้แก่บุคลากรจำนวนทั้งหมด 24 ท่าน ประกอบด้วยกรรมการ ผู้บริหาร และตัวแทนพนักงานจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง (Risk Culture) และสร้างพื้นฐานบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร ให้เป็นส่วนหนึ่งกับการดำเนินงานประจำวันของบริษัทฯ
- จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan – BCP) เพื่อให้วีจีไอมีความพร้อมในการรับมือกับสภาวะวิกฤตหรือเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต โดยแผนการบริหารครอบคลุมถึงแผนการรับมือฉุกเฉินกรณีเกิดเหตุโรคระบาดด้วย

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริหารจัดการความเสี่ยง โปรดพิจารณาหัวข้อ “การบริหารความเสี่ยง” ในรายงานประจำปี 2563/64 (56-1 One Report) ของวีจีไอ

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (EMERGING RISKS)

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	ความเชื่อมโยงกับวีจีไอ	แนวทางบริหารจัดการ
ความเสี่ยงด้านการรวมศูนย์ของกลุ่มพลังด้านดิจิทัล	วีจีไอมีแนวทางการดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นสื่อและบริการในด้านดิจิทัลมากขึ้น ดังนั้นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่นี้จึงอาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อการขยายธุรกิจและส่วนแบ่งตลาดของบริษัทฯ ในอนาคต	วีจีไอมุ่งเน้นการสร้างความหลากหลายทางธุรกิจและให้ความสำคัญกับสร้างเสริมนวัตกรรมในองค์กรเพื่อให้สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่าง เพิ่มขีดความสามารถของบริษัทฯ อย่างรวดเร็ว
ความเสี่ยงด้านโรคระบาด	จากเหตุวิกฤตการณ์ระบาดของไวรัสโควิด -19 แสดงให้เห็นว่า ความเสี่ยงด้านโรคระบาดที่อาจเกิดขึ้นใหม่ สามารถส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมในวงกว้าง ซึ่งรวมถึงผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และความต่อเนื่องในดำเนินธุรกิจของทุกองค์กร เป็นผลกระทบทางตรงต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ	วีจีไอมุ่งเน้นการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดคิดอยู่เสมอ โดยดำเนินงานตามแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan – BCP) เพื่อส่งเสริมความต่อเนื่องทางธุรกิจจากเหตุการณ์ที่ไม่อาจควบคุมได้ในอนาคต
ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศที่รุนแรง	การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศถือเป็นปัญหาระดับโลกที่เกี่ยวข้องกับทุกองค์กร และปัจเจกชนในสังคม โดยหากไม่ร่วมมือกันแก้ไขและบริหารจัดการ จะสามารถสร้างผลกระทบที่รุนแรงในอนาคตได้	วีจีไอกำหนดให้การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านภูมิอากาศเป็นส่วนหนึ่งในเป้าหมายการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ โดยจะมุ่งเน้นการดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม บริหารจัดการการใช้พลังงานในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และดำเนินกระบวนการทางธุรกิจโดยคำนึงถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้มากที่สุด

ความมั่นคงปลอดภัยของระบบข้อมูล และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 418-1)

เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2563/2564 – 2567/2568)

- ไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ

เป้าหมายปี 2563/2564

- พนักงานทุกคนได้รับการอบรมเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ไม่มีข้อมูลของลูกค้ารั่วไหล

ผลการดำเนินงานปี 2563/2564

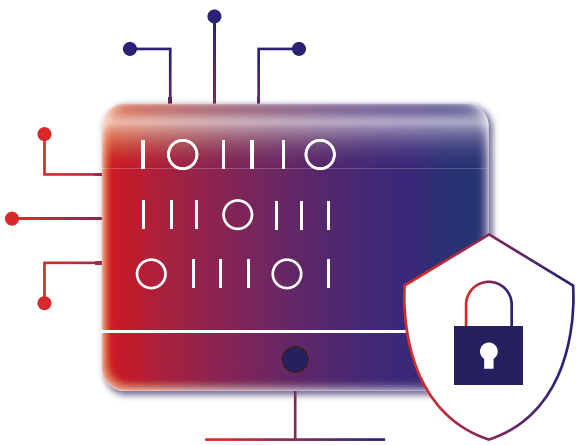
- พนักงานทุกคนได้รับการอบรมเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ไม่มีข้อมูลของลูกค้ารั่วไหล

แนวทางบริหารจัดการ

เนื่องจากปัจจุบันการติดต่อสื่อสาร และการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านทางเครือข่ายออนไลน์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภค ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูล (Big Data) จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจโฆษณา ธุรกิจทางการเงิน และธุรกิจบริการอื่น ๆ กลุ่มวีจีไอตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจ และความเสี่ยงในการรักษาความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจำนวนมากนี้ โดยกลุ่มวีจีไอยึดถือนโยบายและแนวปฏิบัติในการจัดการกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม และจะไม่นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนหรือบุคคลอื่นใดโดยมิชอบ เว้นแต่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งเจ้าของข้อมูลได้ให้ความยินยอมให้นำไปใช้หรือเปิดเผยได้ และ/หรือ สามารถอาศัยฐานอื่นตามกฎหมายเพื่อการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว

วีจีไอได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO หรือ International Organization for Standardization สำหรับมาตรฐาน ISO27001:2013 ซึ่งเป็นมาตรฐานการจัดการความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ (Information Security Management System-ISMS) ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยวีจีไอดำเนินการตามมาตรฐานดังกล่าวอย่างเคร่งครัด อีกทั้งได้จัดทำระเบียบปฏิบัติงานภายในของหน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้มีระบบการดำเนินงานที่ถูกต้อง ชัดเจน และสามารถใช้ยึดถือปฏิบัติอย่างสะดวก

คณะกรรมการบริษัทยังกำหนดให้นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในคู่มือการกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางและกรอบการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่บุคคลากรของบริษัทฯ และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายต่อไป



แนวทางในการจัดการข้อมูลสารสนเทศของบริษัทฯ

1. ปฏิบัติตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ร.บ. การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ กฎหมายเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลอื่น ๆ และกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องทั้งภายนอก และภายใน
2. บุคคลากรของบริษัทฯ ต้องจัดการข้อมูลด้วยความระมัดระวัง รอบคอบทำเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และไม่แสวงหาประโยชน์ส่วนตน
3. ควบคุมการเข้าถึงข้อมูล และผู้ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลในศูนย์ข้อมูลของบริษัทฯ
4. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่พนักงาน ในด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการปกป้องข้อมูลสารสนเทศ
5. มีมาตรการรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน และแผนการต่อเนื่องทางธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อระบบการจัดเก็บข้อมูลของบริษัทฯ

ผลการดำเนินงานในปี 2563/64

วีจีไอให้ความสำคัญและเตรียมพร้อมสำหรับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่จะมีผลใช้บังคับต่อไป โดยบริษัทฯ ได้ว่าจ้างที่ปรึกษากฎหมายชั้นนำมาดำเนินการตรวจสอบสถานะ (Due Diligence) วิเคราะห์สิ่งที่วีจีไอยังต้องดำเนินการ (Gap Analysis) และวางรากฐานในแก่กลุ่มวีจีไอตั้งแต่ปี 2562/63 จนถึงปัจจุบัน เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการพัฒนาระบบ กระบวนการ และแผนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดภายในระบบนิเวศข้อมูลของกลุ่มวีจีไอสอดคล้องกับกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ในปีที่ผ่านมา วีจีไอได้ประกาศใช้นโยบายความเป็นส่วนตัวสำหรับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ถือหุ้น กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ และได้มีการดำเนินการด้านต่าง ๆ เพื่อปิดช่องว่างในการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามคำแนะนำของที่ปรึกษากฎหมาย รวมถึงได้เรียนเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมาจัดอบรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่พนักงานของบริษัทฯ ในการร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่กำลังจะมีผลใช้บังคับอย่างเต็มรูปแบบในวันที่ 1 มิถุนายน 2564

นอกจากนี้ ในส่วนของการป้องกันข้อมูลสารสนเทศ วีจีไอได้แต่งตั้งคณะกรรมการ และคณะทำงานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศตามมาตรฐาน ISO 27001:2013 เพื่อบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดเกณฑ์การวัดประสิทธิผลของระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISMS Effectiveness Measurement) กำหนดและประเมินความเสี่ยง รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงานของระบบจัดการความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ

ด้านสังคม

การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 102-43, 102-44)

เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2563/2564 – 2567/2568)

- อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับร้อยละ 95
- ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโฆษณา และการให้บริการของพนักงาน

เป้าหมายปี 2563/2564

- อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับร้อยละ 90

ผลการดำเนินงานปี 2563/2564

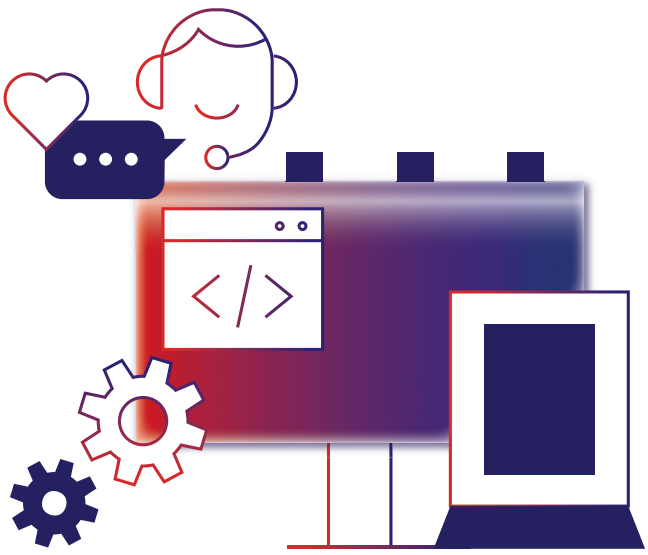
- อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับร้อยละ 91.3

แนวทางบริหารจัดการ

วีจีไอให้ความสำคัญในระดับสูงกับลูกค้าขององค์กร และมุ่งเน้นการรับฟังและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง เพราะบริษัทฯ ทราบดีว่าการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพนั้น เป็นส่วนผสมหลักของการบริหารจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว วีจีไอและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ จึงมีนโยบายการจัดกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น การประชุมสัมมนา พบปะ และการจัดกิจกรรมร่วมกัน หรือวิธีการอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์โดยรอบ

วีจีไอยังมีแนวทางในการส่งมอบ ตรวจสอบ และพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ทันสมัย และตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีระบบการตรวจสอบคุณภาพงานก่อนส่งงานให้แก่ลูกค้า การติดตามแก้ไขงานในกรณีมีเหตุบกพร่อง ชำรุด หรือเสียหายภายในเวลาอันรวดเร็ว และช่องทางติดต่อสอบถามหรือร้องเรียนทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการขาย เพื่อให้บริษัทฯ สามารถรับฟังข้อคิดเห็น และสื่อสารกับลูกค้าได้ทั้งสองทาง (Two-way communication)

นอกเหนือจากนี้วีจีไอยังมุ่งเน้นการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสู่ตลาด เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าและบริการด้านการตลาดแบบดิจิทัล และการเชื่อมโยงแพลตฟอร์มออฟไลน์และออนไลน์เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสื่อโฆษณานอกบ้านของวีจีไอ และบรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้นำโซลูชั่นส์แห่งอนาคต



กลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

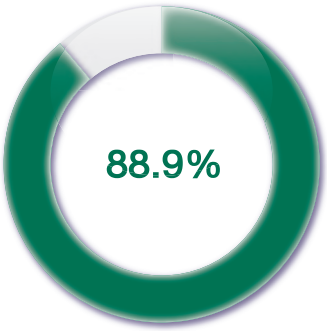
วีจีไอมีแนวทางมุ่งเน้นความต่อเนื่องในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยบริษัทฯ มีการติดต่อ พบปะ และจัดกิจกรรมร่วมกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ทั้งกิจกรรมด้านการพัฒนาเพื่อสังคม และกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์อื่น ๆ

อย่างไรก็ตามในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด -19 ที่มีมาอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนวิธีการสานสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยเป้าประสงค์ให้คงมาตรฐานและสามารถพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไม่ขาดช่วงภายใต้ขั้นตอนที่ปลอดภัยและเหมาะสม โดยเน้นการจัดโปรโมชัน แคมเปญ และกิจกรรมที่สามารถเข้าร่วมได้ทางออนไลน์ให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้วีจีไอยังให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความสัมพันธ์ในลักษณะพันธมิตร คือ มุ่งเน้นการนำเสนอแพ็กเกจที่สามารถส่งเสริมยอดขายของลูกค้าได้อย่างแท้จริง ผ่านทางการร่วมวางแผนธุรกิจเพื่อตอบโจทย์เป้าหมายและกลยุทธ์ทางธุรกิจของลูกค้าได้

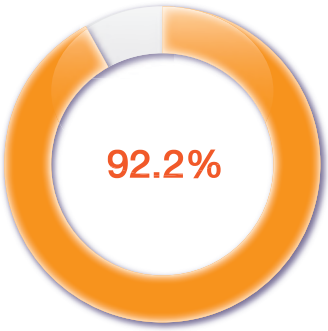
ทั้งนี้ ในปี 2563/64 ที่ผ่านมา วีจีไอได้จัดกิจกรรมที่สำคัญร่วมกับลูกค้าของบริษัทฯ เช่น การจับมือกับพันธมิตรกับธุรกิจอีคอมเมิร์ซชั้นนำมอบสิทธิพิเศษแก่ผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส ในการรับบัตรโดยสารเดินทางเที่ยวเดียวฟรี ในวันที่ 4 เมษายน 2564 เพื่อเป็นของขวัญก่อนเข้าสู่วันปีใหม่ไทย ที่ประชาชน หรือผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส จะเดินทางและจับจ่ายซื้อสินค้า เพื่อนำกลับไปมอบเป็นของขวัญให้กับครอบครัว ซึ่งเป็นการร่วมฉลองและประชาสัมพันธ์แคมเปญที่ทางบริษัทฯ อีคอมเมิร์ซจัดขึ้นบนแพลตฟอร์มของตนเองอีกด้วย

ผลการดำเนินงานในปี 2563/64

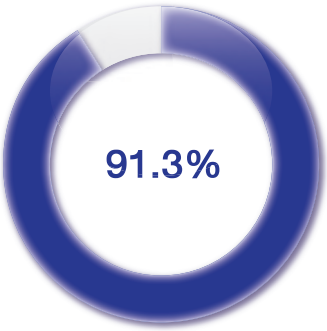
วีจีไอใส่ใจในการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นสำคัญในการดำเนินงาน โดยได้จัดทำการประเมินความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของวีจีไอเป็นประจำทุกปี ซึ่งผลคะแนนจะนำมาคำนวณเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า โดยในปี 2563/64 บริษัทฯ ได้นำส่งแบบประเมินดังกล่าวให้แก่ลูกค้าและได้รับการตอบรับจำนวน 17 ราย มีผลคะแนนดังนี้



ปี 2561/62



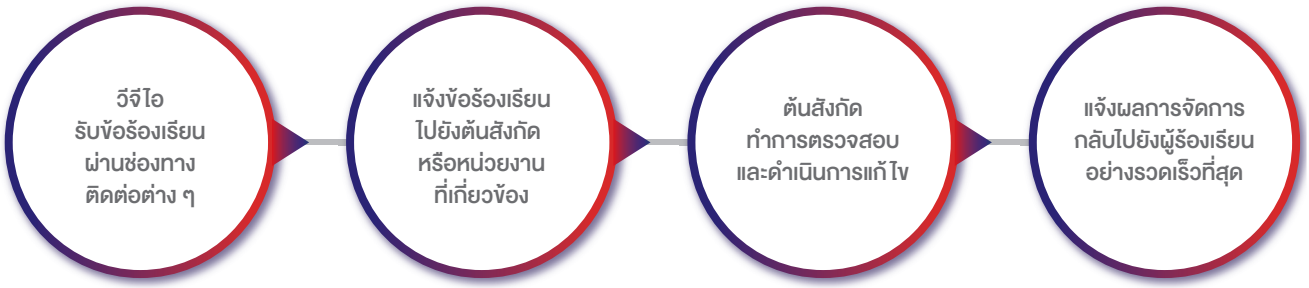
ปี 2562/63



ปี 2563/64

การจัดการข้อร้องเรียน

วีจีไอตระหนักว่าการดูแลความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยิ่งยืนนั้น ต้องให้ความสำคัญในการรับฟังข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากลูกค้าอย่างเต็มที่ พร้อมทั้งมีช่องทางที่สะดวกต่อการติดต่อและตอบสนองกับลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้มีแนวทางการจัดการข้อร้องเรียน ผ่านทางช่องทางติดต่อต่าง ๆ ดังนี้



ช่องทางการร้องเรียน

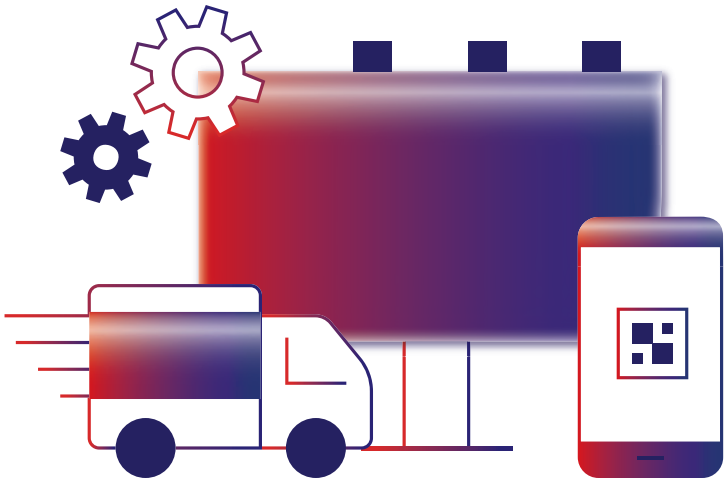
Social Media ของวีจีไอ เช่น Facebook, Twitter, Instagram
หรือ โทร: 02-273-8884 #0

ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และนวัตกรรมองค์กร

ตามวิสัยทัศน์ของ VGI คือ “Value Growth Innovation” บริษัทฯ ส่งเสริมการสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมการพัฒนานวัตกรรมภายในองค์กร ส่งเสริมให้พนักงานกล้าคิด กล้าทำ กล้าที่จะเปลี่ยนแปลงอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้องค์กรสามารถริงสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่รองรับเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล ที่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ในการเป็นผู้นำโซลูชั่นส์แห่งอนาคต วีจีไอได้ปรับเปลี่ยนธุรกิจจากผู้ให้บริการสื่อโฆษณานอกบ้านเพียงอย่างเดียว ไปสู่การเป็นผู้ให้บริการทางการตลาดในรูปแบบ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชั่นส์ที่ครบวงจรภายใต้อีโคซิสเต็ม (ecosystem) จาก 3 แพลตฟอร์มธุรกิจ สื่อโฆษณา ธุรกิจบริการชำระเงิน และธุรกิจโลจิสติกส์ โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับคัดเลือกให้เป็น The Most Innovative O2O Solutions for Payment and Logistics Platforms ในฐานะบริษัทชั้นนำที่มีนวัตกรรมล้ำสมัยที่สุดสำหรับแพลตฟอร์มดังกล่าว ซึ่งรางวัลนี้จัดขึ้นโดย นิตยสาร International Finance นิตยสารด้านธุรกิจและการเงินชั้นนำของสหราชอาณาจักร

วีจีไอตระหนักเสมอว่าหนึ่งในหัวใจหลักของการสร้างมูลค่าขององค์กรอย่างยั่งยืนจากหน่วยธุรกิจในอิโคซิสเต็มของบริษัทฯ นั้น คือความร่วมมืออย่างใกล้ชิดทางธุรกิจกับกลุ่มบริษัทในเครือ รวมไปถึงพันธมิตรทางธุรกิจอย่างใกล้ชิด เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับองค์กรโดยรวม และเพิ่มโอกาสการเติบโตในระยะยาว

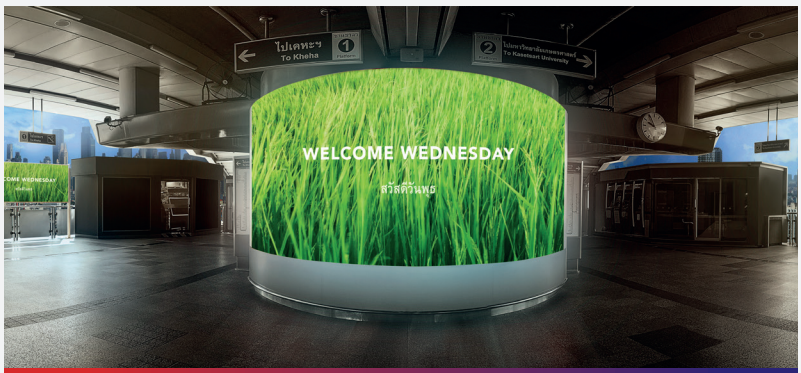


ในปี 2563/64 ที่ผ่านมา หน่วยธุรกิจของวีจีไอมีผลการดำเนินงานหลักดังนี้:

ธุรกิจสื่อโฆษณา

- โครงการพัฒนาสื่อโฆษณาดิจิทัล Welcome Pack นวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการแสดงผลสื่อโฆษณา และด้วยการพัฒนาโซลูชั่นส์การสร้างประสบการณ์การโฆษณาแบบใหม่ให้ผู้โดยสารบนสถานีบีทีเอสผ่านจอดิจิทัลด้วยกันทั้งหมด 3 จอ ในมุมมองแบบ Panoramic โดยผู้โดยสารสามารถเห็นจอตั้งแต่ทางเข้าชานชาลา ด้วยจอ LED Screen ขนาดใหญ่กว่า 4.80 x 1.92 เมตร ลักษณะโค้งมนอยู่ในระดับสายตาของผู้โดยสารไปจนตลอดการใช้บริการภายในสถานี และเพิ่มประสบการณ์ให้แก่ผู้โดยสารด้วยสื่อบริเวณบันไดขนาบ 2 ฝั่ง ขนาด 3.36 x 1.28 เมตร

  สืบเนื่องจากโครงการดังกล่าว วีจีไอได้ปล่อยแนวคิดสร้างสรรค์ กับโครงการ Station Entrance Experience ด้วยการต้อนรับผู้โดยสารบนสถานีบีทีเอสด้วยสื่อโฆษณาการสวัสดีแบบไทย 7 วัน 7 รูปแบบ อีกด้วย



ป้ายโฆษณา Welcome Pack กับโครงการการสวัสดีแบบไทย 7 วัน 7 รูปแบบบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส

- โครงการ VGI Immerse เป็นการพัฒนาสื่อโฆษณาจอดิจิทัลบริเวณชานชาลาสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสให้มีขนาดความยาว 45 เมตร โดยปัจจุบันวีจีไอได้ขยายการให้บริการจอ VGI Immerse ไปยังพื้นที่บนชานชาลาของสถานีช่องนนทรี อโศก ศาลาแดง พร้อมพงษ์ และทองหล่อ

ตัวอย่างป้ายโฆษณาจากโครงการ VGI Immerse ด้วยความยาว 45 เมตร

ธุรกิจการชำระเงิน

วีจีไอตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในตลาดการเงินของโลก ซึ่งประเทศต่างๆ รอบโลก รวมถึงประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่การเป็น "สังคมไร้เงินสด" อย่างแท้จริง บริษัทฯ จึงมุ่งสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสู่ตลาด และเดินหน้าพัฒนาขอบเขตความสามารถของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมสร้างสังคมที่ไร้ขีดจำกัด และเพิ่มโอกาสทางการเข้าถึงบริการทางการเงินต่าง ๆ ให้แก่ประชาชนมากขึ้น โดยปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์และบริการด้านการเงินหลักดังนี้

- Rabbit Card: บริการ e-money service มีการเติบโตของฐานลูกค้าผู้ใช้บัตรแรบบิทอย่างต่อเนื่องจากโดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 มีบัตรแรบบิทที่ออกแล้วจำนวน 14.2 ล้านใบ ซึ่งสูงกว่าปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 10.9 ทั้งนี้ผู้ใช้บริการจะได้รับความสะดวกสบาย โดยสามารถใช้ชำระค่าโดยสารที่สถานีบีทีเอสทุกสถานี และยังสามารถใช้ชำระค่าบริการกับแบรนด์ต่าง ๆ มากมาย ทำให้สะดวกและรวดเร็วในการใช้งาน

	2562/63	2563/64
แบรนด์ที่สามารถใช้บัตรแรบบิทชำระค่าบริการได้	557,118 ร้าน	1,212,067 ร้าน
จุด Reader ของแรบบิท	12,871 จุด	18,819 จุด

- Mobile wallet: Rabbit Line Pay ระบบชำระเงินออนไลน์ที่สร้างความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างมากในการชำระค่าบริการต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์ โดยมีจำนวนผู้ใช้บริการ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 จำนวนมาก

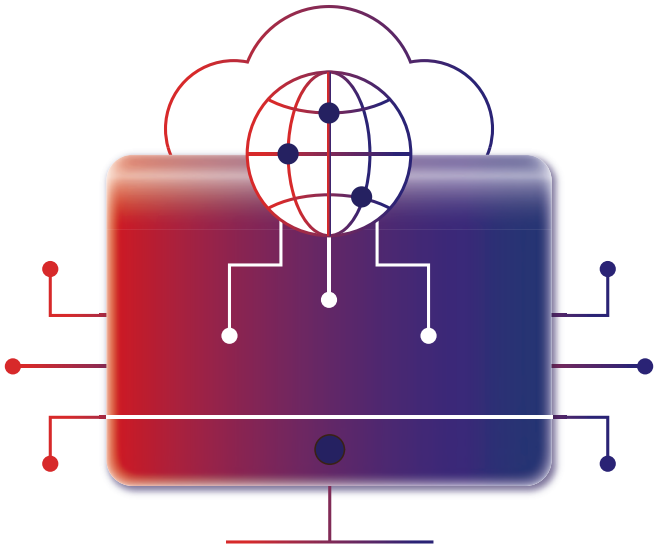
	2562/63	2563/64
จำนวนผู้ใช้บริการ	7.3 ล้านบัญชี	8.2 ล้านบัญชี

DIGITAL LAB

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด -19 อย่างต่อเนื่องตลอดปี ส่งผลให้ตลาดสื่อโฆษณาได้รับผลกระทบ อีกทั้งพฤติกรรมการรับชมสื่อโฆษณา รวมถึงวิถีชีวิตของลูกค้าได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก อย่างไรก็ตามการตลาดและการโฆษณาในโลกออนไลน์ยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง “VGI Digital Lab” หน่วยธุรกิจของวีจีไอที่จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2560 เพื่อให้บริการด้านการตลาดแบบดิจิทัล โดยอาศัยข้อมูล (Data) ซึ่งรวบรวมจากแพลตฟอร์มต่าง ๆ บนอีโคซิสเต็มของวีจีไอในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค เล็งเห็นความสามารถในระบบข้อมูลของวีจีไออีโคซิสเต็ม ภายใต้วิสัยทัศน์ “เชื่อมต่อผู้บริโภคในยุคดิจิทัลในทุกที่ โดยการผสานสื่อออนไลน์และออฟไลน์เป็นหนึ่งเดียว” จึงผุดนวัตกรรม แพลตฟอร์ม VGI One ที่สามารถจัดการกับข้อมูล Big Data วิเคราะห์ และสร้างผลลัพธ์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างเหนือชั้น เจาะกลุ่มลูกค้าอย่างแม่นยำ และเฉพาะเจาะจงกลุ่มผู้บริโภคได้จริง โดยสามารถนำมาต่อยอดทางการตลาดดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

VGI One ยังผนึกกำลังโดนผสานศักยภาพจากการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ระหว่างการขับเคลื่อนกลยุทธ์ด้วยข้อมูล (Data) และกลยุทธ์สร้างสรรค์ (Creative) เพื่อสร้างโซลูชั่นส์การตลาดดิจิทัลให้แก่กลุ่มลูกค้าหรือผู้ประกอบการ ในฐานะที่ปรึกษาด้าน DataและCreative ซึ่งได้รับกระแสตอบรับเป็นอย่างดี และสามารถสร้างผลตอบแทนที่มีประสิทธิภาพให้แก่ลูกค้าแล้วหลายกลุ่มธุรกิจ

ในปี 2563/64 วีจีไอ สามารถสร้างรายได้จากธุรกิจบริการด้านดิจิทัลถึงที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 37.9 จากรายได้รวม



การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และความเป็นอยู่ที่ดี

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 405-2)

เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2563/2564 – 2567/2568)

- คะแนนความผูกพันธ์ของพนักงานที่มีต่อองค์กรคิดเป็นร้อยละ 90 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด

เป้าหมายปี 2563/2564

- คะแนนความผูกพันธ์ของพนักงานที่มีต่อองค์กรคิดเป็นร้อยละ 75 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด

ผลการดำเนินงานปี 2563/2564

- คะแนนความผูกพันธ์ของพนักงานที่มีต่อองค์กรคิดเป็นร้อยละ 86 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด

วีจีไอให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เพราะบริษัทฯ เชื่อว่าพนักงานคือปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนองค์กร และเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ยึดมั่นในการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม ยึดมั่นการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานบนพื้นฐานของกฎหมายและหลักการด้านสิทธิมนุษยชนที่เป็นสากล

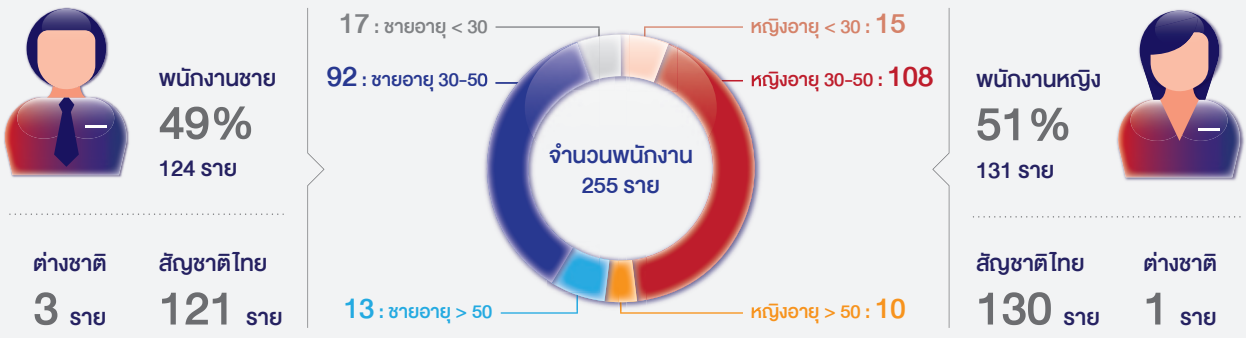
หลักสิทธิมนุษยชน และความเท่าเทียม

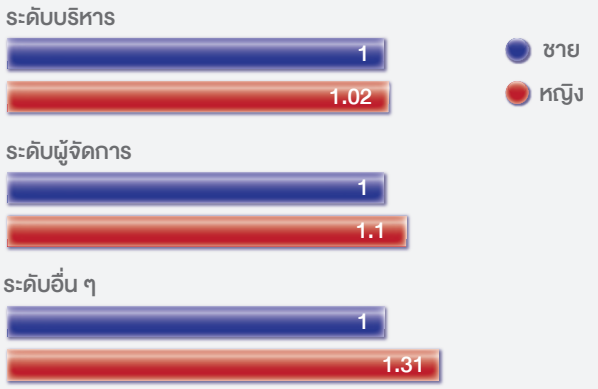
วีจีไอเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าพนักงานมีสิทธิได้รับโอกาสและการปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน โดยยึดหลักมนุษยชนและแรงงานกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ โดยได้ระบุหลักการดังกล่าวไว้อย่างชัดเจนในคู่มือกำกับกิจการและจริยธรรมอันดีของบริษัทฯ

นอกเหนือจากนี้คณะกรรมการบริษัทได้เห็นความสำคัญของพันธกิจด้านการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร และได้ประกาศใช้นโยบายสิทธิมนุษยชน มีผลบังคับเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2564 เพื่อเป็นการแสดงเจตนารมย์อันหนักแน่นในการดำเนินธุรกิจที่ยอมรับและเคารพในหลักสิทธิมนุษยชนตามหลักการและหลักสากล นโยบายนี้แสดงถึงคำมั่นในการสนับสนุนความแตกต่างและการอยู่ร่วมกันของวัฒนธรรมอันหลากหลายในองค์กร การจ้างงานอย่างเท่าเทียมไร้อคติ การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเป็นธรรม และการจัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีแก่พนักงานทุกคน

หลังจากประกาศใช้นโยบายสิทธิมนุษยชนอย่างเป็นทางการ วีจีไอได้ประเมินความเสี่ยงในด้านสิทธิมนุษยชนภายในบริษัทฯ และพบว่า วีจีไอไม่มีความเสี่ยงดังกล่าว อย่างไรก็ตาม พนักงานสามารถแจ้งข้อร้องทุกข์ หรือข้อร้องเรียนผ่านทางผู้บังคับบัญชา ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ หรือช่องทางต่าง ๆ ภายใน เพื่อส่งเสริมสังคมที่น่าอยู่ มีความเสมอภาค และเคารพต่อสิทธิมนุษยชนของทุกคน

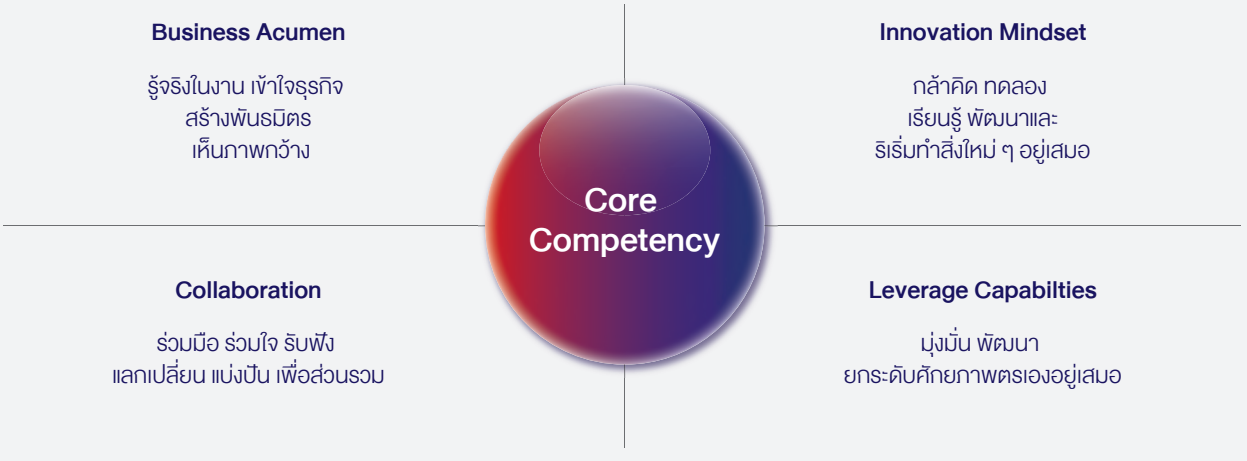
ผลการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลในปี 2563/64





การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

วีจีไอมุ่งส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน มุ่งเน้นให้บุคลากรทุกคนของบริษัทฯ ได้รับโอกาสในการฝึกอบรมอย่างเพียงพอ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเชิงสมรรถนะหลัก (Core Competency) ที่องค์กรคาดหวัง ในทั้งหมด 4 ด้าน คือ



วีจีไอใช้ความสามารถเชิงสมรรถนะหลักเป็นเครื่องมือในการจัดทำแผนพัฒนาพนักงาน (Competency Base Training) เพื่อให้การพัฒนาพนักงานสามารถตอบสนองต่อนโยบาย แผนงาน และเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งส่งเสริมให้พนักงานได้พัฒนาความสามารถของตนเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพระยะยาว

การอบรมพนักงานของวีจีไอ แบ่งออกเป็น (1) หลักสูตรกลาง (Core Course) เพื่อเพิ่มความรู้ ทักษะ และประสิทธิภาพในการทำงาน ตลอดจนสร้างทัศนคติที่ดีในการทำงาน (2) หลักสูตรบริหารจัดการ (Management Course) เป็นหลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับหัวหน้างาน ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารงาน และการบริหารผู้ใต้บังคับบัญชา และ (3) หลักสูตรเฉพาะสายงาน (Functional Course) คือ หลักสูตรการฝึกอบรมที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพเฉพาะลักษณะงาน

ผลการดำเนินงานในปี 2563/64

การอบรมเตรียมความพร้อมก่อนการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

เพื่อให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับหลักกฎหมายและสาระสำคัญของกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีความเข้าใจถึงสิทธิของตนเองในฐานะเจ้าของข้อมูล และหน้าที่ในการขอความยินยอม เก็บรักษา และดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลของเพื่อนพนักงาน ลูกค้า และผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ โดยการอบรมดังกล่าว ไม่เพียงเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในหลักกฎหมายสำคัญให้พนักงานทุกสายงาน แต่ยังช่วยบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและการปกป้องข้อมูลสารสนเทศของบริษัทฯ อีกด้วย

ระยะเวลาในการอบรม: 6 ชั่วโมง

จำนวนพนักงานที่เข้าอบรม: 103 ราย

ปรับวิธีคิดเพื่อนำพาองค์กรผ่านช่วงวิกฤต (The Survival Mindset in Crisis) อบรมผ่านทางระบบออนไลน์

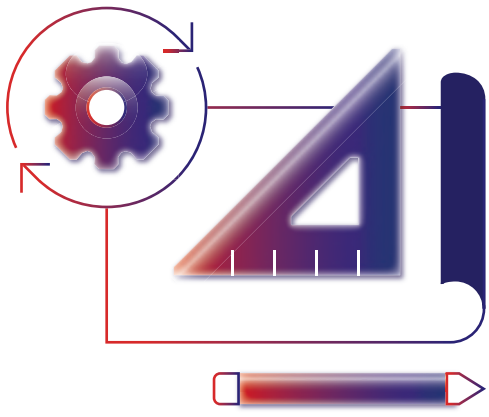
การอบรมพนักงานสายงานขาย เพื่อเรียนรู้หลักคิดเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนา (Growth Mindset) และมีความคืนตัว สามารถปรับวิธีคิดของตนเพื่อสร้างผลกระทบทางบวกให้แก่องค์กร และชีวิตส่วนตัว แม้จะประสบภาวะวิกฤติหรือภาวะที่ยากลำบาก

ระยะเวลาในการอบรม: 3 ชั่วโมง

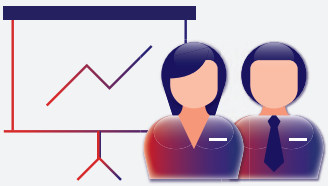
จำนวนพนักงานที่เข้าอบรม: 93 ราย

นอกเหนือจากการอบรมดังกล่าว วีจีไอได้จัดให้มีการอบรมหลักสูตรการประเมินความสามารถเชิงสมรรถนะแก่พนักงานทั่วทั้งองค์กรเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มีความเข้าใจถึงความสามารถเชิงสมรรถนะหลักที่วีจีไอประสงค์ให้พนักงานพัฒนาในแต่ละด้าน พร้อมทั้งให้พนักงานสามารถประเมินความสามารถเชิงสมรรถนะหลักของตนเองได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน

อีกทั้ง บริษัทฯ ยังมีการจัดอบรมทั้งภายในและภายนอกอีกจำนวนมากให้แก่พนักงาน อาทิ การอบรมการสื่อสารสไตล์ผู้นำซึ่งเป็นการอบรมฝ่ายบริหารของบริษัทฯ เพื่อพัฒนาการสื่อสารในแบบผู้นำที่มีประสิทธิภาพ การอบรมเทคนิคการถ่ายภาพและการแต่งภาพ รวมถึงเทคนิคการถ่ายวีดีโอและการตัดต่อซึ่งอบรมช่างถ่ายภาพและช่างเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการติดตั้งสื่อโฆษณาของบริษัทฯ บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส

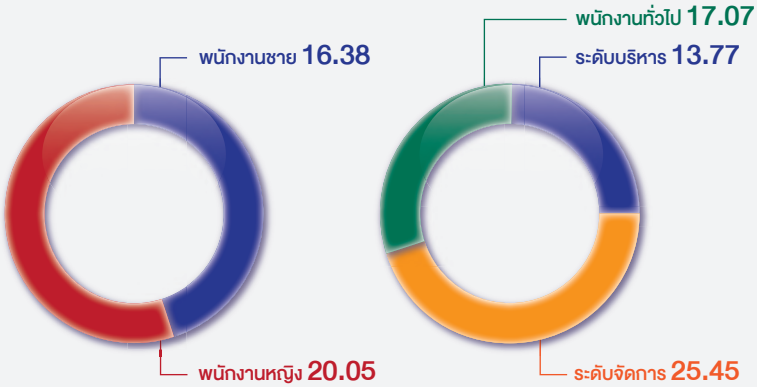


การฝึกอบรมพนักงานในอัตรา ชั่วโมง:พนักงาน



การอบรมเฉลี่ยรวมพนักงานทั้งหมด

18.30 ชั่วโมง/พนักงาน



การดูแลรักษาบุคคลากร และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

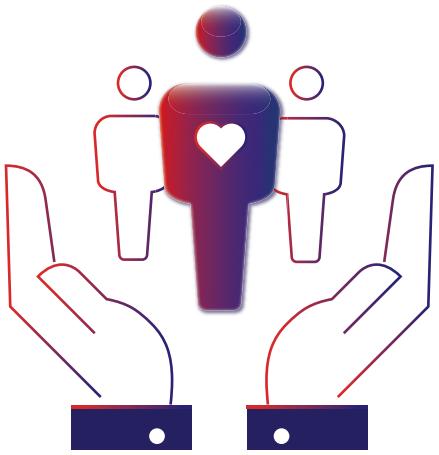
วีจีไอตระหนักดีว่าบุคคลากรคือกุญแจสำคัญในการนำพาองค์กรให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการสรรหาและรักษาบุคคลกรที่มีคุณภาพให้อยู่กับบริษัทฯ ในระยะยาว โดยนอกเหนือจากการพัฒนาศักยภาพบุคคลการในสายงานของตนแล้ว บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้พนักงานสามารถเติบโตไปในสายงานอื่น ๆ เพื่อความก้าวหน้าในการทำงานอย่างเหมาะสมแก่พนักงานทุกคน

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังใส่ใจกับการสร้างแรงจูงใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กร โดยการจัดกิจกรรมต่างๆอย่างต่อเนื่องเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกันเอง และระหว่างพนักงานกับองค์กร เพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตร และทำงานร่วมกันเป็นทีม

นอกจากนี้ วีจีไอยังเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาสุขภาพของพนักงานอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการป้องกันการเกิดปัญหาสุขภาพล่วงหน้า และมีความตั้งใจแน่วแน่ในการพัฒนาสุขภาพอนามัยที่ดีของพนักงาน สร้างสมดุลให้แก่ชีวิตการทำงาน โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีให้แก่พนักงานทุกคน

ในปี 2563/64 ที่ผ่านมาวีจีไอได้จัดอบรมการแปลผลการตรวจสุขภาพประจำปีและการดูแลสุขภาพ รุ่น 3 เพื่อให้พนักงานมีความรู้และความเข้าใจในการดูแลสุขภาพตนเองต่อยอดจากผลตรวจสุขภาพประจำปี อีกทั้งยังสามารถปรับพฤติกรรมทางโภชนาในสอดคล้องกับกลุ่มสุขภาพของตนได้อีกด้วย โดยมีพนักงานเข้าร่วมอบรมทั้งหมดจำนวน 88 ราย

วีจีไอได้จัดอบรมและกิจกรรมออกกำลังกายต่าง ๆ เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถเข้าร่วม และได้เรียนรู้การออกกำลังกายที่ถูกต้อง สามารถเพิ่มความแข็งแรงของร่างกาย และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร โดยได้จัดตั้งชมรมวิ่งเพื่อสุขภาพ และกิจกรรมโยคะเพื่อออฟฟิศซินโดรมให้แก่พนักงานที่ประสงค์เข้าร่วมทุกคน



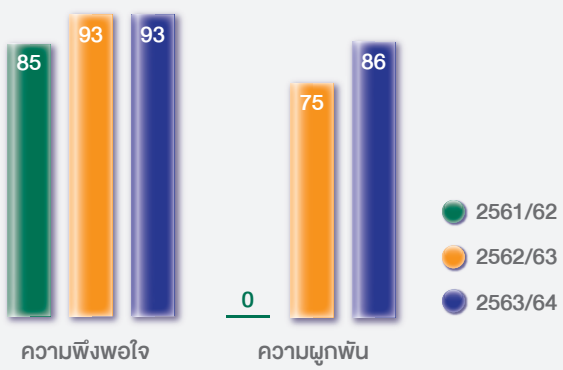
ภาพกิจกรรมโยคะเพื่อออฟฟิศซินโดรม ให้พนักงานบริษัทฯ ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาด้านการยศาสตร์ภายในองค์กร

ความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร

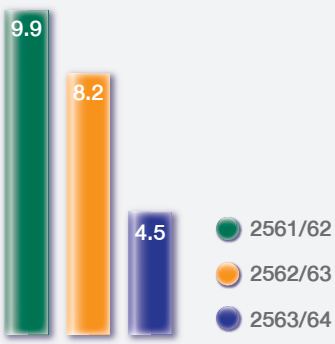
วีจีไอได้จัดให้พนักงานทำแบบสอบถาม “ความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร” (Employee Satisfaction Survey) เป็นความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร (Employee Engagement) โดยกำหนดให้ผลการสำรวจดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ และนำผลสำรวจดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงแนวทางและนโยบายในการดูแลพนักงานของบริษัทฯ ต่อไป ซึ่งในปีที่ผ่านมาพนักงานทุกคนได้เข้าร่วมตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด

ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯ กำหนดให้อัตราการลาออกของพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของดัชนีชี้วัดความสำเร็จองค์กรประจำปี และมีนโยบายการโยกย้ายพนักงานภายในเพื่อรักษาพนักงานที่มีคุณภาพให้อยู่กับบริษัทฯ และสามารถเติบโตในสายอาชีพที่ตนเองต้องการ โดยในปี 2563/64 ที่ผ่านมามีพนักงานภายในที่ได้โยกย้ายสายงานเพื่อเข้าทำงานในตำแหน่งที่บริษัทฯ เปิดรับใหม่เป็นอัตราร้อยละ 25 ของตำแหน่งที่เปิดรับทั้งหมด

ผลสำรวจความพอใจ/ผูกพันธ์ของพนักงานต่อองค์กร



อัตราการลาออกของพนักงาน (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)



อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-6)

เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2563/2564 – 2567/2568)

- พนักงานและคู่ค้าในอัตราร้อยละ 100 ได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานความปลอดภัย
- ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน (Zero Accident)

เป้าหมายปี 2563/2564

- จัดทำนโยบาย มาตรการ และการฝึกฝนด้านความปลอดภัยแก่พนักงานบริษัทฯ

ผลการดำเนินงานปี 2563/2564

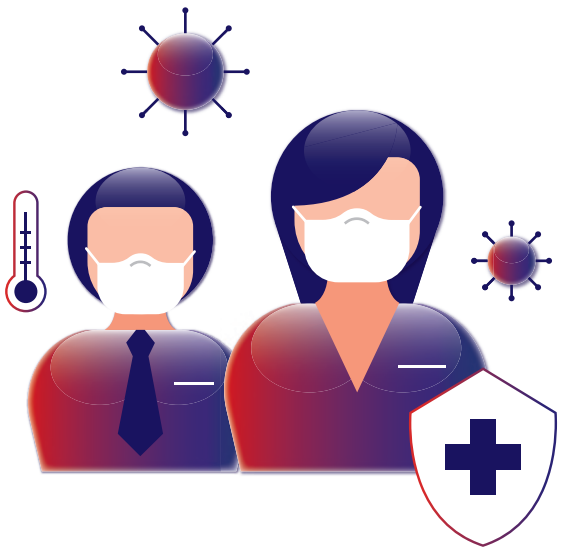
- จัดทำนโยบาย มาตรการ และการฝึกฝนด้านความปลอดภัยแก่พนักงานบริษัทฯ
- ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน (Zero Accident)

แนวทางบริหารจัดการ

วีจีไอให้ความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและถูกต้องตามหลักอาชีวอนามัย และมุ่งมั่นในการส่งเสริมวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในที่ทำงาน มีความใส่ใจต่อสุขภาพอนามัยของพนักงานทุกคน รวมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ทั้งหมด วีจีไอตระหนักเสมอว่าความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงานถือเป็นภารกิจหลักในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และได้วางกรอบแนวปฏิบัติภายในไว้อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรผ่านทางนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นผู้วางแผนงาน พิจารณานโยบายต่าง ๆ เสนอแนะมาตรการและแนวทางปรับปรุง พร้อมทั้งส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมด้านความปลอดภัยต่าง ๆ ในการทำงานของสถานประกอบกิจการอีกด้วย

วีจีไอมีแนวทางการบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในเชิงรุก คือมุ่งเน้นการกำจัด ลด และควบคุมความเสี่ยงด้านความปลอดภัยให้อยู่ในระดับต่ำสุดเท่าที่สามารถปฏิบัติได้ มีการทบทวนและปรับปรุงการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมุ่งเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจผ่านทางการอบรมด้านความปลอดภัยให้แก่พนักงาน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องและในกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ

ทั้งนี้ จากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 ที่มีมาอย่างต่อเนื่อง วีจีไอมีความห่วงใย และให้ความสำคัญในการดูแลพนักงานและผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนระหว่างวิกฤตการณ์ครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่พนักงาน และให้การดำเนินงานของบุคลากรบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงสุด



มาตรการความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน

วีจีไอมุ่งมั่นรักษาสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน และพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนสืบต่อไป วีจีไอได้วางเป้าหมายองค์กรปราศจากอุบัติเหตุ (Zero Accident) ให้เป็นหนึ่งในภารกิจหลักขององค์กร โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการป้องกันและควบคุมความเสี่ยงด้านความปลอดภัยผ่านทางมาตการความปลอดภัยที่เคร่งครัด และกำหนดให้พนักงาน รวมถึงผู้รับเหมาต้องอบรมมาตรการความปลอดภัยทุกรายตามลักษณะงาน ก่อนเข้าปฏิบัติงานจริง

การอบรมของพนักงาน ในปี 2563/64

การอบรมความปลอดภัยในการปฏิบัติงานในพื้นที่ของระบบรถไฟฟ้าบีทีเอส

จัดอบรมให้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจและทบทวนกฎระเบียบความปลอดภัยเบื้องต้นสำหรับผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ของบีทีเอส และให้เกิดการตระหนักรู้เรื่องความปลอดภัยในการทำงานให้มากยิ่งขึ้น

จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรม: 131 ราย

การอบรมเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน

จัดอบรมให้แก่พนักงานในระดับหัวหน้างานที่มีหน้าที่ดูแล ควบคุมงาน เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับหลักความปลอดภัยและอาชีวอนามัย กฎหมายความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และสามารถค้นหาอันตราย ป้องกันและควบคุมอันตรายจากการทำงาน อีกทั้งปรับใช้ให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรม: 52 ราย

การอบรมของผู้รับเหมา ในปี 2563/64

Safety สำหรับผู้รับเหมาประจำปี 2564

จัดอบรมให้แก่ผู้รับเหมาของวีจีไอเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และทราบถึงวิธีการปฏิบัติในกรณีเกิดเหตุด่วน เหตุร้าย และความปลอดภัยตามมาตรฐาน โดยเนื้อหายังครอบคลุมถึงการสอนให้ผู้รับเหมาสามารถควบคุมการปฏิบัติงานที่อาจจะส่งผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด อีกทั้งยังเพิ่มสื่อการเรียนทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้รับเหมาเรียนรู้ได้อย่างสะดวก และสามารถเข้าทบทวนความรู้ได้ตลอดเวลาอีกด้วย

จำนวนผู้รับเหมาที่ได้รับการอบรม: 38 ราย

ทั้งนี้วีจีไอได้มีการจัดเก็บข้อมูลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยของบริษัทฯ ของพนักงาน ในรูปแบบการบันทึกสถิติ Lost-time injury Frequency Rate (LTFIR) หรือข้อมูลอัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน โดยในปี 2563/64 ที่ผ่านมาอัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน รวมไปถึงอัตราการบาดเจ็บขั้นรุนแรงของพนักงานมีค่าเป็นศูนย์ ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายด้านความปลอดภัยของบริษัทฯ

การบริหารจัดการ และการดูแลพนักงานในภาวะวิกฤตโควิด-19

ปัจจุบันคงไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ว่าการระบาดของไวรัสโควิด -19 ที่มีมาอย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ การดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ และวิถีชีวิตของประชาชนในสังคมในวงกว้าง วีจีไอมีความตื่นตัวที่จะรับมือกับเหตุการณ์ดังกล่าวมาโดยตลอด และมุ่งมั่นในการดูแลความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงาน ให้สามารถรักษาสุขภาพตนเองและครอบครัวอย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงการใส่ใจผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัทฯ อย่างรอบด้าน โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมช่วยลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส และความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นปัจจัยหลัก โดยวีจีไอมีวิธีการบริหารจัดการ และรับมือกับภาวะวิกฤตโควิด-19 ที่สำคัญดังนี้

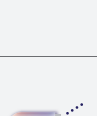
ประกาศใช้นโยบาย Work From Home แก่พนักงานทุกภาคส่วน เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัสโควิด -19 โดยได้จัดเตรียมอุปกรณ์และจัดอบรมการใช้อุปกรณ์ รวมถึงซอฟต์แวร์ต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่พนักงานในการทำงานจากที่บ้าน นอกเหนือจากนี้บริษัทฯ ได้แจ้งข้อมูลติดต่อให้นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทราบอย่างทั่วถึง เพื่อให้สามารถติดต่อดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องและราบรื่น

จัดทำประกันภัยโควิด -19 ให้กับพนักงานทุกคนมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เริ่มเหตุการณ์ระบาดของเชื้อไวรัสจนถึงปัจจุบันเพื่อประกันความเสี่ยงและแบ่งเบาภาระที่อาจจะเกิดจากการติดเชื้อไวรัสของพนักงาน

จัดให้พนักงานทุกคนได้รับการตรวจหาเชื้อไวรัสโควิด-19 เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานและเพื่อนร่วมงาน

ออกมาตรการชะลอและหลีกเลี่ยงการเดินทางต่างจังหวัดและต่างประเทศ

ติดตั้งระบบและส่งเสริมการจัดประชุมในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งครอบคลุมถึงการประชุมคณะกรรมการบริษัทและการประชุมภายในอื่น ๆ เพื่อลดโอกาสการอยู่ร่วมกันในสถานที่ประชุมเป็นเวลานาน



ส่งเสริมและดูแลสถานที่ทำงานและพนักงานที่เดินทางมาทำงานอยู่เสมอ เช่น ฉีดพ่นยาฆ่าเชื้อทุก 2 สัปดาห์ ยืดหยุ่นเวลาเข้างานเพื่อให้พนักงานที่เดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะสามารถหลีกเลี่ยงช่วงเวลาคนแออัด และจัดอาหารกลางวันให้แก่พนักงานเพื่อลดความเสี่ยงในการทานอาหารบริเวณชุมชน

ทั้งนี้ วีจีไอให้ความสำคัญกับการสื่อสารและให้ความรู้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติงาน และสามารถดูแลสุขอนามัยของตนเอง ครอบครัว และคนรอบข้างได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย โดยในปี 2563/64 ที่ผ่านมาบริษัทฯ มีการสื่อสารนโยบาย มาตรการ และสื่อความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัยในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด-19 เฉลี่ยจำนวน 2 ครั้งต่อเดือน

นอกเหนือจากนี้ วีจีไอได้จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan – BCP) เพื่อเตรียมความพร้อมต่อสภาวะวิกฤตหรือเหตุการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งมีแผนการฉุกเฉินเพื่อรับมือกับภัยระบาดของไวรัสโควิด -19 และการเตรียมความพร้อมต่อสภาวะวิกฤตอื่น ๆ เช่น โรคระบาดอีกด้วย โดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ลดผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อบริษัทฯ ให้น้อยที่สุด และส่งเสริมโครงการการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนอีกด้วย

การพัฒนาสังคมและชุมชน

กลุ่มวีจีไอได้ให้ความสำคัญต่อกระบวนการทำงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น แนวทางการดำเนินความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมของกลุ่มวีจีไอ จึงดำเนินไปด้วยความสำนึกว่า ความรับผิดชอบของสังคมเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ตั้งแต่นโยบายหลักของกลุ่มวีจีไอ ไปจนถึงระดับปฏิบัติการ และดำเนินอยู่ในทุก ๆ อณูขององค์กร เนื่องจากกลุ่มวีจีไอ มีความเชื่อว่าหากองค์กรทางธุรกิจทั้งหลายแต่ละองค์กรได้ผนึกกำลังร่วมกันผลักดันการดำเนินธุรกิจอย่างมีจิตสำนึกต่อสังคมและส่วนรวมไปร่วมกัน เพื่อผลระยะยาวในทิศทางเดียวกันทุกภาคส่วนแล้ว พลังการขับเคลื่อนดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมได้อย่างมีนัยสำคัญ อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศ

"WE'RE SHARING FOR THAIS"

กล่องปันน้ำใจบรรจุผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์
สำหรับการดำรงชีพต่าง ๆ

ในปีที่ผ่านมา วีจีไอได้เล็งเห็นผลกระทบที่เกิดขึ้นแก่สังคมในวงกว้างจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน และมีความตั้งใจขอเป็นอีกหนึ่งพลังใจส่งมอบความห่วงใยเพื่อช่วยเหลือคนไทย และบรรเทาผลกระทบจากวิกฤติการณ์ครั้งนี้อย่างต่อเนื่อง กลุ่มวีจีไอ ประกอบด้วย บริษัทฯ KEX และ Rabbit Reward ร่วมกับลูกค้ากลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคกว่า 17 ประเภท จัดกิจกรรม "We're Sharing for Thais" เพื่อขอเป็นอีกหนึ่งพลังใจส่งมอบความห่วงใยช่วยเหลือคนไทย ด้วยการแบ่งปันผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์สำหรับการดำรงชีพ อาทิ ข้าวสาร อาหารกระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป แปรงสีฟัน ยาสีฟัน น้ำมันพืช มาบรรจุลงกล่องปันน้ำใจจำนวน 20,000 กล่อง เพื่อส่งมอบให้กับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์วิกฤตการณ์โควิด-19 ดังกล่าว โดยบริษัทฯ ได้กระจายแจกจ่ายให้พื้นที่ ที่ได้รับผลกระทบต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

กลุ่มวีจีไอร่วมแจกจ่ายกล่องปันน้ำใจ ณ วัดปทุมวนารามราชวรวิหาร

แพลตฟอร์มสร้างสรรค์ (INSPIRE PLATFORM)

วีจีไอยังใส่ใจกับภารกิจการสร้างผลกระทบในทางบวกให้แก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านทางนวัตกรรมสินค้าและบริการของบริษัทฯ โดยไม่เพียงส่งเสริมการพัฒนาและคิดค้นนวัตกรรมทางธุรกิจภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง วีจีไอยังสนับสนุนการใช้แพลตฟอร์มการโฆษณาของบริษัทฯ ร่วมเป็นสื่อกลางของหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรเพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชนโดยไม่มีค่าใช้จ่ายซึ่ง ในปี 2563/64 ที่ผ่านมา วีจีไอได้จัดทำโครงการต่างๆ ที่สำคัญดังนี้

“Be the idol”

วีจีไอใช้พื้นที่โฆษณาของบริษัทฯ เพื่อรณรงค์ให้คนไทยสวมใส่หน้ากากอนามัย 100% เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ผ่านจอโฆษณาบริเวณพื้นที่ประตูกั้นชานชาลา (Platform Screen Door) บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยดึงเอา Idol ชื่อดังมาร่วมรณรงค์ในสื่อโฆษณา พร้อมชูแนวคิดว่า ทุกคนก็สามารถเป็น Idol ได้ด้วยการสวมหน้ากากอนามัย

“Covid Relief BKK”

วีจีไอแบ่งปันพื้นที่สื่อแก่หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อรณรงค์ อัปเดตสถานการณ์ หรือให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนทั่วไป เพื่อร่วมมือกันจัดการกับวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

“VGI Save Water Save Life”

วีจีไอร่วมกับศิลปิน POP-Art ชื่อดังของประเทศไทย สร้างงานศิลปะทะลุมิติ กระตุ้นความตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำในการดำรงชีวิต และชวนคนไทยร่วมใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

“One Man and the Sea”

วีจีไอเป็นกระบอกเสียงให้กับโครงการ One Man and the Sea เพื่อสนับสนุนการระดมทุนซื้ออุปกรณ์หรือเครื่องมือแพทย์ มอบให้กับศูนย์ช่วยชีวิตและอนุรักษ์สัตว์ทะเล รวมถึงสร้างความตระหนักปัญหาขยะทะเล ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทางทะเล และสัตว์ทะเลหายาก

ด้านสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 302-1)

เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563 – 2566 (แบ่งออกเป็น 3 เป้าหมาย)

ลดการสร้างขยะ

- เปลี่ยนการนำขยะที่จะถูกฝังกลบหรือเผาทำลาย ด้วยการนำกลับมาใช้ประโยชน์ในอัตราร้อยละ 30 ของปริมาณขยะทั้งหมด
- สร้างคุณค่าให้ขยะโดยการเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีเป้าหมายในการลดปริมาณการสร้างขยะ อย่างน้อยร้อยละ 10

การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน

รักษาระดับการใช้น้ำและพลังงานไฟฟ้าไม่ให้เพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี 2562

แพลตฟอร์มสร้างสรรค์

ใช้แพลตฟอร์มโฆษณาขององค์กรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายในการสร้างความตระหนักรู้แก่ประชาชนไม่น้อยกว่า 1 ล้านคนต่อปี

แนวทางบริหารจัดการ

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

วีจีไอมุ่งมั่นกับการลดผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทฯ และกิจกรรมทางธุรกิจที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมกับผลักดันให้เกิดการดำเนินการเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ในวงกว้าง โดยได้กำหนดประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมภายในนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ซึ่งครอบคลุมนโยบายด้านการใช้น้ำและพลังงาน การลดปริมาณขยะและการใช้สื่อโฆษณาเป็นแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้กับสังคม

วีจีไอตระหนักถึงความสำคัญต่อปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ซึ่งถือเป็นความท้าทายระดับโลกที่มีนัยสำคัญมาก บริษัทฯ ทราบดีว่าการแก้ไขปัญหาดังกล่าวถือเป็นภารกิจที่สำคัญที่ต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนทั่วโลก ที่จะต้องเริ่มดำเนินการโดยทันที วีจีไอจึงมีความมุ่งมั่น ที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการลดผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ โดยกำหนดเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการการดำเนินธุรกิจ เป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ

แนวทางการดำเนินงาน

การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ

วีจีไอมีแนวทางในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และวัฒนธรรมในการใช้พลังงานภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพให้แก่พนักงาน อีกทั้งให้ความสำคัญให้การเป็นกระบอกเสียงในการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่สังคมโดยรวม เพื่อให้ทุกคนเข้าใจถึงผลกระทบ และตื่นตัวต่อปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ เพราะวีจีไอทราบดีว่าการแก้ปัญหาดังกล่าวต้องอาศัยความร่วมมืออย่างจริงจังของคนทุกคน

Climate Clock World

Climate Clock World ได้ริเริ่มโครงการ Climate Clock นับเวลาถอยหลัง 6 ปี เพื่อให้ประชาชนทั่วโลกตื่นตัวต่อการลดการสร้างมลพิษแก่โลก (Zero Emission) ด้วยแนวคิดว่าหากมนุษย์โลกไม่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและร่วมมือกัน โลกจะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศอย่างยากที่จะแก้ไข

ในปี 2563/64 ที่ผ่านมา วีจีไอร่วมกับ Root the Future องค์กรสนับสนุนการดำเนินชีวิตภายใต้แนวคิดความยั่งยืน จัดทำกิจกรรมสร้างความตระหนักรู้ Climate Clock ให้คนไทยเห็นความสำคัญของการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืน ปลุกจิตสำนึกให้สังคมเห็นความสำคัญของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดำเนินชีวิต เพื่อลดมลพิษง่าย ๆ จากการใช้ชีวิตประจำวัน เพื่อสอดรับกับเป้าหมายการลดมลพิษแก่โลก (Zero Emission) โดยได้เผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อจอดิจิทัลบนสถานีและจอในรถไฟฟ้าบีทีเอสของวีจีไอ เป็นไปตามเป้าหมายการเป็นแพลตฟอร์มสร้างสรรค์ ใช้พื้นที่สื่อของบริษัทฯ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวมในวงกว้าง

ภาพสื่อโฆษณาโครงการ Climate Clock

Treasure Bag

วิกฤตขยะพลาสติกเป็นปัญหารุนแรงที่ส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ วีจีไอและบริษัท โพเมโล แฟชั่น จำกัด (“Pomelo”) แพลตฟอร์มแฟชั่นแบบ Omnichannel ชั้นนำสัญชาติเอเชียจึงร่วมกันสร้างสรรค์ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ให้กับขยะไวนิลและบรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียว โดยการอัพไซเคิลไวนิลจากป้ายโฆษณาที่ใช้แล้วของวีจีไอ ทดแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติกใช้ครั้งเดียวของ Pomelo ผ่านการออกแบบภายใต้โจทย์ลดกระบวนการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด ภายใต้แนวคิด Trash to Treasure

โครงการเป็นการตอบสนองเป้าหมายด้านการลดขยะของวีจีไอ และร่วมลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) สู่โลก อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งจากการประเมินผลลัพธ์ของโครงการพบว่า วีจีไอสามารถลดปริมาณขยะไวนิลลงได้มากกว่า 3,500 ตารางเมตร หรือ 3.5 ตัน และ Pomelo ลดการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวได้มากกว่า 200,000 ชิ้น

ภาพความร่วมมือระหว่างวีจีไอและ โพเมโล (ซ้าย) และผลิตภัณฑ์ Tresure Bag จากไวนิลใช้แล้วของบริษัทฯ (ขวา)

การจัดการขยะและของเสีย

วีจีไอมีแนวทางการลดปริมาณขยะในการดำเนินงานและกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยมุ่งหวังที่จะลดปริมาณขยะโดยการใช้ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เป็นขั้นตอนหลักในการดำเนินงาน อีกทั้งยังให้ความสำคัญในการจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรวม

วีจีไอสื่อสารและรณรงค์การคัดแยกขยะประเภทต่าง ๆ ในองค์กรอย่างต่อเนื่อง ในปี 2563/64 ที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้เผยแพร่สื่อวีดีโอการแยกขยะให้แก่พนักงานในองค์กรทุกคน เพื่อเสริมสร้างการตระหนักรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องในการแยกขยะ โดยพนักงานสามารถนำขยะที่เกิดจากการดำเนินงานประจำวันไปทิ้งในถังขยะแต่ละประเภทที่บริษัทฯ ได้จัดเตรียมไว้ รวมถึงมีการนำขยะที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ ส่งต่อไปยังหน่วยงานที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ตัวอย่างวีไอโอสื่อการเรียนรู้ภายในบริษัทฯ เพื่อรณรงค์และให้ความรู้พนักงานเรื่องการแยกขยะ

นอกเหนือจากนี้วีจีไอจัดให้มีระบบบำบัดและทิ้งน้ำเสียของร้านค้าบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสที่สอดคล้องกับมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมระดับสากล โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีระบบนำน้ำทิ้งดังกล่าวมาผ่านระบบการบำบัดน้ำเสียบริเวณใต้สถานีก่อนปล่อยสู่ท่อระบายน้ำสาธารณะ เพื่อให้น้ำทิ้งมีค่าตามมาตรฐานที่กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกำหนด รวมถึงลดผลกระทบด้านมลภาวะที่อาจมีต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนโดยรอบ

การใช้น้ำ พลังงาน และทรัพยากรต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

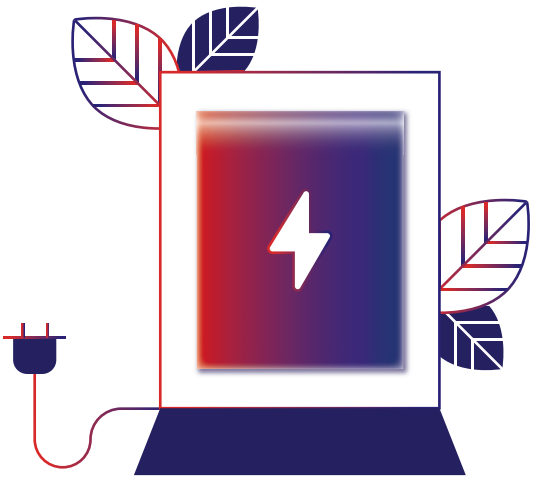
วีจีไอมีแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการใช้น้ำและพลังงานในการดำเนินธุรกิจ และการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำและพลังงาน

บริษัทฯ สนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากรและพลังงานในสำนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้ประกาศแนวปฏิบัติภายในให้พนักงานทุกคนได้ยึดถือและมีส่วนร่วมในการลด และให้ความสำคัญในการใช้ทรัพยากรภายในสำนักงานอย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ดังนี้

- ลดจำนวนการใช้กระดาษภายในสำนักงาน ด้วยวิธีการพิมพ์บนกระดาษทั้งสองด้าน และไม่พิมพ์เอกสารที่ไม่จำเป็น
- จัดทำรายงานและใบสั่งงาน ตลอดจนจัดเก็บเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์
- ลดปริมาณการใช้ไฟฟ้า โดยการเปิดใช้ไฟฟ้าเท่าที่จำเป็น รวมถึงปิดไฟและเครื่องปรับอากาศในเวลาพักกลางวัน หรือช่วงที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์
- รณรงค์การประหยัดและใช้น้ำเท่าที่จำเป็น

ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานในการเข้าติดตั้งซ่อมแซมป้ายโฆษณาบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยได้เข้าสำรวจ ทดสอบ และวัดผลปริมาณการใช้ไฟฟ้าบนสถานีในระหว่างการติดตั้งซ่อมแซมป้ายโฆษณาอย่างต่อเนื่อง จนสามารถกำหนดวิธีการและช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเปิด-ปิดไฟบนสถานี ในช่วงของการเข้าติดตั้งป้าย ซึ่งการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานนี้ สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลงได้ประมาณร้อยละ 10-15 ต่อปี อีกทั้งช่วยยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์ไฟฟ้าบนป้ายโฆษณาให้นานขึ้นอีกด้วย

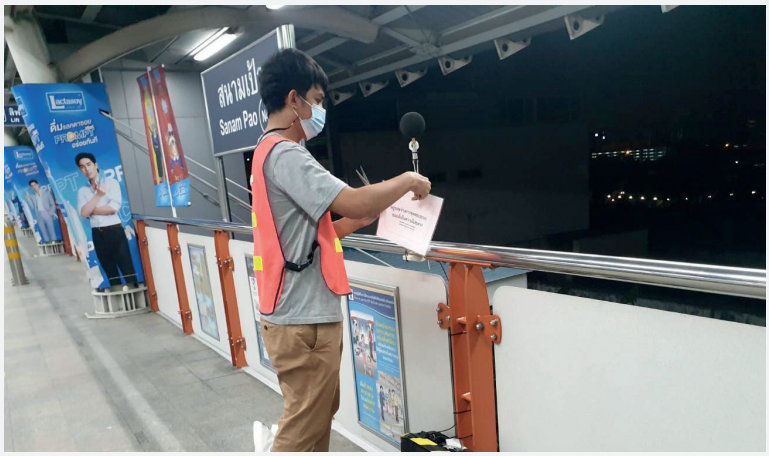
การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานในครั้งนี้ เป็นโครงการที่ริเริ่มโดยพนักงานของบริษัทฯ ที่เล็งเห็นถึงโอกาส ในการส่งเสริมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าภายในองค์กร ดูแลรักษาอุปกรณ์ของบริษัทฯ ให้มีอายุการใช้งานนานขึ้น และลดค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นโครงการสืบเนื่องมาจากกิจกรรมที่บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานเสนอแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการทำงาน หรือวิธีการแก้ปัญหาที่เกิดจากการทำงานอย่างสร้างสรรค์เมื่อปี 2562/63 ที่ผ่านมา



มลภาวะทางเสียงและทางสายตาจากสื่อโฆษณาของวีจีไอ

วีจีไอให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการควบคุมสื่อโฆษณาของวีจีไอไม่ให้ก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียงและทางตาต่อผู้ชมสื่อ โดยมีมาตรการจัดการดังนี้

- การควบคุมมลภาวะทางเสียง: บริษัทฯ จัดให้มีการตรวจวัดระดับเสียงของสื่อโฆษณาทั้งในขบวนรถไฟฟ้าและบนสถานีเป็นประจำ เพื่อให้มั่นใจว่าระดับเสียงของสื่อโฆษณา เป็นมิตรต่อผู้ชมและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด



- การควบคุมมลภาวะทางสายตา: บริษัทฯ จัดให้มีการตั้งและตรวจวัดค่าความสว่างของสื่อมัลติมีเดียของวีจีไอตามเวลาออกอากาศเป็นประจำเพื่อให้แน่ใจว่าค่าความสว่างของสื่อโฆษณาของเราไม่ก่อให้เกิดมลพิษและอันตรายทางสายตาแก่ผู้ชม

  นอกจากนี้ วีจีไอได้ใช้หลอดไฟแอลอีดี (LED) สำหรับระบบแสงสว่างของป้ายโฆษณาเพื่อการถนอมสายตาของผู้รับชมสื่อโฆษณา ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพในการแสดงภาพโฆษณาของบริษัทฯ อีกด้วย

SUSTAINABILITY REPORT 2020/21

CONTENTS

DEFINITION 65

MESSAGE FROM THE CHAIRMAN 67

ABOUT THIS SUSTAINIBILITY REPORT 68

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AT VGI 69

- VGI Ecosystem 70
- Our Ambitions and Strategy 74
- Awards and Achievements from the Past Year 75
- Materiality in Relation to Sustainablility of VGI 76
- Sustainable Development Policy and Targets 80

ECONOMIC DIMENSION 82

- Corporate Governance and Business Conduct 83
- Supply Chain Management 90
- Risk Management 92
- Security of Information Systems and Data Privacy 95

SOCIAL DIMENSION 97

- Customer Relationship Management and Innovative Products 98
- Human Capital Development and Well-being 105
- Occupational Health and Safety 110

SOCIAL AND COMMUNITY DEVELOPMENT 114

ENVIRONMENTAL DIMENSION 117

- Environmental Management 118

SUSTAINABILITY PERFORMANCE RESULT 123

GRI CONTENT INDEX 129

DEFINITION

The Company or VGI	refers to	VGI 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
Bangkok	refers to	Bangkok Metropolitan
BTSG	refers to	BTS Group Holdings Public Company Limited
BTSC	refers to	Bangkok Mass Transit System Public Company Limited
KEX	refers to	Kerry Express (Thailand) Public Company Limited

MESSAGE FROM THE CHAIRMAN

(GRI 102-14)

The ongoing COVID -19 pandemic has posed great health and economic challenges worldwide. We start to see long-term impacts on customers' behaviour, digital infrastructure and people's lifestyles, where organisational risks have been put to the test.

VGI, along with our vision of becoming "Pioneering Solutions for Tomorrow," remained restless and resilient throughout the crisis. We prioritised developing robust integration of the "VGI Ecosystem," leading creative solutions, and emphasising the opportunity set forth from digital disruption. In 2020/2021, VGI planted a strong position through our diverse platforms, including digital lending and insurance brokerage partnerships. Meanwhile, the Company focuses on moving forward with our Online-to-Offline solutions and building seamless partnerships to maximise growth and develop a sustainable economic outcome.

VGI is committed to and has implemented strategies in accordance with the Sustainable Development Goals (SDGs). Moreover, we attend to collective sustainable growth through supply chain and customer relationship management, as well as continuous employee care. Last year, we established a solid framework for stakeholder engagement and human rights policy, which includes our supply chain, customers and employees.

Our mission is not only to support the organisation sustainability, but also to carry out the business that benefits the community and environment around us. VGI would like to thank all of our stakeholders – our employees, customers, shareholders and our communities for the continuous trust and support throughout the year. VGI believes in the sustainability in our business conduct and future growth.

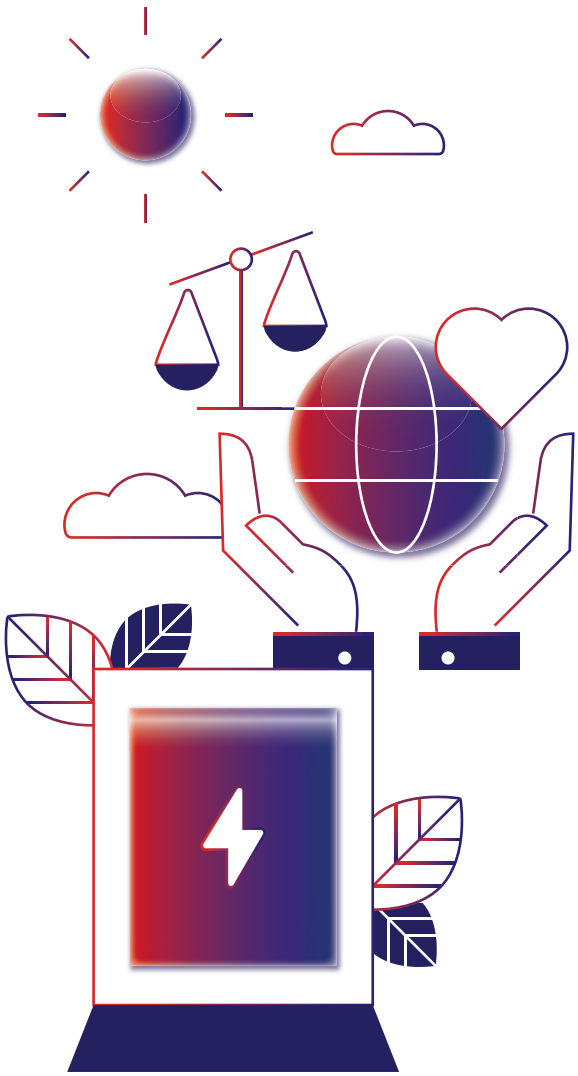
Mr. Keeree Kanjanapas
Chairman

ABOUT THIS SUSTAINABILITY REPORT

(GRI 102-1, 102-5, 102-46, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54)

VGI has been presenting Sustainability Report on an annual basis. This Sustainability Report 2020/21 has been prepared for the sixth 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, from 1 April 2020 to 31 March 2021, in order for the stakeholders to understand and be confident that 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 overall performance of VGI is available at http://investor.vgi.co.th/en/downloads/annual-reports



This report is available at http://www.vgi.co.th/sustainability/

For further enquiries, please contact the Company Secretary Office.

VGI Public Company Limited

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

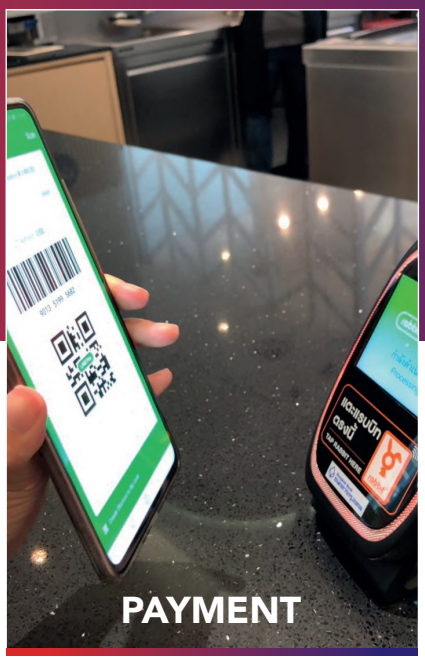
Email: companysecretary@vgi.co.th

Sustainable Development at VGI

VGI ECOSYSTEM

(GRI 102-2, 102-6)

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



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 as the largest office media network with over 180 office buildings in Bangkok and more than 1,400 screens.

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 passengers' experience for airport throughout Thailand, including the prime airports, Suvarnabhumi Airport and Don Muang Airport with advertising media in diverse displays, creating enjoyable experience 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 14 million Rabbit Cards issued.

Rabbit LINE Pay

E-payment system which is one of the functions embedded in LINE messaging application. Rabbit LINE Pay users can carry out financial transaction across over 100,000 offline and online merchants.

Rabbit Finance

Website comparing prices of insurance and financial products and financial institutions. Along with the new innovative financial services platform in digital lending market, providing easy solutions for consumers to access funding through digital platform.

Logistics Business

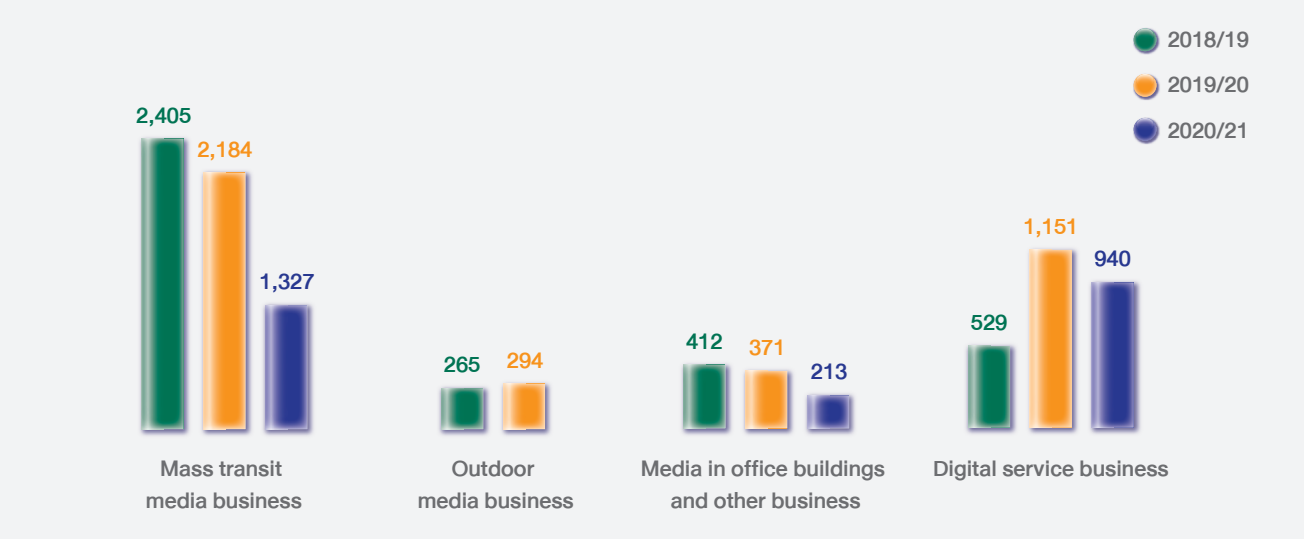
Leading Express Delivery Service in Thailand by Kerry Express (KEX)

Capable of express delivering over 2 million parcels daily, as a result of having over 1,230 distribution centers, 800 parcel shops, and 15,900 service points nationwide.

Business Growth (GRI 102-7, 102-48)

Operating Performance	FY 2020/21	Historical Comparison	
		FY 2019/20	FY 2018/19 (Restated)
Operating Revenue (THB million)	THB2,480 million	THB4,000 million	THB3,611 million
Operating Profit (THB million)	THB980 million	THB1,424 million	THB1,101 million
Dividend Payment[1] (THB per share)	THB0.061 / share	THB0.061 / share	THB0.094 / share
Number of Employees in VGI Group [2] (persons)	692 persons	693 persons	1,042 persons

Remarks
1) Dividends for the FY2020/21 at the rate of THB0.061 per share, in the amount of not exceeding THB593.38 million remains uncertain as it requires the approval from the 2021 Annual General Meeting of Shareholders
2) Information as of 31 March 2021



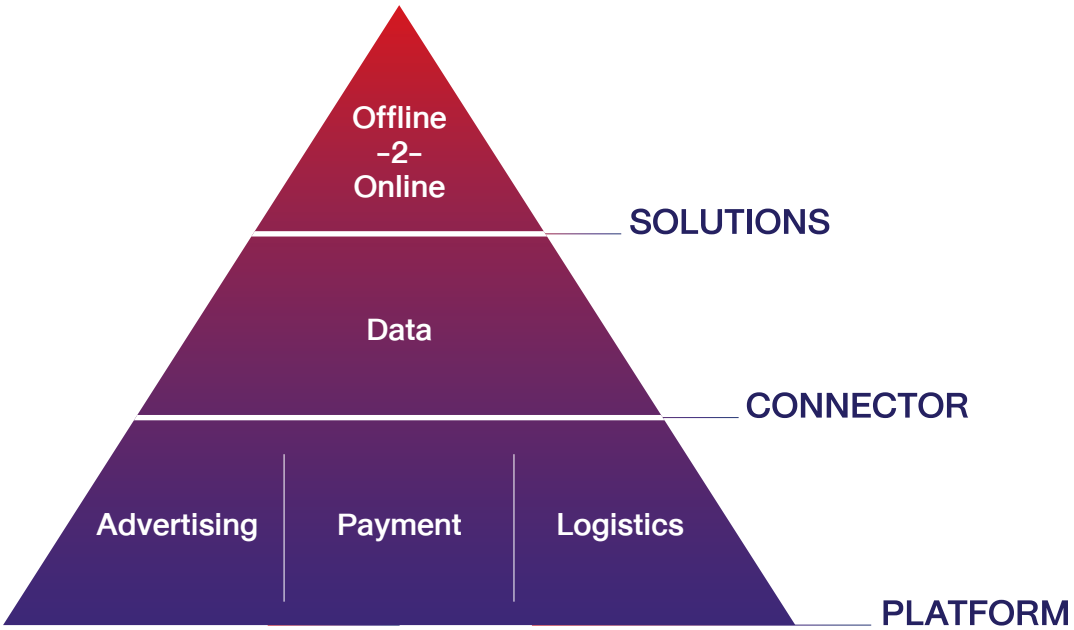
Unit: THB Million

Business Type	FY 2020/21	Historical Comparison	
		FY 2019/20	FY 2018/19 (Restated)
Mass transit media business	1,327	2,184	2,405
Outdoor media business	-	294	265
Media in office buildings and other business	213	371	412
Digital service business	940	1,151	529

OUR AMBITIONS AND STRATEGY

(GRI 102-16)

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.



Values

Organizational Values: We believe in long-term value creation. Creating sustainable value for our shareholders, partners and society is our fundamental principle.

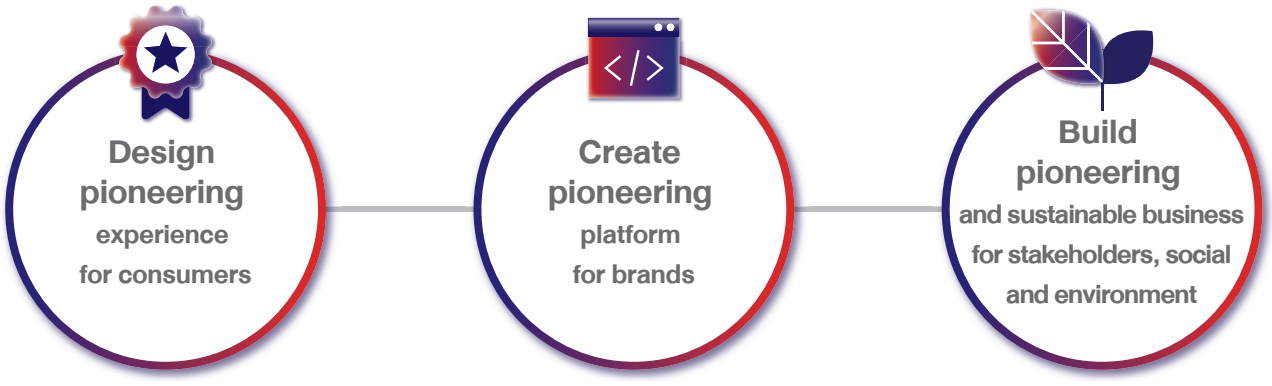
Growth

Business Growth: We aim to achieve industry-leading growth. Strengthening our unique business units and partnering with key complimentary market leaders around the world is our key growth differentiator.

Innovation

Innovation Creation: We commit to digital, technologies and R&D excellence to develop and launch new generation products and solutions that meet ever-changing consumer demands.

Mission



AWARDS AND ACHIEVEMENTS FROM THE PAST YEAR

In 2020/21, VGI continues to reaffirm the success of its strategic transition from a traditional Out-of-Home Media company into the most innovative Offline-to-Online (O2O) Solutions provider, receiving numerous awards and accolades from local and international organisations. Such accomplishments have conferred the Company world-class recognition, leading to greater confidence among customers, investors and partners.

Awards

- **Thailand's Top Corporate Brands Award under Media Category** for the 4th consecutive year by the Faculty of Commerce and Accountancy Chulalongkorn University and in collaboration with the Stock Exchange of Thailand ("SET")
- **The Most Innovative O2O Solutions for Payment and Logistics Platforms in 2020** by International Finance Award (IFA)
- **ASEAN's Transformation Champions in 2020** by Innosight

- **'Best' Investor Relations Award from SET Awards 2020** by SET and Money & Banking Magazine
- **Superbrands Award under the Banking/Finance and Credit Card Category in 2020** awarded to Rabbit Card by Superbrands Thailand.

Achievements

MSCI

- **Include into MSCI Small Cap Indices effective in December 2020** from the Morgan Stanley Capital International (MSCI) index

ESG100 2020
Environmental • Social • Governance

- **ESG Top 100 Listed Companies 2020** by the ESG Rating Unit of Thaipat Institute

SET

- **Include into SET50 Index as the Only Media Company within Thai Media Industry** since January 2020 to June 2021.

IOD
Thai Institute of Directors

- **'Excellent' Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2020** by Thai institute of Directors Association (IDO)

MATERIALITY IN RELATION TO SUSTAINABILITY OF VGI

(GRI 102-46, 102-47)

Procedures used in determining materiality in relation to sustainability of VGI were prepared in accordance 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 economy, society and environment. The content selection and materiality assessment process can be summarised as follows:

Step 1

Identification of Material Topics

VGI has compiled material topics for sustainability relevant to its operations through 2019/2020 review of materiality in relation to sustainability, an opinion survey of the internal and external stakeholders, including comparison with both domestic and international materiality topics, e.g. SETTHSI index criteria and the Sustainability Development Goals or SDGs determined by the United Nations, taking into account nature of business, corporate risks, business opportunities and media industry trends.

Step 2

Prioritisation 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 stakeholders via an opinion survey of the internal and external stakeholders, and (ii) significance to the economic, social and environmental impact, by weighing the significance of each materiality in the sustainability context, mainly based on the business strategy.

Step 3

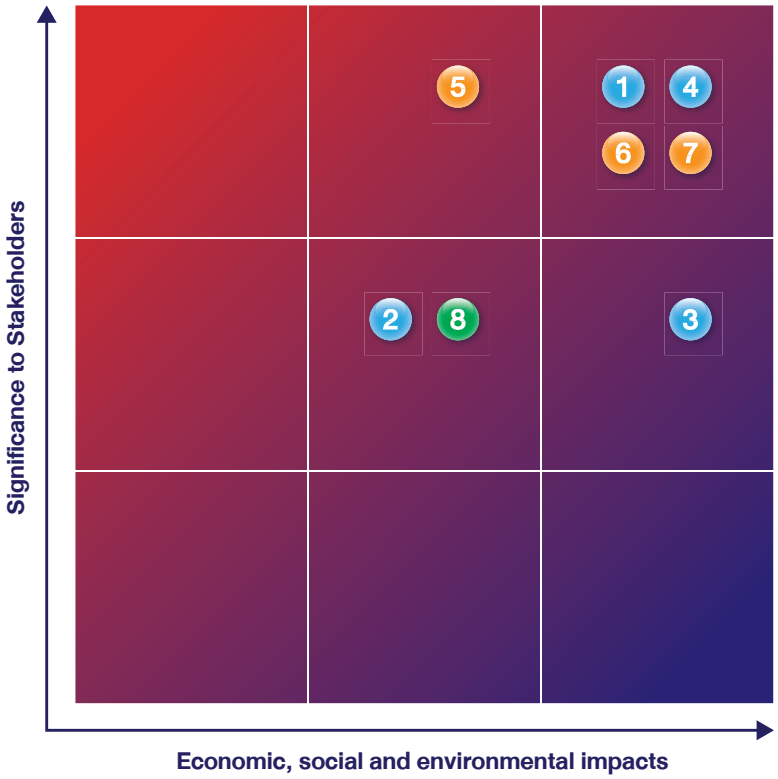
Verification

The Corporate Governance Committee, by the recommendations of the Executive Committee, has considered and determined the material topics of the organisation, 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 of the materiality related to sustainability annually and has set up channels for comments and suggestions 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 expectations of the internal and external stakeholders.



Material Topics	Scope of Impact	
	Internal	External
Economic Dimension		
1. Corporate Governance and Business Conduct	●	●
2. Supply Chain Management	●	●
3. Risk Management	●	●
4. Security of Information Systems and Data Privacy	●	●
Social Dimension		
5. Customer Relationship Management and Innovative Products	●	●
6. Human Resources Development and Well-being	●	
7. Occupational Health and Safety	●	
Environmental Dimension		
8. Environmental Management	●	●

Stakeholder Engagement (GRI 102-21, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44)

VGI recognises 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 organisation. Therefore, VGI has arranged procedures and various communication 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 organisation.

On 9 November 2020, the Board of Directors of VGI announced the policy on stakeholder engagement and published it on the Company's website to demonstrate their standing and commitment to support, build a relationship and effectively respond to the stakeholders' expectations and create confidence in the Company's operation. VGI intends to provide all groups of stakeholders with accurate and complete information through communication channels suitable for each stakeholder group.

Group of Stakeholders	Communication Channel and Procedure	Example of Expectations	Key Outcome to Meet Expectations
Shareholders/ investors	• Annual general meeting of shareholders • Reports on the operating results on a quarterly and annual basis by disclosing the same on VGI's website and SET • News report via mass communication and online platforms • Various communication channels, such as website, Facebook, email, telephone	• 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. • Company management and protecting the rights of shareholders during the COVID-19 pandemic crisis	• Conducted business with transparency in accordance with the relevant laws, Corporate Governance Policy and Code of Conduct. • Assessed the anti-corruption risk of the Company and renew membership of the Collective Action Coalition of the Private Sector Against Corruption (CAC).
Employees	• CEO message via internal communication channels • Internal communication channels, e.g. VGI LINE Official Account and Intranet, and common areas in the office • Annual satisfaction survey • Comment box	• Treat employees equitably, respect fundamental human rights under international standards, laws, rules and regulations. • Consistently train and develop the potential of employees, both internally and externally. • Provide career growth. • Provide appropriate remuneration and welfare. • Provide a hygienic working environment and appropriate according to occupational health and safety.	• The employee engagement with the organization was at the level of 86%. • Declared a human rights policy that covers labor protection. • Set up the Safety, Occupational Health and Work Environment Committee to support the employees. • Organised online training. • Launched Work From Home policy during the COVID-19 pandemic crisis.

Group of Stakeholders	Communication Channel and Procedure	Example of Expectations	Key Outcome to Meet Expectations
Customers	• Annual satisfaction survey • Building customer relations, e.g. organising activities to strengthen relations with customers • Collect complaints, suggestions and comments via complaint channels.	• Present products with quality that meet customers' expectations at a fair and appropriate price. • Provide accurate and adequate information for customers' decision making. • Continuously improve quality and types of products and services. • Protect customer data.	• The customer satisfaction level was at 91.3%. • Continuously developed products and gained external recognition, such as being awarded the "Most Innovative O2O Solutions for Payment and Logistics Platforms" as the leading company with the most innovative platform.
Business partners	• Selection procedure and performance assessment of business partners • Meeting with business partners	• Procure transparently, fairly, and accountably. • Comply with agreements.	• Business partners signed a Business Ethics Acknowledgment that identifies operational issues covering economic, social and environmental areas. • Business partners received safety training before working.
Government agencies	• Reporting on the performance related to the period indicated by government agencies • Communicating with government officials in order to create a correct understanding • Continuous participation in activities, seminars and projects from government agencies	• Comply with the law, rules and regulations. • Disclose complete operational information on a regular basis. • Join the project or new cooperation from government agencies.	• Strictly complied with the relevant law and regulations. • Disclosed operational information for a length of time as indicated and longer for transparency. • Participated in the adjustment of the annual disclosure format of a single report (56-1 One Report) before it went into effect from the SEC.
Communities, society and environment	• Activities for communities and society • Organisational management that takes environment into consideration • Use of advertising platforms to publicise news that are useful to the public	• Develop society, community and environment. • Coexist with the community sustainably. • Minimize the impact on environment from the business operation. • Take part in cultivating people's moral values in conserving the environment.	• Set environmental goals which covers waste reduction, sustainable use of energy and creating a creative platform to be a voice for the larger society. • Recycled leftover raw materials from business operations, such as in the VGIxPomelo project.

Stakeholder Engagement Policy

SUSTAINABLE DEVELOPMENT POLICY AND TARGETS

VGI is committed to conducting business in order to create organisational value, growth, and innovation, which is the cornerstone that leads to the ultimate goal of ensuring the Company's sustainability for long-term benefit of stakeholders across the value chain. The Company prioritises business operations with social responsibility, management based on good governance and corporate governance principles, resulting in continuous economic growth and environmental awareness. The Board of Directors established a sustainable development policy, which went into effect on 9 November 2020 and has been available on the Company's website, to demonstrate tenacity and to serve as a framework of practical business operations for directors, executives and employees to follow in order to further the Company's consistent and sustainable growth.

VGI's Corporate Governance Committee meets on a regular basis to review the Company's sustainability goals by analysing the previous year's sustainability performance, risks associated with sustainability issues and the Company's business opportunities. The key performance results are summarised in the following issues.

	Sustainability Issues	5-year Long-Term Sustainability Targets (2020/2021 – 2024/2025)	2020/2021 Targets	2020/2021 Performance	SDGs
Economic Dimension	Corporate Governance and Business Conduct	• All employees of the Company, including the employees of the main subsidiaries, attend business ethics training sessions. • No significant warnings or audits from regulators are present. • The result of corporate governance assessment is marked as "excellent."	• All employees of the Company attend 100% of business ethics training sessions. • No significant warnings or audits from regulators are present. • The result of corporate governance assessment is marked as "excellent."	• All employees of the Company attended 98% of business ethics training sessions. • No significant warnings or audits from regulators were found. • The result of corporate governance assessment was marked as "excellent" in 2020 according to Corporate Governance Report of Thai Listed Companies (CGR).	
	Supply Chain Management	100% of the Company's suppliers sign an acknowledgment of the Supplier Code of Conduct addressing operational issues covering economic, social and environmental dimensions.	100% of Critical Tier 1 suppliers are assessed for economic, social and environmental risks.	100% of Critical Tier 1 suppliers were assessed for economic, social and environmental risks.	
	Risk Management	Risk management is carried out in accordance with COSO – ERM 2017.	Risk management training is provided for employees throughout the Company to create corporate culture.	Risk management training was provided for employees throughout the Company to create corporate culture.	
	Security of Information Systems and Data Privacy	No complaints from government agencies, clients or other relevant parties about the wrongful use of personal information are present.	• All employees receive information protection training. • Client information is protected.	• All employees received information protection training. • Client information was protected.	

	Sustainability Issues	5-year Long-Term Sustainability Targets (2020/2021 – 2024/2025)	2020/2021 Targets	2020/2021 Performance	SDGs
Social Dimension	Customer Relationship Management and Innovative Products	• The customer satisfaction score is 95%. • No complaints from customers about advertising materials and staff service are present.	• The customer satisfaction score is 90%.	• The customer satisfaction score was 91.3%.	
	Human Resources Development and Well-being	Employee engagement rate with the organisation is not less than 90%.	Employee engagement rate with the organisation is not less than 75%.	Employee engagement rate with the organisation was 86%.	
	Occupational Health and Safety	• 100% of the Company's employees and suppliers receive training in accordance with safety standards. • Zero accident	Policies, procedures and safety training are developed for the Company's employees.	• Policies, procedures and safety training were developed for the Company's employees. • Zero accident	

Ongoing Environmental Management Targets from 2020 to 2023 (Divided into 3 Sub-targets)

	Sustainability Issues	Waste Management	Sustainable Energy Consumption	Inspire Platform	SDGs
Environmental Dimension	Environmental Management	• Adjust the waste disposal methods from landfilling or incineration to recycling at a rate of 30% of total waste. • Create value from waste by converting it into environmentally friendly products, with the goal of reducing waste generation by at least 10%.	Maintain a level of water and electricity consumption not exceeding a 10% increase over the baseline year of 2019.	Distribute climate change content through corporate advertising platforms with the goal of reaching at least one million people each year.	

Sustainability Development Policy

Economic Dimension

CORPORATE GOVERNANCE AND BUSINESS CONDUCT

(GRI 102-13, 102-17, 102-18, 103-1, 103-2, 103-3, 205-2, 205-3, 415-1)

5-year Long-Term Sustainability Targets (2020/2021 – 2024/2025)	2020/2021 Targets	2020/2021 Performance
• All employees of the Company, including the employees of the main subsidiaries, attend business ethics training sessions. • No significant warnings or audits from regulators are present. • The result of corporate governance assessment is marked as "excellent."	• All employees of the Company attend 100% of business ethics training sessions. • No significant warnings or audits from regulators are present. • The result of corporate governance assessment is marked as "excellent."	• All employees of the Company attended 98% of business ethics training sessions. • No significant warnings or audits from regulators were found. • The result of corporate governance assessment was marked as "excellent" in 2020 according to Corporate Governance Report of Thai Listed Companies (CGR).

Management Approach

Corporate Governance Policy and Code of Conduct

VGI strives to conduct business in accordance with the principles of good corporate governance and business ethics by means of internal control and operation in an honest, transparent and anti-corruption manner. Recognising the importance of good corporate governance in promoting sustainable business growth, the Board of Directors has prepared a corporate governance and business ethics manual which includes criteria for various aspects such as shareholder rights, equitable treatment of shareholders, stakeholder roles, transparency and data disclosure, the Board of Directors' responsibilities. These criteria are in line with the principles of good corporate governance of the Stock Exchange of Thailand and corporate governance principles for listed companies in 2017 according to SEC, Thai Institute of Directors Association and international standards. Every year, the Board of Directors and relevant committees organise a review of the aforementioned criteria, including anti-corruption measures and other policies, in order to respond to business conditions and meet the society's common goals.

VGI also values the Company policies, which serves as a guideline and framework for employees and stakeholders across all departments. Last year, VGI adopted a comprehensive sustainability-endorsement policies addressing economic, social, and environmental concerns to demonstrate our intention and determination to drive the organisation toward efficient sustainable development.

Key Sustainability Policy effective from 2020/21

Sustainability Development Policy

Prioritise conducting business with social responsibility, including the economic, social and environmental framework

Tax Policy

Demonstrate intent and commitment to carrying out tax duties transparently, fairly, and in accordance with the law.

Stakeholder Engagement Policy

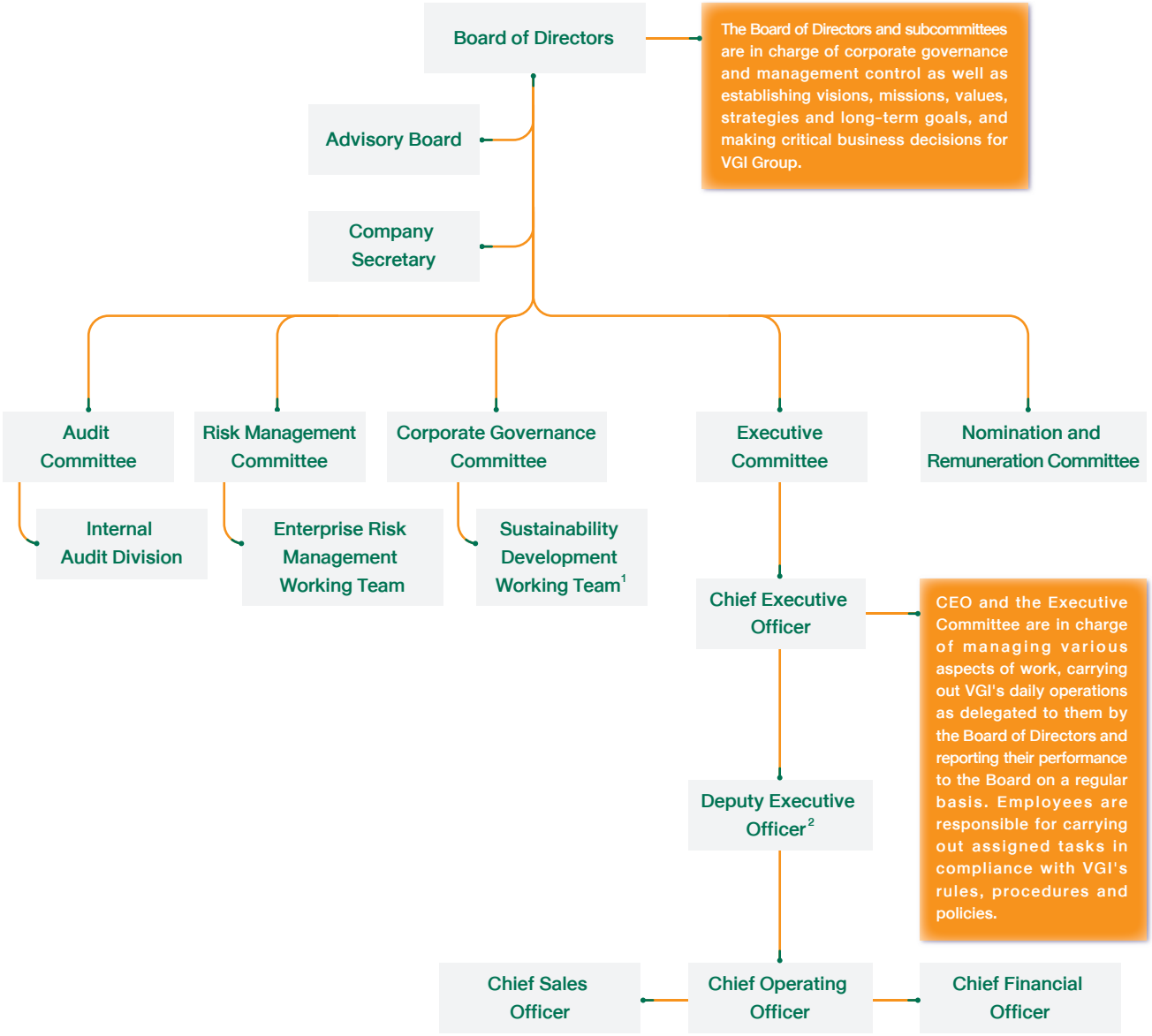
Prioritise engagement, communication, understanding of various issues and expectations of all stakeholders.

Human Rights Policy

Conduct business by protecting the human rights of stakeholders across the value chain.

Corporate Governance Structure

VGI sustained the good cooperate governance through the management structure which clearly separates the powers, duties and responsibilities of each party in order to maintain balance as well as control and power balance mechanisms between roles in governance, management and performance.



Remark:
[1]Start operating from 1 April 2021
[2]The Deputy Executive Officer is under nomination to fill vacancy

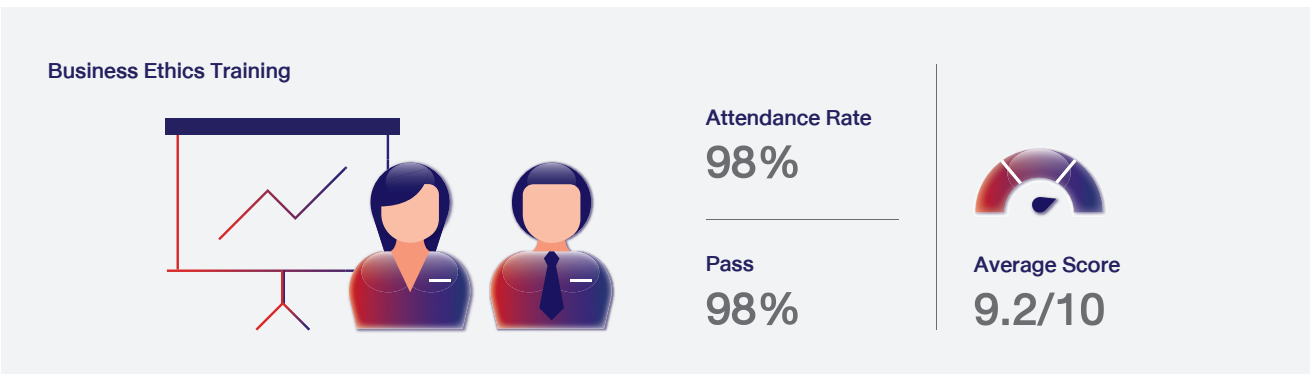
Additional information on corporate governance is provided in the Annual Report 2020/21 (56-1 One Report) under the "Corporate Governance" section.

Diversity of the Board of Directors

Business Ethics Communication

VGI recognises that transparent business operations and good business ethics are essential in building trust among all stakeholders and leading to long-term business returns. Therefore, the Company is constantly working to improve employee understanding, communication and dissemination of the principles of good corporate governance and business ethics. Both new and current VGI employees must go through a learning process that includes policies and guidelines from the Company's Code of Business Conduct. (This includes anti-corruption measures and practices) together with the post-learning test.

In the year 2020/21, the Company provided lessons via electronic learning system (E-learning) as well as testing via a comprehensive online network to comply with safety measures and to prevent the spread of COVID-19. The Company's employees can access to learning materials and complete the test even while working from home.



Anti-Corruption

VGI is committed to anti-corruption and objecting all forms of bribery. It also supports the Board of Directors, executives and employees at all levels, including subsidiaries and persons involved in business operations, not to engage in corruption, whether directly or indirectly. VGI reviews anti-corruption measures, as well as other relevant measures, on an annual basis, to ensure that those measures are appropriate and sufficient for the organisation's prevention, investigation and response to potential corruption risks.

VGI strictly follows anti-corruption measured and communicate the No-Gift Policy, along with internal reporting system on gifts, assets, or any other benefits receiving to employees and related persons via various internal channels to be used as a guideline for daily operations.

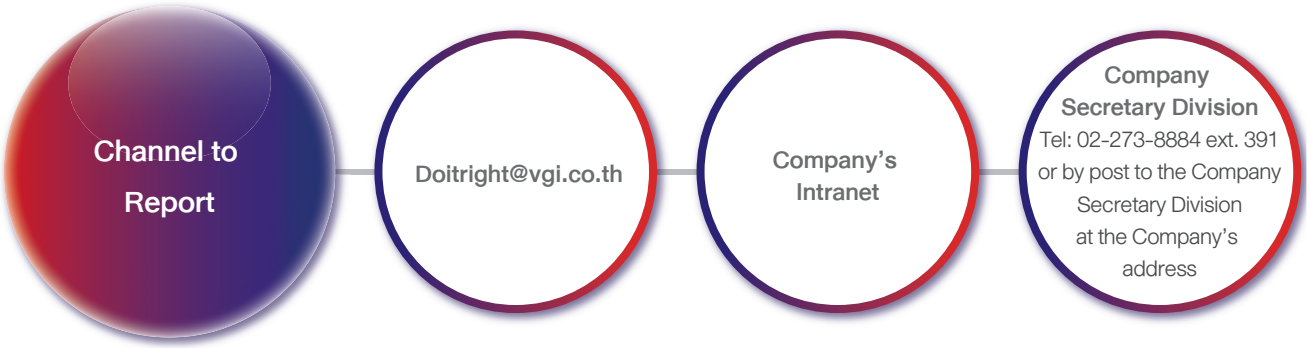
Furthermore, to demonstrate VGI's commitment for no-tolerance on any form of corruption, the Company announced its intention to join the Collective Action Coalition of the Private Sector Against Corruption (CAC). On 30 June 2020, the Company conducted an anti-corruption risk assessment and has successfully renewed its CAC Coalition membership which will expire on 29 June 2023.

No Gift Policy poster, internally published to campaign the anti-corruption measures in the organisation

Whistle Blower

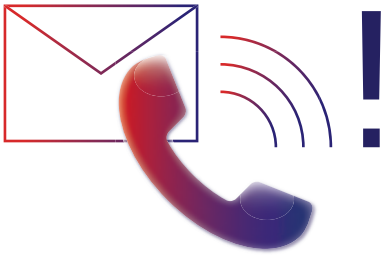
VGI encourages its directors, executives, employees and officers to operate business in a responsible, transparent, and fair manner. Therefore, a channel is created to receive information about wrongdoing, violations of the Company's rules and regulations, illegal, immoral or unethical business practices, or any actions suspected of corruption in relation to the VGI Group. All stakeholders are able to report incidents or clues via three different channels, both inside and outside the Company.

VGI has measures to protect the rights of complainants and informants. The Company will conceal the name, address or any information that can identify the complainant or the information provider and will keep the information of the complainant and the informant confidential.



Process of Handling Complaints

Whistleblowers or complaints through various channels	Consider first whether the complaint involves violation of Anti-Corruption Measures.	Coordinate with the Human Resources Department to appoint an investigation committee.	Report the number of fraud whistleblowers, event summary and operational status to the Audit Committee.
The Legal Department prepares a summary of corruption and corruption complaints received.	(a) If the case does not qualify as a violation of the Anti-Corruption Section, the matter will be forwarded to the appropriate departments. (b) In case of corruption (i) unfounded, the results will be communicated to the complainant; (ii) There is sufficient information, the Legal Department will take further steps. *In case of violent corruption that must be rectified in a timely manner, the case will be reported to the Executive Committee and the Audit Committee. The copy will be forwarded to the Internal Audit Department for acknowledgement.	After setting up aninvestigation committee, the Human Resources Department will continue the investigation.	Report every 6 months.



For the year 2020/2021, VGI has not received any complaints about corruption.

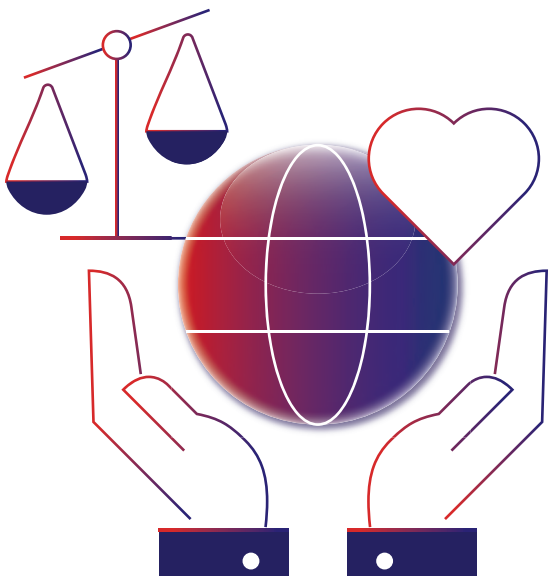
Number of Complaints	
2019/2020	2020/2021
0	0

VGI and Public Policy

VGI has collaborated with a number of organisations to jointly operate, support, and provide holistic assistance in the fight against corruption, as well as to encourage positive sharing in the economy, society, and environment for the Company's and society's sustainable development. However, the Company has no policies in providing political assistance to political parties, politicians or individuals involved in politics, either directly or indirectly.

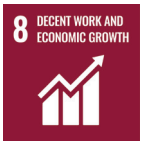
Type	Organisation	Topic	Objective of Relationship		Contribution Amount (THB)			
					2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Lobbying, interest representative or similar	n/a	n/a	n/a	n/a	0	0	0	0
Local, regional or national political campaigns / organisations / candidates	n/a	n/a	n/a	n/a	0	0	0	0
Trade Association	Thai Institute of Directors Association	Governance	Support	Adopt a policy to promote good corporate governance within the organisation and enhance the professionalism of the Company's directors.	106,130	136,760	305,766	123,720
Trade Association	Thai Listed Companies Association	Governance	Support	Obtain policies to ensure compliance with regulators' and government agencies' rules and guidelines.	7,490	14,980	16,050	26,750

Type	Organisation	Topic	Objective of Relationship		Contribution Amount (THB)			
					2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Trade Association	Thai Investors Association	Governance	Support	Support the organisation's activities in providing general investors with knowledge and understanding of securities analysis.	10,000	20,000	-	-
Trade Association	Advertising & Sign Producing Association (ASPA)	Practice for Media	Support	Participate in the policy and acknowledge information that is useful and conducive to business operations of the organisation, as well as jointly develop working systems and share knowledge to promote media business.	6,000	840,000	125,000	300,000
Trade Association	Media Agency Association of Thailand (MAAT)	Practice for Media	Support	Participate in the policy and acknowledge information that is useful and conducive to business operations of the organisation, as well as jointly develop working systems and share knowledge to promote media business.	242,408.5	231,708.5	107,000	-
Total contributions and other spending					372,028.50	1,233,448.50	438,816.00	450,470.00



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

(GRI 102-9, 103-1, 103-2, 103-3, 205-1, 308-1, 414-1, 414-2)



5-year Long-Term Sustainaiblity Targets (2020/2021 – 2024/2025)

- 100% of the Company's suppliers sign an acknowledgment of the supplier's code of business conduct addressing operational issues covering economic, social and environmental dimensions.

2020/2021 Targets

- 100% of Critical Tier 1 suppliers are assessed for economic, social and environmental risks.

2020/2021 Performance

- 100% of Critical Tier 1 suppliers were assessed for economic, social and environmental risks.

Management Approach

Transparency, fairness and respect in good business ethics, human rights, environment and the safety of all stakeholders are the priority in VGI's supply chain management. The Company takes continuous consideration over the impact on the economic, social and environment ("ESG") caused by our business operations. VGI integrates the risk management process as a part of our supplier selection, screening, monitoring and assessment system.

VGI stipulates the supplier conducts policy in the Company's Corporate Governance Policy and Code of Conduct to provide clear directions for all the employees and relevant persons. The Company also established the Supplier Code of Conduct that encompasses overall ESG dimensions to be distributed for our suppliers as a framework in VGI's business practices and encourage sustainable business conduct for all the involved parties.

Furthermore, on 23 March 2021, the Board of Directors of the Company approved the Human Rights Policy that promotes compliance towards human rights principles for the business partner. The policy embeds human rights in all supply chain-related processes and assigning regular supplier review and assessment to appraise the potential human rights impact that may occur. The policy also lays the foundation for the Company to establish mitigation measures in human rights violation in the supply chain.

Risk Management Assurance System

Screening		Monitor / Review	Critical Tier 1	ESG High Risk
All VGI's suppliers require to sign acceptance on the Company's Supplier Code of Conduct and detailed information relating to potential ESG risk issues	Supplier with determined possible high risk which may affects ESG focused business must complete the self assessment detailing products and services quality and ESG governance operations, in order for VGI to provide tending and risk controlmeasures	All suppliers with continous business relationship with VGI will be appraised for: (1) Products and services quality assurance (2) ESG Risk assessment	Suppliers with high annual spending are categorised as Critical Tier 1 supplier due to high spending dependency which may creates significant impact on VGI's operations. Approporaite risk control measures will be in place for these suppliers.	Suppliers with high ESG risk categorised as ESG High Risk suppliers. On-site audit will in place for high risks uppliers assessment which consists of 3 main elements of Business Continuity, Reputation Risk and Responsible Operation.

* Supplier passed the screening process will be listed in the Approved Supplier List

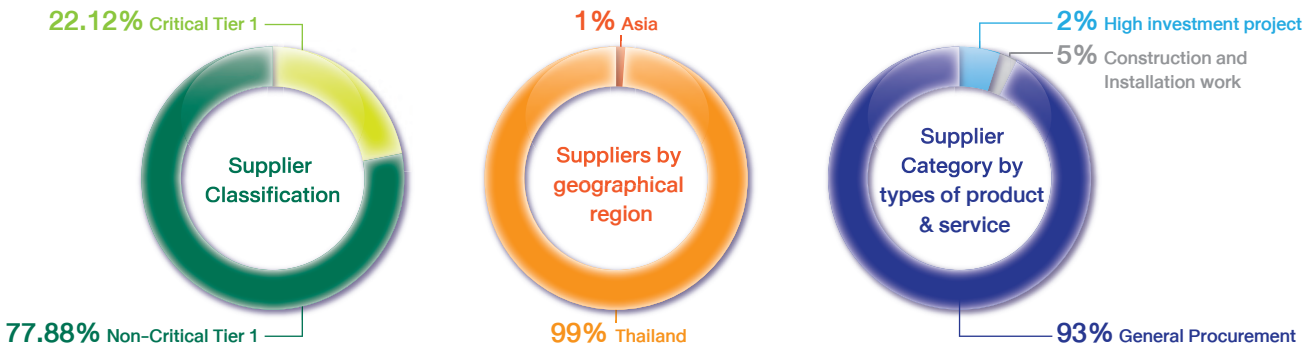
Supplier Code of Conduct

Human Rights Policy

2020/21 Performance

In 2020/21 VGI had a total of 104 suppliers considered as Tier 1, accounting for total procurement spending of THB268, passed the Company's screening criteria. Of all suppliers, there were 23 Critical Tier 1 suppliers or 22.12% of total suppliers, with the total procurement spending of THB237 or 88.74% of total procurement spending. In addition, VGI had 4 critical non-Tier 1 suppliers from our assessment.

All VGI's Critical Tier 1 suppliers or 100 % of them acknowledged and accepted the scopes and guidelines of the Company's business practices in the Supplier Code of Conduct. The guideline concerns key issues: the standardised and law-compliance business ethics, occupational health and safety guideline, which includes the emergency response plan, human rights and labor principles compliance practices, and environmental and social responsibility operations.



According to the results of High Risks Supplier Analysis, it was found that of all 23 Critical Tier 1 suppliers, there were 9 high-risk suppliers who were assessed by the on-site audit program. The procedures start from the detailed elaboration and objective statement of on-site audit to the assessment result meeting with the suppliers. The audit result shall be reported by using 4 level of supplier's ESG practices which is separated as follows:

Excellent (4.00-3.26)	Sustainability practices have implemented at the excellent level. Monitoring on ESG risk is not required.
Good (3.25-2.51)	Sustainability practices have implements at the good level. Improvement can be achieved in some areas but monitoring on ESG risks are not required.
Fair (2.50-1.00)	Sustainability practices have implemented at fair level. Suppliers must propose plan and timeline to improve ESG performance whch has to be completed within the timeframe.
Poor (Below 1.00)	Sustainability practices have implemented at poor level. Suppliers must propose a plan and timeline to improve ESG performance before any bidding can take place.

The criteria for on-site audit highlights various sustainable business aspects such as business continuity management, corporate governance and anti-corruption measures, business conduct under the human rights policy, laws protection and compliance and sufficient internal control measures.

In 2020/21, according to the on-site audit assessment, it found that no suppliers were evaluated at or lower than Fair and Poor level and no suppliers found to have a tendency of human rights violation conduct.

Supplier Sustainability Endorsement Activities

VGI strongly believes that the sustainable supply chain management is the heart of building future rewarding business partners. We, therefore, focuses on collective sustainable development with all stakeholders. VGI arranged annual safety learning sessions for our suppliers who work in construction, installation and all safety-conscious projects.

RISK MANAGEMENT

(GRI 102-15, 102-18, 102-30, 103-1, 103-2, 103-3)

5-year Long-Term Sustainaiblity Targets (2020/2021 – 2024/2025)

- Risk management is carried out in accordance with COSO – ERM 2017.

2020/21 Targets

- Risk management training is provided for employees throughout the Company to create corporate culture.

2020/21 Performance

- Risk management training was provided for employees throughout the Company to create corporate culture.

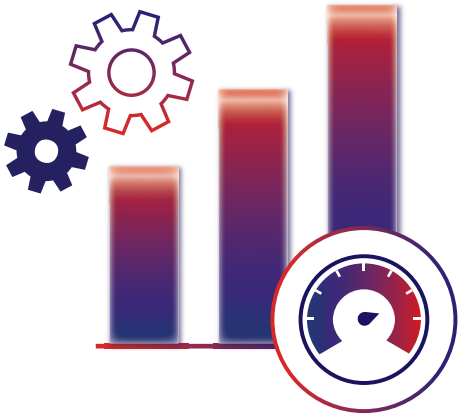
Management Approach

The Company recognises the importance of risk management as a key mechanism that will help the Company to achieve its targets, business plans, strategies, and visions under the present and future fast changing business environment, high competitive market and unprecedented situation. The risk management would also reduce obstacles and losses that may occur in profits, business operations, and confidence of investors and stakeholders.

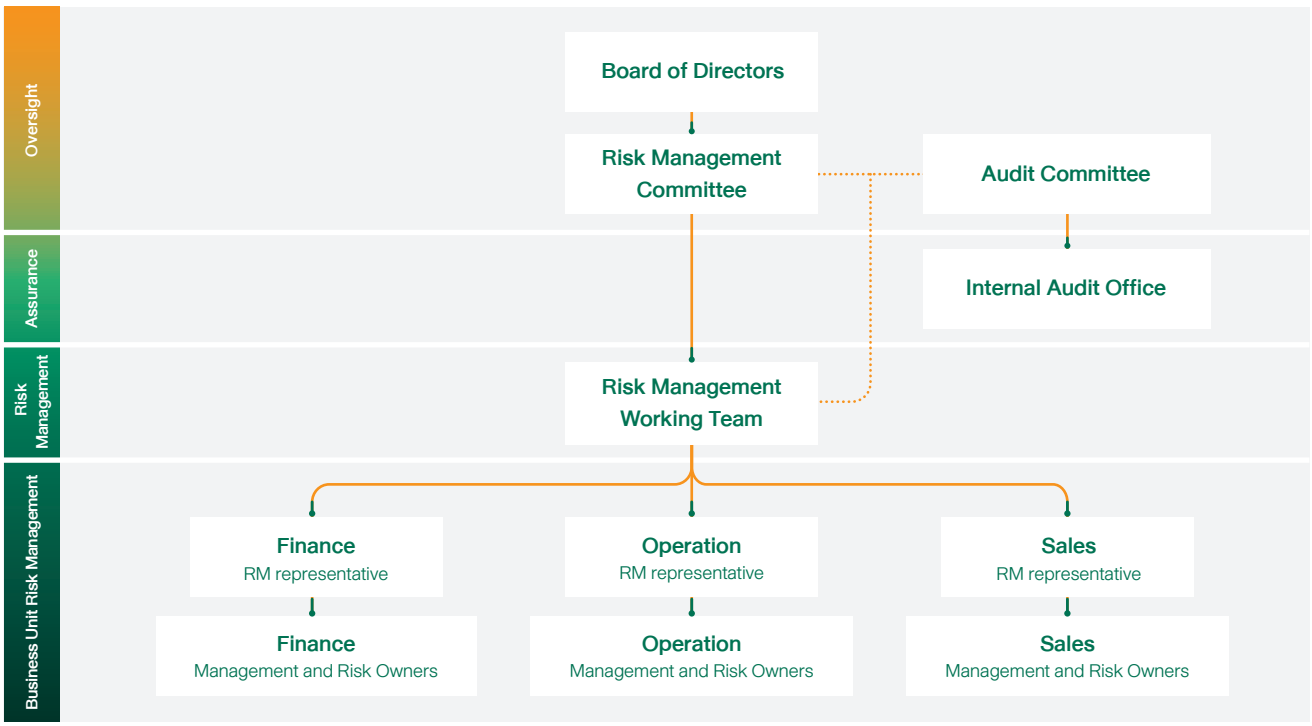
VGI has implemented risk management procedures following the guidelines of the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) with the systematic organisational risk management. The Company's directors and executives pay great attention to the risk management system. The Board of Directors established and appointed the Risk Management Committee to issue policies, measures and guidelines and monitor, follow up and recommend the risk management process to ensure robust and efficient risk management. The Committee set forth the Risk Management Working Team consisting of representatives from each business unit to support the Risk Management Committee by ensuring that all organisational risks are under the risk appetite and thoroughly build the risk management as the Company's culture.

The Risk Management Committee also arranges for communications, information exchange and cooperation with the Audit Committee on the risk management once a year. VGI's Audit Committee and the Internal Audit Division are independent from any risk management entities and free to perform auditing tasks without influence, with transparency and effectiveness.

Enterprise Risk Management Policy



Risk Management Structure



Risk Management Process

The Risk Management Committee and the Risk Management Working Team adhere to VGI's risk management framework to always guarantee constant control and keep the process up-to-date.

VGI's risks are analysed and divided into 4 dimensions, namely, (1) strategic risks, (2) operational risks, (3) financial risks, and (4) compliance risks of which are assessed through financial and non-financial parameters based on the likelihood of their occurrence and level of impact in, for example, compliance, safety towards relevant persons, the Company's personal and environment.

2020/21 Performance

With the unavoidable impact on global economic and society arose from the ongoing COVID-19 pandemic, organisational risk management system are challenged. VGI as the business operating in advertising, payment and logistics industries (VGI Ecosystem) has been impacted from the fluctuation of the economic and the change of consumers' behavior from the new normal world.

VGI is aware that an effective risk management system is the crucial mechanism to reduce the Company's negative financial impact during the crisis. Accordingly, in 2020/21, VGI's key risk management performance are as follows:

- Implemented control, reviewed and improved the mitigation plan, to ensure concise and sufficient risk and crisis management, especially on the change of customer demands and the uncertainty of economy due to the crisis situation risks while maintained the strict risk management framework.
- Held a training program of the Enterprise Risk Management Workshop to the directors, executives and the representative of each business units with total of 24 employees attended, in encourage the risk management culture within the organisation and building the strong risk management foundation as a part of the Company's daily working routine.
- Delineated Business Continuity Plan (BCP) to be fundamentally ready for any upcoming emergency circumstances or crisis. And the BCP covers the emergency response on the pandemic situation as well.

For additional information regarding risk management, please see "Risk Management" in the 2020/21 Annual Report (56-1 One Report).

Emerging Risks

VGI's Emerging Risks	Relation to VGI	Risk Management Plan
Digital power concentration	VGI aims to synergised the offline and online services while developing the business in the digital economy realm. The concentration of digital power that restricts the number of business players in the field could significantly affect the Company's future business expansion and market share.	VGI plans to formulate diversified platform extending from the current ecosystem and level up the organisational innovative culture to provide unique creative products and rapidly increase the Company's competitiveness to match the growth of digital business.
Infectious Disease	Current COVID-19 pandemic demonstrates the immense treat towards the economy and society that can cause by the wide-spread infectious disease. The change of customers' lifestyle and behaviors and the business stagnation are the key impact that every organisation, including VGI, has to face.	VGI highlights the enterprise risk management system as one of the key business focus. The risk management system must always keep up with the surrounding situation. As for the unexpected future emergency that may occur, VGI would operate under the Business Continuity Plan (BCP) to minimise the interruption and maximise the continuity of the business.
Extreme Weather	The climate change is the global risk that concerned all business entities and individuals. This environmental treat calls for collective action whereas the impact of extreme weather could induces serious large-scale damage in the future.	VGI recognises the climate change risk management as one of the Company's sustainability target. VGI emphasises on environmental-friendly operations, efficient internal and external energy consumption, along with carrying out our business with the awareness and aim to reduce the CO2 emission.

SECURITY OF INFORMATION SYSTEMS AND DATA AND PRIVACY

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 418-1)

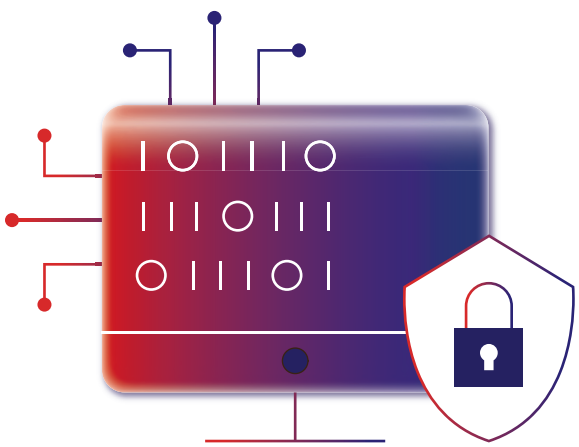
5-year Long-Term Sustainaiblity Targets (2020/2021 – 2024/2025)	2020/2021 Targets	2020/2021 Performance
• No complaints from government agencies, clients or other relevant parties about the wrongful use of personal data are present.	• All employees receive personal data protection. • Client data is protected.	• All employees received personal data protection. • Client data was protected.

Management Approach

Because online communication and information exchange are currently critical to business operations, the ability to reach consumers by analysing data from databases (Big Data) plays an important role of developing the competitiveness of the advertising, financial, and other service businesses. VGI Group recognises the importance of information technology in business operations, as well as the risks associated with protecting the privacy and security of such a large amount of personal data. The Company, therefore, adheres to policies and practices in treating all stakeholders' personal data equally and will not use such information wrongfully for the benefit of the Company or any other parties unless it is personal data to which the data subject has given consent to be used or disclosed and/or can rely on other legal bases for the use of such personal data.

VGI is ISO (International Organisation for Standardisation) certified for the ISO27001:2013 standard, a globally recognised information security management standard (Information Security Management System (ISMS). VGI abides to the aforementioned standard. In addition, the internal operating regulations of the Information Technology Unit have been established in order to provide a clear, accurate operating system that can be easily adhered to and practiced.

Furthermore, the Board of Directors stipulates a personal data protection policy, which is included in the Corporate Governance Policy and Code of Conduct as a guideline and framework for the management of personal information by the Company personnel and all relevant parties.



Measures for Information Management

1. Comply with Personal Data Protection Act, Cyber Security Act, other personal data laws and related regulations both internally and externally.
2. The Company personnel must handle information with caution for business purposes only, not for personal benefit.
3. Control information access and who can access to data in the Company's data center.
4. Enhance the Company personnel's knowledge and understanding of personal data protection and information security.
5. Measures are in place to assist in emergency situations, as well as business continuity plans, that may have an impact on the Company's storage system.

2020/2021 Performance

VGI values and prepares for further compliance with applicable personal data protection laws. The Company has hired a leading legal advisor to conduct due diligence, analyse what VGI still needs to do (Gap Analysis) and lay the groundwork for VGI group from 2019/2020 to the present to ensure that all personal data-related developments, processes and action plans within the VGI Group's data ecosystem are in line with personal data protection laws.

Last year VGI announced a privacy policy for each stakeholder – customers, business partners, business alliances, shareholders, directors, executives, employees and other relevant parties, and have taken various actions to close the gaps in compliance with the law on personal data protection based on legal advisors' advice. Also, external experts were invited to organise training sessions to raise awareness among the Company personnel to ensure full compliance with the Personal Data Protection Act, which has gone into effect on 1 June 2021.

Furthermore, in managing information security, VGI has formed a committee and Information Security Working Group in line with ISO 27001:2013 to be in charge of establishing ISMS Effectiveness Measurement, as well as determining and assessing risks in addition to monitoring the performance of the Company's information technology security management system.

Social Dimension

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AND INNOVATIVE PRODUCTS

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 102-43, 102-44)

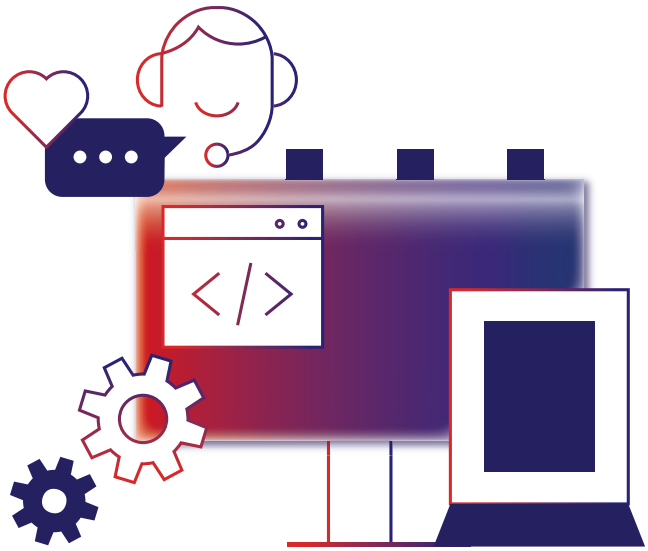
5-year Long-Term Sustainability Targets (2020/2021 – 2024/2025)	2020/2021 Targets	2020/2021 Performance
• The customer satisfaction score is at 95%. • No complaints from customers about advertising materials and staff service are present.	• The customer satisfaction score is at 90%.	• The customer satisfaction score was at 91.3%.

Management Approach

VGI places high priority to its customers and truly focuses on hearing and responding to customers' needs. The Company is well aware that an effective customer relationship management is a crucial component for long-term sustainable business management. Therefore, VGI and its executive officers implemented a strategy to continually organise customer relationship-building activities through various channels such as seminars, meetings, co-hosting activities or any other means.

To create trust of the customers in our products, VGI always upholds the principle of delivering, inspecting ,and developing products and services to be in good quality, up-to-date and meets the customers' demands. Moreover, the Company has a quality control system before delivery to customers, prompt follow-up fixing in case of destruction or damage, and channels for inquiry or complaint before, during and after a sale. So we could hear feedback and create two-way communication with customers.

In addition, VGI also focuses on creating innovative products and services for the market to strengthen our business and enhance competitiveness, especially in digital marketing products and services, and connecting online and offline platforms together to add value to VGI's Out-of-Home advertising media and achieve the goal of being the leader in future solutions.



Customer Relationship Management Strategy

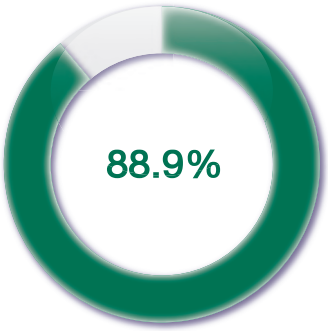
VGI upholds the principle of focusing on continuity in customer relationship management. The Company constantly contacts, meets and co-hosts activities with customers, including activities for social development and other relationship-building activities.

Nevertheless, due to the ongoing of COVID-19 pandemic, the Company has changed ways of customer relationship building with the aim to maintain standards and to develop continuously customer relationship under safe and appropriate measures. Mainly, VGI focuses on arranging promotions, campaigns and activities which the customers could participate via online platforms. VGI also places emphasis on relationship management with business partners by offering packages that could boost sales for customers through joint business plan to support the customers' business goals and strategy.

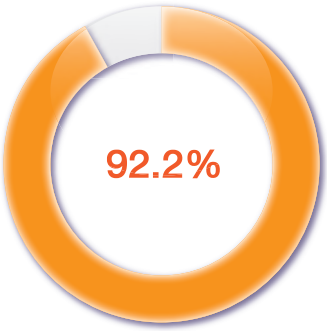
In 2020/21, VGI jointly held important campaigns with our customers such as partnering with the leading e-commerce platform to launch a special campaign for BTS passengers by offering single-journey tickets as a gift for the Thai New Year on 4 April 2021. On this occasion, general people or the BTS passengers could travel and shop for presents for their families. This is also to celebrate and create recognition of the promotion held by the e-commerce company on its own platform.

2020/21 Performance

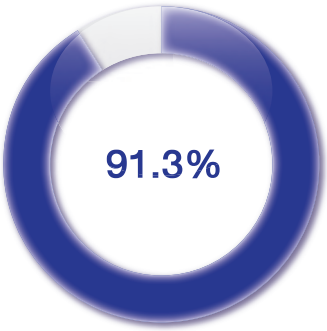
VGI focuses on building customer relationship in its business operation. The Company conducts customer overall satisfaction surveys for its products and services annually. In 2020/21, the Company conducted the surveys and received answers from 17 customers with the scores as shown below.



Year 2018/19



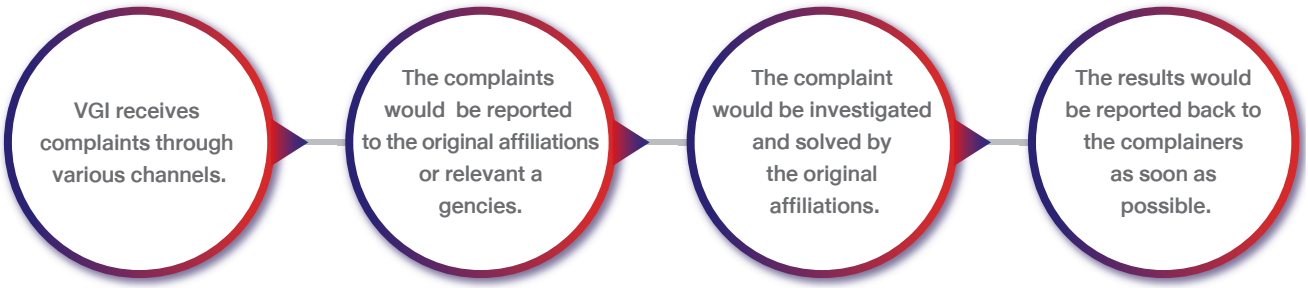
Year 2019/20



Year 2020/21

Complaints Management

VGI realises that sustainable customer relationship relies on feedbacks and suggestions from customers, including offering convenient contact channels and prompt customers' care. Therefore, the Company implements the guideline to manage complaints through several channels as follows.



Complaint Channels

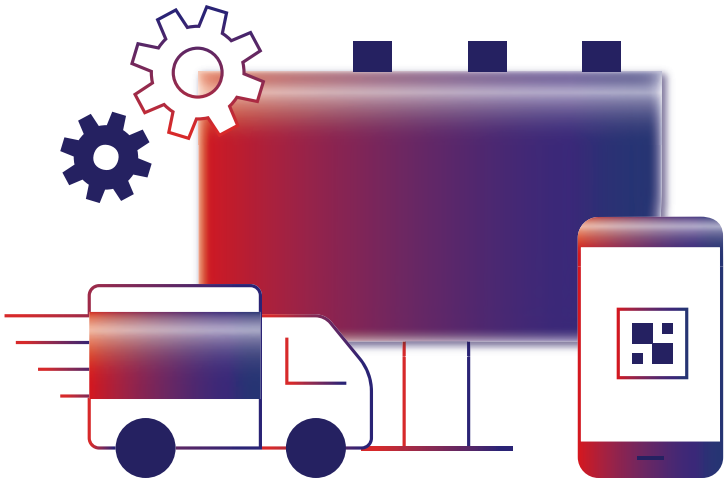
VGI's social medias such as Facebook, Twitter, Instagram
or call 02-273-8884 #0

Smart and innovative products

According to VGI's vision, "Value Growth Innovation", the Company highly promotes an innovative culture in the organisation. VGI supports our employees to have the courage to think, to do and to change creatively so that the organisation could create the products that serve digital economy and cover all target groups.

To achieve the goal of being the leader in future solutions, VGI has transformed from an exclusive Out-of-Home media company to a provider of Offline-to-Online (O2O) Solutions with a comprehensive ecosystem encompassing three platforms of advertising, payment, and logistics. In the previous year, the Company won the "Most Innovative O2O Solutions for Payment and Logistics Platforms" award for being a leading company having the most advanced innovation for such platforms. This Award was organised by International Finance, a premium business and finance magazine in the United Kingdom.

VGI is always aware that one of the keys to create sustainable organisational values through our ecosystem is to have a close business cooperation with our associated companies including business partners. The cooperation is to increase the potential of the organisation and to increase opportunity in long-term growth.

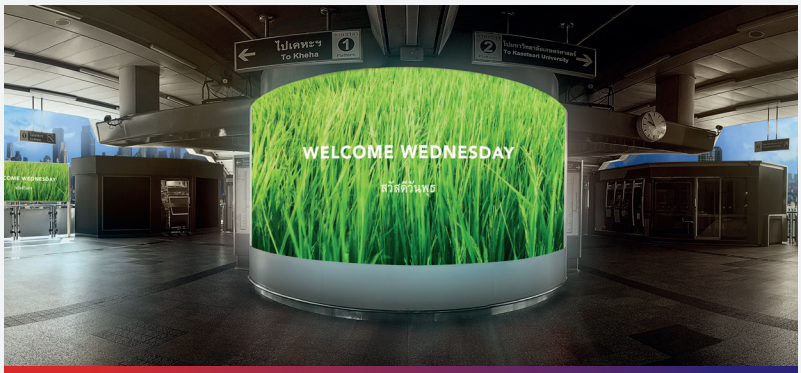


In 2020/21, the significant performances of VGI's business units are as follows:

Advertising Business

- "Welcome Pack" digital advertising media development project – the innovation to enhance the potential in advertising media performance and create new advertising experience for BTS commuters developed by the solutions through 3 LED screens offering a panoramic view. At the entrance is an eye level 4.80m x 1.92m LED Display Curve Screen, which is further accentuated by two additional 3.36m x 1.28m screens situated along the staircase on each side of the station leading up to the platforms. With their positions, the screens are capable of capturing commuters' attention.

  Under the project, VGI expresses the creative idea with Station Entrance Experience campaign welcoming commuters on BTS stations with daily Thai style "Sawasdee" greetings – 7 Days, 7 Styles.



Welcome Pack advertising media and Thai style "Sawasdee" greetings – 7 days, 7 styles on BTS stations

- 'VGI Immerse' project – digital advertising media development project organised on BTS platforms with its 45 metre-wide digital screens. Currently, VGI has rolled out VGI Immerse screens on BTS stations: Chong Nonsi, Asoke, Sala Daeng, Phrom Phong and Thong Lo.

Example of 45 metre-wide VGI Immerse advertising screen

Payment Service

VGI is aware of the rapid change in the global financial markets where countries worldwide, including Thailand, are becoming the "cashless society". The Company aims to create innovative products and services for the market and continue developing the Company's ability to be a part of the limitless society and increase more opportunities for people to access financial services. Currently, financial products and services are as follows.

- Rabbit Card: In the case of e-money service, Rabbit Card users base is continuously growing. As of 31 March 2021, 14.2 million Rabbit Cards had been issued, which was 10.9% higher than the previous year. Customers could experience convenience by paying the BTS fare and other brand service fees at any BTS stations.

	2019/20	2020/21
Brands which service payment via Rabbit Card is applicable	557,118 stores	1,212,067 stores
Rabbit's readers	12,871 readers	18,819 readers

- Mobile wallet: Rabbit Line Pay, the online payment system which allows users to experience utmost convenience in service payments through online system. As of March 31, 2021, there were numbers of service users as follows.

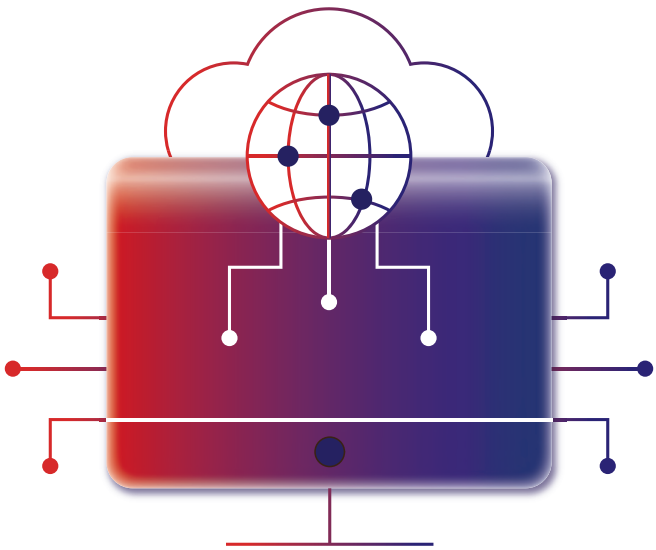
	2019/20	2020/21
Number of users	7.3 million accounts	8.2 million accounts

Digital Lab

Due to the continuous COVID-19 pandemic throughout the year, advertising media market has also been greatly affected. Media consumption behavior and lifestyle of customers have extremely changed. Nevertheless, online marketing and advertisement are still continuously growing. VGI established "VGI Digital Lab" in 2017 to provide digital marketing services by analysing consumers data based on data collected from several platforms on VGI's ecosystem. VGI Digital Lab saw the potential of VGI's data system under the vision "connect consumers everywhere in the digital age by unifing the online and offline world", and therefore, launched an innovation "VGI One Platform", which could process big data, analyse and show the result of the target groups incredibly. This helps precisely penetrating target customers and accurately specifying consumer groups. It could also effectively applied to digital marketing.

VGI One also combines the abilities of the Company's business operation driven by data and creative strategy to create digital market solutions for the target customers or business operators as a data and creative consultant. The Company has received good feedbacks and could create effective outcomes for several business groups.

In the fiscal year 2020/21 ending 31 March 2021, the Company has increased revenue from the digital services business at 37.9% of the total revenue.



HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT AND WELL-BEING

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 405-2)

5-year Long-Term Sustainability Targets (2020/2021 – 2024/2025)	2020/2021 Targets	2020/2021 Performance
• Employee engagement rate with the organisation is not less than 90%.	• Employee engagement rate with the organisation is not less than 75%.	• Employee engagement rate with the organisation was 86%.

VGI places emphasis on employees' capability development because the Company believes that employees are a key element for driving the organisation and the valuable resource of the business operation. The Company upholds unprejudiced and fair treatment, quality of life development and well-being of the employees.

Human Rights and Equality Principles

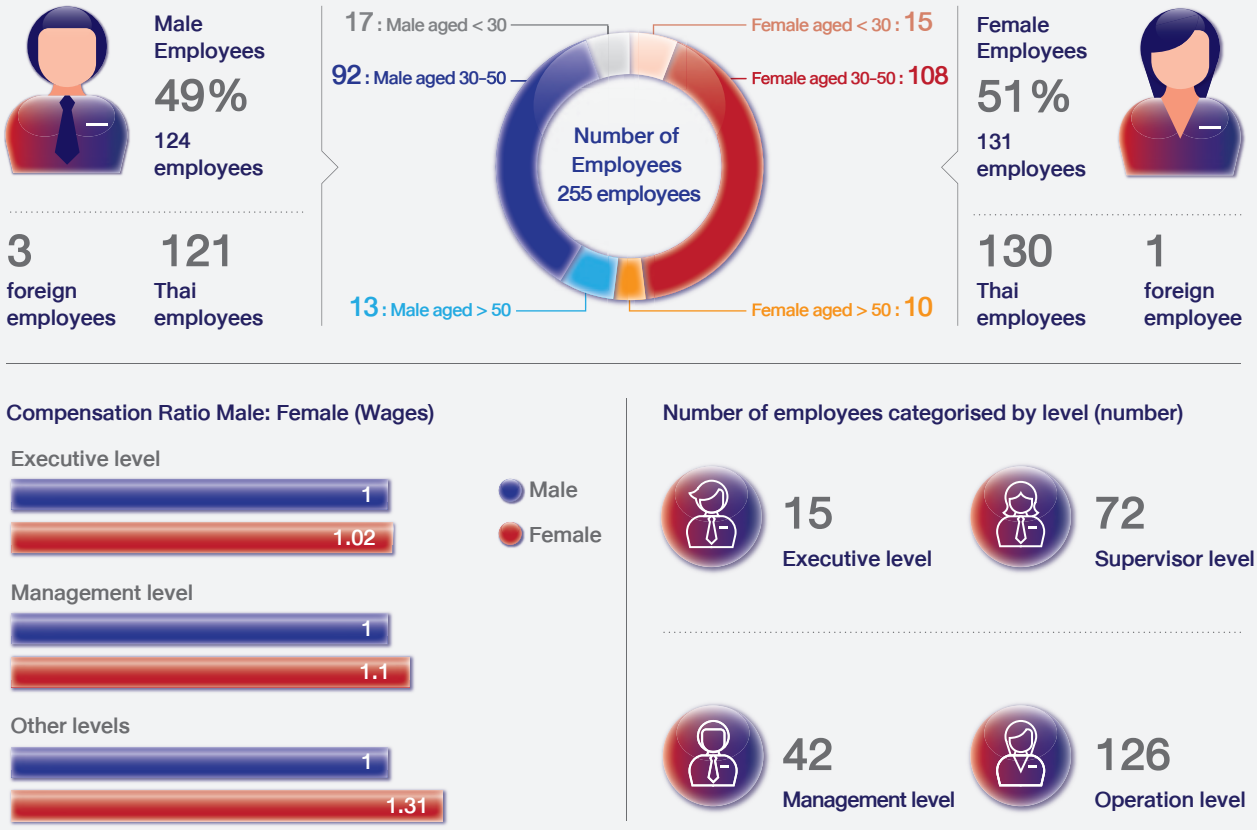
Human Rights Policy

VGI truly believes that the employees shall be entitled to fair opportunities and treatment following human rights principle, laws and regulations, the essence which are clearly specified in the Company's Corporate Governance Policy and Code of Conduct.

Moreover, the Company's Board of Directors realises the connection between the obligation to protect human rights and the organisation's value chain, and therefore, issued the Human Rights Policy on 23 March 2021 in order to express its strong intention in doing business following and respecting the international human rights principles and standards. This policy shows commitment in supporting diversity and inclusion of the different culture, fair and unprejudiced employment, fair wages and welfare, and employees' positive working environment.

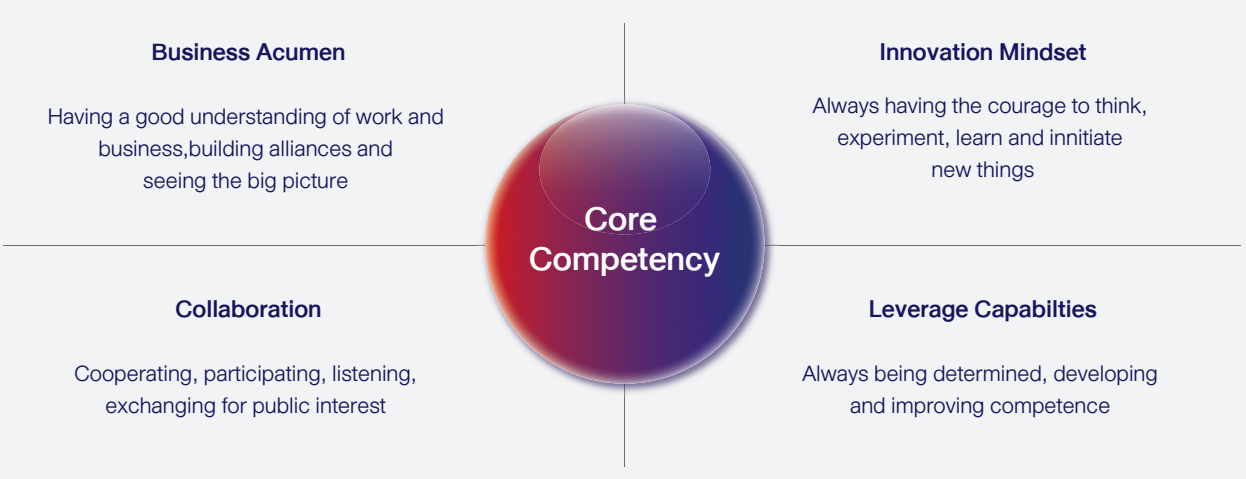
After the official implementation of the Human Rights Policy, VGI has assessed potential human rights impacts and found no potential human rights violation. Nonetheless, employees could lodge a grievance or complaint through their supervisors, Human Resource Department, or other internal channels in order to promote positive and fair workplace and respect everyone's human rights.

Human Resource Information in 2020/21



Employees' Competency Development

VGI aims to support employees' capability development and ensures that all Company's employees have opportunities to receive sufficient trainings. VGI is focusing on core competency development in 4 aspects as follows.



VGI relies on competency base training in order to ensure that employees development follows the organisation's policy, program, and goal effectively. The Company also supports employees to develop their competency for the purpose of long-term professional growth.

VGI's Employees trainings are divided into (1) Core Course – to expand working knowledge, skills and competency including create good working attitude; (2) Management Course – a supervisors training course which includes work management and subordinate management; and (3) Functional Course – a training course focusing on specific working skills development.

2020/21 Performance

Training on the Enforcement of the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019)

It is held to ensure that employees have good understanding of the principles and key points of personal data protection law, are aware of their own rights as personal data subjects and obligations to obtain consent, retain and process personal data of colleagues, customers and other relevant parties. Such training not only strengthens understanding of the key legal principles for employees in all line of works but also promotes risk management in relation to personal data protection and protection of the Company's information.

Training hours: 6 hours

Participating Employees: 103 employees

Training on the Survival Mindset in Crisis via online platform

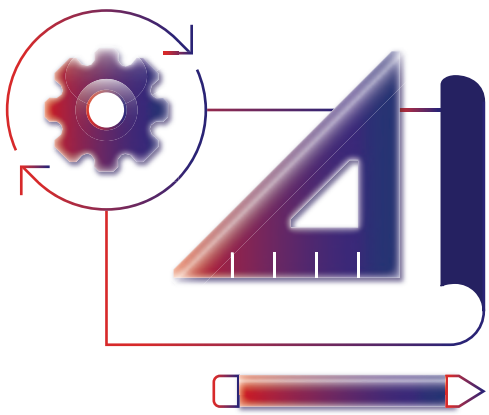
A training course for sales officers which is held to promote growth mindset and attentiveness so that the participants could adjust their mindset to create positive effects for the organisation and their personal life even during the crisis.

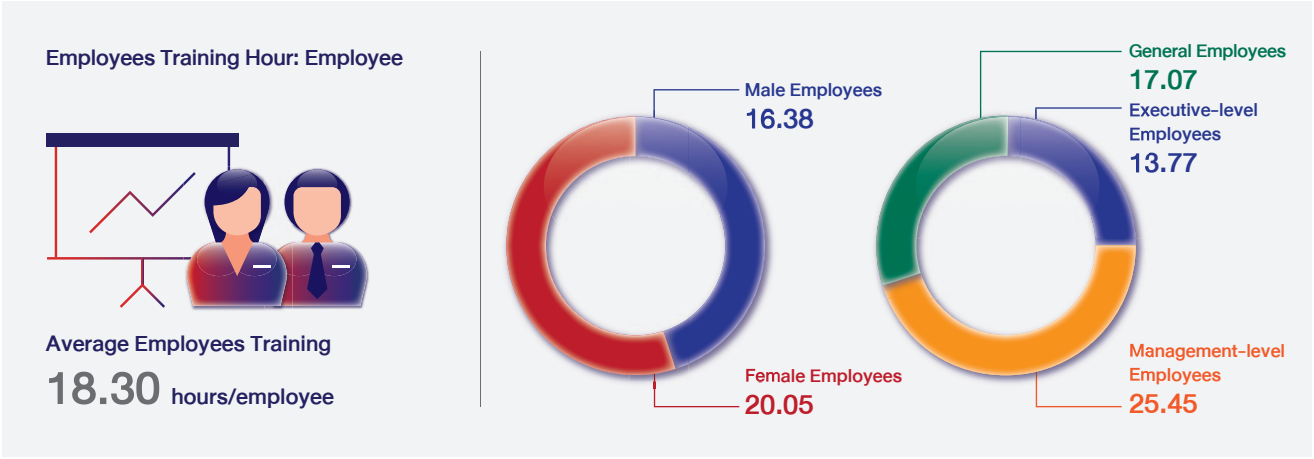
Training hours: 3 hours

Participating employees: 93 employees

Apart from the above-mentioned trainings, VGI also holds a training on competency evaluation for all employees every year so that employees would have understanding in core competency promoted by VGI and be able to accurately and completely evaluate their own competency.

The Company also arrange other internal and external trainings for employees, such as leadership communication for the executive officers of the Company for the purpose of efficient leadership communication, photography and photo editing technique including video filming and editing for the photographers and technicians working in relation to the Company's advertising media installation on BTS stations.





Human Resources and Employees' Well-being Management

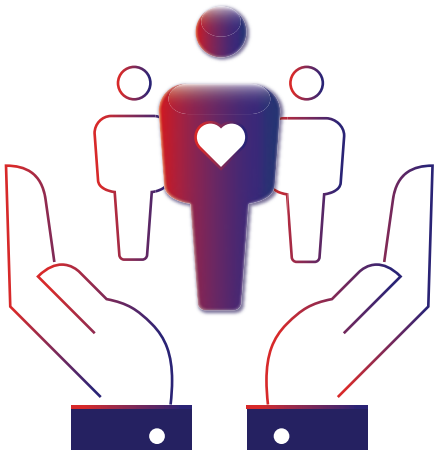
VGI realises that human resources are the key element helping the organisation to achieve the goal of sustainable organisational growth. Thus, the Company places importance on recruiting and keeping potential personnel to stay with the Company for a long time. Aside from competency development in their own line of work, the Company also supports employees to grow in other lines of work for the purpose of proper professional growth of all employees.

VGI also promotes motivation building and organisational engagement by continually organising activities to strengthen relationship among employees and between the employees and the Company, to create friendly working environment and teamwork.

In addition, VGI is aware of the importance of employees' sustainable health promotion emphasising on creating healthy foundation and preventing potential problems. The Company provides annual medical check-up package for all employees while aiming at promoting employee's health development and maintaining work-life balance.

In 2020/21, VGI held a training on analysing annual medical check-up results and health care No. 3 so that employees would learn and understand how to take care of their health based on the medical check-up results and be able to change eating behaviours according to their health conditions. There were 88 employees participating the training.

VGI held trainings and exercise activities for the employees to participate and learn how to exercise properly. As a result, they could strengthen their bodies and also creating strong bond among the organisation. Running club and yoga for office syndrome class are arranged for interested employees.



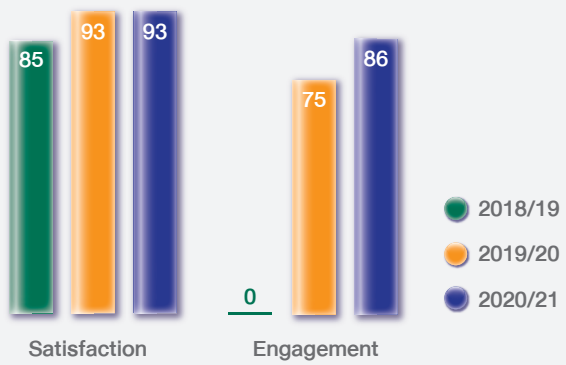
Photos from "Yoga for Office Syndrome" class held for the Company's employees to promote organisational ergonomics learning and development

Employee's Organisational Satisfaction

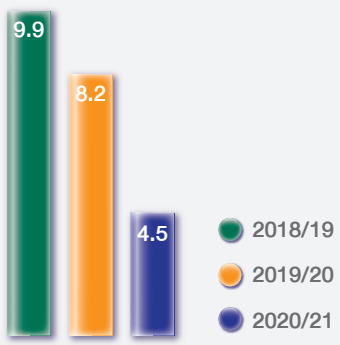
VGI conducts employee satisfaction survey and employee engagement survey which considers such surveys as a part of sustainable goal of the Company. Such surveys are analysed for the development of guideline and policy to take care the Company's employees. In the previous year, all of the employees (100% of the total employees) participated in the surveys.

Moreover, the Company sets the turnover rate as a part of the corporate key performance indicators and implements employees internal transfer scheme in order that the employees would stay with the Company and could advance their desired careers. In the previous year, existing employees transferred to work in other newly-opening positions at the rate 25% of the total opening positions.

Survey Results on Satisfaction/ Engagement of Employees against the Organisation



Turnover Rate (percentage of total employees)



OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-6)

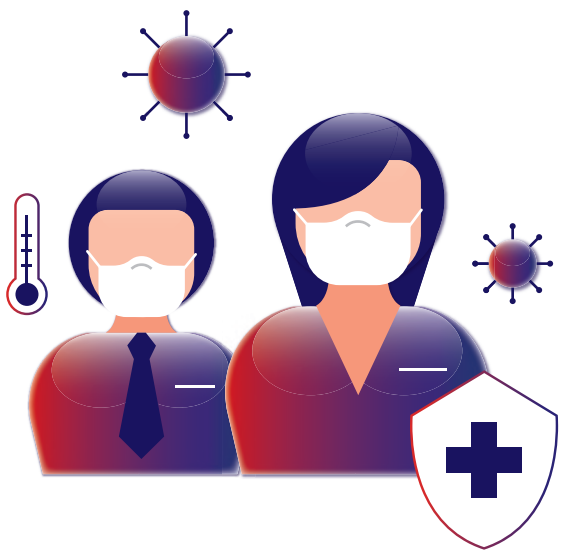
5-year Long-Term Sustainability Target (2020/2021 – 2024/2025)	2020/21 Targets	2020/21 Performance
• 100% of the Company's employees and business partners receive training in accordance with safety standards. • Zero Accident	• Policies, procedures and safety training are developed for the Company's employees.	• Policies, procedures and safety training were developed for the Company's employees. • Zere Accident

Management Approach

VGI places an importance on creating a healthy and safe working environment according to the occupational health principles and aims to promote occupational health and safety culture in the workplace. With the regard for the well-being of the employees and all relevant persons, the Company prioritises occupational health and safety as the key operational consideration and established the written framework on Health Safety and Environment Policy, responsible by the Health Safety and Environment Committee who plans, proposes, improves and endorses various safety-conscious projects within the organisation.

VGI set up proactive occupational health and safety strategy, focusing on eliminating, reducing and controlling any possible hazardous incident to be at the minimum level. All employees and suppliers receive regular trainings and knowledge sharing on the safety measures relating to their areas of work.

Furthermore, during the COVID-19 pandemic, VGI main concern is the welfare of our employees and all stakeholders. The Company set forth several measures to ensure the well-being of everyone, including encourage the social responsibility of our staff during the crisis.



Occupational and Safety Measures

VGI understands that the secure working environment can development the employee's moral and working capability, reflecting to the long-term sustainability development. The Company directs the Zero Accident organisation as our mission by implementing uncompromised safety conducts and arranging pre-operation training courses for all employees and contractors.

Employee Training in 2020/21

Safety Training for BTS sky train system projects:

Training course for the employees operating on the stations, to underline the knowledge and understanding of the safety standards for BTS sky train system and to highlight the importance of occupational safety measures.

Participating employees: 131 employees

Supervisor Training:

Safety training for the supervisor-level employees who oversee projects, to emphasise the occupational health and safety foundation, relevant regulations. And to enable the effective danger findings in the workplace with an aim to set forth preventive measures and improve the safety for all workers involved.

Participating employees: 52 employees

Contractors Training in 2020/21

Contractors Safety Training for the year 2021

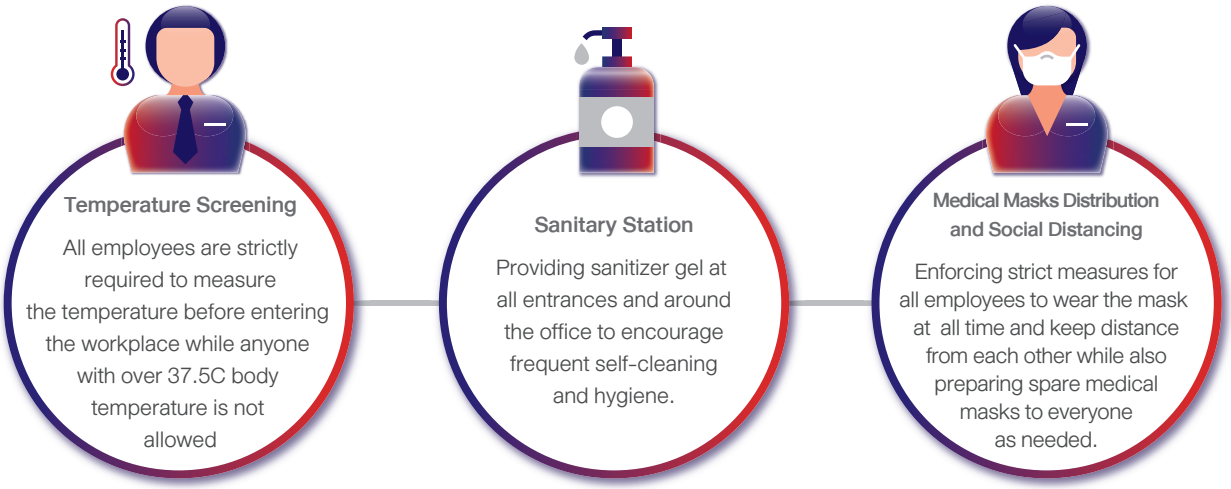
Training for VGI's contractors, to educate the Company's safety standard and best practices response on any danger, emergency and unexpected occurrence, along with the environmental-friendly control and operation. The course was organised via online media which allows the contractors to learn conveniently with an ease to access the knowledge anytime.

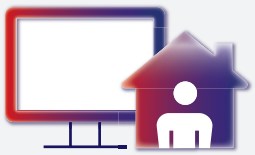
Participating contractors: 38 contractors

VGI uses Lost-time injury Frequency Rate (LTFIR) as our key performance indicators for occupational health and safety. In 2020/21, the Company recorded zero for the accidents or serious injury of the workers which is in line with VGI's sustainability target.

Employee Care and Well-being during the COVID-19 Pandemic

The COVID-19 crisis creates extensive impact on everyone's way of living, including our employees. VGI actively attends to the circumstances while constantly take any possible actions concerning the good health and safety of the employees and their families. VGI also considers the social responsibility and the Company's contribution towards communal effort to get through this crisis. VGI's key measures and response on COVID-19 crisis are as follows:

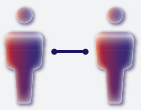




Work From Home policy for all employees, to reduce the spreading of virus while supplying sufficient work equipment and software beneficial for effective working from home routine. In addition, VGI maintains reachable channels for all investors and external contacts with an aim for the smooth and seamless operation.

Provide COVID-19 insurance policy for all employees from the beginning of the pandemic until present, in order to insure the employees' health risks and lessen any possible financial burden from infecting the virus.

COVID-19 test for all employees, building confidence for the staff and coworkers.



Slow down business trips both across the province and overseas.

Endorse electronic meeting (E-meeting) culture for all internal meetings such as the Board of Directors' meeting and working team meetings, as well as prepare the necessary system, to reduce the social gathering in the Company.

Support the employees travel to office and maintain healthy workplace environment by disinfecting the working areas twice a week, changing working hours to avoid crowded public transportation and arranging lunch for the work from office staff to reduce to community contact during break time.

VGI also values prompt communication with all employees to always lay out clear operational guidelines during this uncertain situation and to educate the Company's personnel with the correct preventive measures that can be adopt for themselves and their families. In 2020/21, VGI conveys several COVID-19 related policies, measures and knowledge with the average publications of 2 times a month.

Nonetheless, VGI established the Business Continuity Plan (BCP) to be ready for the potential emergency incidents which includes the response plan for COVID-19 situation and any type of health or pandemic crisis. The plan designed to ensure the Company's business continuity, reduce the negative impact from unprecedented issues and develop sustainability for the organisation as well.

SOCIAL AND COMMUNITY DEVELOPMENT

VGI gives priority to business operation which is one of the factors that has an impact on the society, community, and environment. Therefore, the guideline of VGI regarding social and environment responsibility has been conducted with the awareness that social responsibility must be constant from main policy of VGI Group to the levels of operations and embedded in every unit of organisation. VGI believes that if there is a synergy among a number of business organizations to jointly drive the businesses with social conscience to achieve the same long-term goal, such joint forces would significantly contribute to the public which would lead to a sustainable development in the communal and national levels.

"WE'RE SHARING FOR THAIS"

Charity boxes containing essential supplies

In the past years, with the acute and far-reaching effect of COVID-19, VGI is determined to lend another helping hands to support Thai families affected by the unprecedented crisis. VGI together with KEX and Rabbit Reward have joined forces with 17 consumer products firms to organise "We're Sharing for Thais", a relief campaign to give support to the Thai people in the form of "charity boxes" containing essential supplies such as rice, canned food, instant noodle, cooking oil, toothbrushes and toothpaste with total of 20,000 of these charity boxes. The boxes were prepared and brought to distribution channels to be given to impacted families across the country.

VGI Group together distributing charity boxes at Wat Patumwanaram

Inspire Platform

VGI emphasises the mission of providing a positive impact on the economy, society, and environment through the product and service innovation. The Company encourages the innovative culture among our personnel. We also support the free-of-charge use of our media advertising spaces as a sharing platform for the governmental agencies and non-profit organisations to raise awareness and publish the news that are beneficial for society and the community. In 2020/21, VGI shared the media airtime with key projects as follows:

"Be the idol"

Utilising VGI's media speaces to raise public awareness on the need to prevent the spread of COVID-19 pandemic by wearing a medical mask via the Company's media at the platform screen door on BTS Skytrain station. The project was led by the famous influencer with the concept that everyone can become the idol by wearing the medical masks.

"Covid Relief BKK"

VGI shared the media airtime with various organisation campaign and spreading knowledge and awareness on COVID-19 relating issues, with an aim to create wide-range benefits to the society and to provide collective effort in dealing with the crisis.

"VGI Save Water Save Life"

VGI teamed up with renowned Thai POP-Art artist to create inspirational art impelling the Thai people to use water more wisely and effectively in their usually daily routine.

"One Man and the Sea"

VGI as a voice through our media platform for One Man and the Sea campaign, supporting the fundraising of medical equipment as a contribution to coastal animal hospitals and marine life conservation centers. With an emphasis on creating a safe home and sustainable ecosystem to the ocean and reduce littering to fix the cause of pollution to sea creatures and coral.

Environmental Dimension

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 302-1)

Ongoing Environmental Targets from 2020 to 2023 (Divided into 3 Sub-targets)

Waste Management

- Adjust the waste disposal methods from landfilling or incineration to recycling at a rate of 30% of total waste.
- Create value from waste by converting it into environmentally friendly products, with the goal of reducing waste generation by at least 10%.

Sustainable Energy Consumption

Maintain a level of water and electricity consumption not exceeding a 10% increase over the baseline year of 2019.

Inspire Platform

Distribute climate change content through corporate advertising platforms with the goal of reaching at least one million people each year.

Management Approach

Environmental Policy

VGI is committed to minimising environmental impacts of its operations and business activities, along with advocating for action to reduce impacts of climate change on a broader scale by incorporating important environmental issues into the Company's environmental policy, which is concerned with water and energy consumption, waste reduction, including the use of advertising media as a platform to raise environmental awareness in the society.

Climate change is recognised by VGI as a major global challenge. The company acknowledges that resolving such issues is a critical task that requires collaboration from all sectors, including the government, private sector, and people worldwide, and that action must be taken immediately. VGI is committed to assisting in the mitigation of the effects of climate change. One of the Company's primary environmental objectives is to reduce greenhouse gas emissions from its business operations.

Measures for Environmental Management

Climate Management

VGI has a plan in place to reduce the amount of greenhouse gas emissions generated by its operations by emphasising communication to foster knowledge and understanding, along with an energy-efficient culture among employees. It also emphasises the importance of having a voice in order to raise societal awareness, so that everyone understands the consequences of climate change and is aware of the problem. VGI recognises that resolving such issues requires the active participation of all stakeholders.

Climate Clock World

Climate Clock World has started the Climate Clock 6-year countdown to raise awareness of people all over the world to reduce global pollution (Zero Emission) with the idea that if everyone does not change their behaviour and work together, the world will be affected from the Climate Change to the point of no return.

In 2020/21, VGI collaborated with Root the Future, an organisation that promotes sustainable lifestyles, in organising Climate Clock, an awareness-raising event, on digital screens at BTS stations and inside the BTS sky trains to demonstrate to Thai people the importance of living sustainably, to raise public awareness of the importance of changing lifestyle habits and to reduce simple pollution caused by daily consumption in order to achieve the goal of reducing pollution to the world (Zero Emission). The project scored one of the Company's goals of being a creative platform by maximising the use of the Company's media space for the benefit of the general public.

Media Sharing of Climate Clock projects

Treasure Bag

The plastic waste crisis is a major issue that undoubtedly contributes to global warming. VGI and Pomelo Fashion Company Limited ("Pomelo"), Asia's leading omnichannel fashion platform, have collaborated to develop a circular economy for vinyl waste and single-use packaging by upcycling vinyl from used VGI advertising billboards to Pomelo's single-use plastic packaging under the Trash to Treasure concept, in which the production process is designed to minimise impact on the environment.

The project was a response to VGI's waste reduction goals and aimed to contribute creatively to the reduction of carbon dioxide (CO2) emissions to the world. According to the project results, VGI has reduced vinyl waste by over 3,500 square meters, or 3.5 tons, and Pomelo has reduced single-use plastic packaging production by over 200,000 pieces.

Collaboration between VGI and Pomelo (Left) Tresure Bag, product made by upcycling vinyl from used VGI advertising billboards (Right)

Waste Management

VGI has measures to reduce waste in its operations and business activities by incorporating a circular economy into its operations as a key step and emphasisng waste management in business operations in order to comply with applicable laws and regulations, as well as minimising potential negative effects on the community and the environment as a whole

VGI continually communicates and campaigns for various types of waste sorting throughout the organisation. In the previous year, the Company launched waste sorting videos to all employees to raise awareness and understanding of waste management. Employees were able to dispose of waste from daily operations in various types of sorting bins provided by the Company. Moreover, recyclable waste was forwarded to organisations that could make the best use of it.

Media from internal VDO campaigning correct waste sorting methods and waste management knowledge sharing to all employees

Furthermore, VGI provides a system for treating and disposing of waste water from the commercial area on BTS stations in compliance with international environmental management system standards. The Company has installed a system to route such waste water through the wastewater treatment system beneath the station before it is discharged into the public sewers to ensure that the discharged wastewater meets the Ministry of Natural Resources and Environment's standards, including reducing the impact of pollution to the environment and surrounding communities.

Efficient use of water, energy and resources

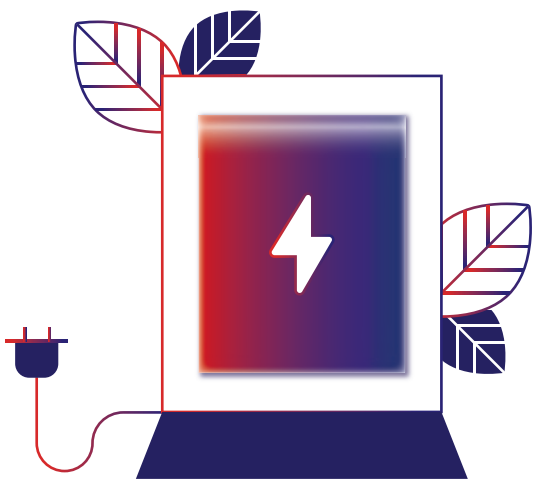
VGI has guidelines for improving water and energy efficiency in business operations as well as investment in new technologies to aid in the conservation of water and energy resources.

The Company encourages and supports employees at all levels to participate in the efficient use of office resources and energy. Internal guidelines have been issued for all employees to follow in order to participate in the reduction and to emphasise the importance of maximising the use of resources within the office, as follows:

- Reduce the amount of paper used in the office. Print on both sides of the paper and avoid printing unnecessary documents.
- Digitalise reports and assignments as well as filing system.
- Lessen your reliance on electricity by turning on the power as needed. Turn off the lights and air conditioning during lunch break or an inactive period.
- Create a campaign to save and use water wisely.

In 2020/21, the Company changed its installing and repairing billboards process on BTS stations by continuously surveying, testing and measuring the station's electricity consumption during the installation and repair of billboards so that the proper method and time for turning on and off the station's lights during the installation process could be determined. By adopting the new method, the use of electricity decreased by 10-15% per year while the service life expectancy of electrical equipment on the billboard became longer.

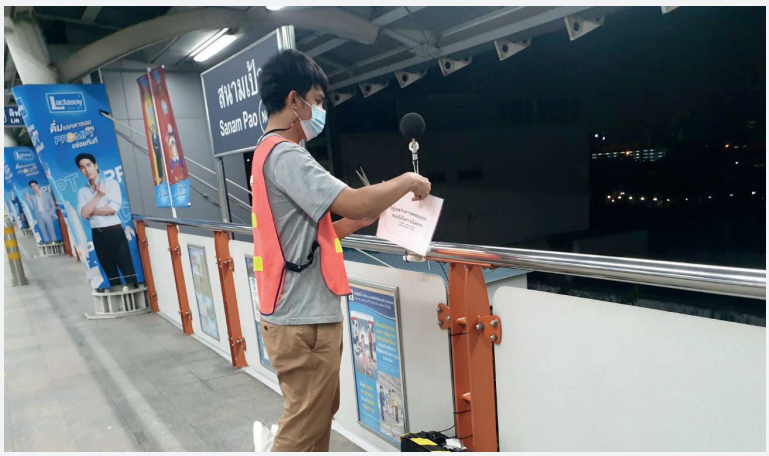
The Company's employees initiated this apparent adjustment of the working process owing to their recognition of the importance of energy conservation in the organisation and the Company's equipment maintenance for longer service life in order to save money on long-term operations. This project arose from activities in 2019/2020 in which the Company encouraged its employees to propose guidelines and creative solutions for improving and supporting their work.



Noise and visual pollution from VGI advertising media

VGI highly prioritises the control of VGI advertising media not tocause any noise or visual pollution to the audience. The measures are as follows.

- Noise pollution Control: VGI regularly arranges a noise level measurement for the advertising media both on the train and the station 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.

  In addition, VGI has used LED lamps (LED) for the lighting of the billboards to protect the eyes of the advertising media viewers as well as to increase the efficiency of the company's advertising image display.

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
Sustainability Performance Result

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
SUSTAINABILITY PERFORMANCE RESULT

(GRI 102-8, 302-1, 302-2, 302-4)

ด้านเศรษฐกิจ (ECONOMIC)

ตัวชี้วัด (Indicators)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)		
		ปี 2561/62 (ปรับปรุงใหม่) (FY 2018/19) (Restated)	ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)
รายได้จากการดำเนินธุรกิจ (Operating revenue)	ล้านบาท (THB million)	3,611	4,000	2,480
กำไรจากการดำเนินธุรกิจ (Net profit)		1,101	1,424	980
การจ่ายเงินปันผล (Dividend payment)		804.57	525.27	ประมาณ 593.38 [1]
ค่าใช้จ่ายภาษี (Tax expense)		260	214	133

(1) การจ่ายปันผลสำหรับปี 2563/64 ในอัตราหุ้นละ 0.061 บาท คิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 593.38 ล้านบาท ยังมีความไม่แน่นอน เนื่องจากต้องได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2564/ Dividends for the FY2020/21 at the rate of THB0.061 per share, in the amount of not exceeding THB593.58 million remains uncertain as it requires the approval from the 2021 Annual General Meeting of Shareholders.

ด้านสังคม (SOCIAL)[1]

ตัวชี้วัด (Indicators)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)		
		ปี 2561/62 (FY 2018/19)	ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY2020/21)
จำนวนพนักงานทั้งหมด (Total Employees)	คน (person)	**246**	**271**	**255**
ชาย (Male)		119	131	124
หญิง (Female)		127	140	131
แยกตามประเภทการจ้างงาน (Classified by type of hiring)				
พนักงานประจำ (รวม) (Permanent)	คน (person)	**242**	**266**	**248**
ชาย (Male)		116	128	119
หญิง (Female)		126	138	129
พนักงานสัญญาจ้าง (รวม) (Temporary)		**4**	**5**	**7**
ชาย (Male)		3	3	5
หญิง (Female)		1	2	2

ตัวชี้วัด (Indicators)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)		
		ปี 2561/62 (FY 2018/19)	ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY2020/21)
แยกตามระยะเวลาการทำงาน (Classified by period of working)				
พนักงานเต็มเวลา (รวม) (Full time)	คน (person)	**246**	**271**	**255**
ชาย (Male)		119	131	124
หญิง (Female)		127	140	131
พนักงาน Part time (รวม) (Part time)		**-**	**-**	**-**
ชาย (Male)		-	-	-
หญิง (Female)		-	-	-
จำแนกตามอายุ (Classified by age)				
อายุน้อยกว่า 30 ปี (Less than 30)	คน (person)	**49**	**56**	**32**
ชาย (Male)		19	24	17
หญิง (Female)		30	32	15
อายุ 30 ถึง 50 ปี (30 to 50)		**185**	**197**	**200**
ชาย (Male)		94	98	92
หญิง (Female)		91	99	108
อายุมากกว่า 50 ปี (Over 50)		**15**	**18**	**23**
ชาย (Male)		9	9	13
หญิง (Female)		6	9	10
จำแนกตามอายุงาน (Classified by year of employment)				
อายุงานไม่เกิน 5 ปี (Less than 5 years)	คน (person)	127	128	99
อายุงานเกิน 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี (5 to 10 years)		45	66	80
อายุงานเกิน 10 ปี (Over 10 years)		74	67	76
แยกตามสัญชาติ (Classified by nationality)				
สัญชาติไทย (รวม) (Thai)	คน (person)	**243**	**267**	**251**
ชาย (Male)		117	128	121
หญิง (Female)		126	139	130

ตัวชี้วัด (Indicators)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)		
		ปี 2561/62 (FY 2018/19)	ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY2020/21)
ต่างชาติ (รวม) (Foreigner)	คน (person)	**3**	**4**	**4**
ชาย (Male)		2	3	3
หญิง (Female)		1	1	1
แบ่งตามระดับพนักงาน (Classified by position)				
ระดับปฏิบัติการ (Practitioner level)	คน (person)	144	128	126
ระดับหัวหน้างาน (Supervisor level)		53	80	72
ระดับผู้จัดการ (Manager level)		36	45	42
ระดับผู้บริหาร (Executive level)		11	18	15
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ (รวม) (New hiring employees)	คน (person)	**34**	**43**	**8**
ชาย (Male)		12	22	2
หญิง (Female)		22	21	6
อัตราพนักงานเข้าใหม่ (Percentage of new hiring employees)	ร้อยละของพนักงานทั้งหมด (Percentage)	**13.4**	**16.7**	**3.0**
ชาย (Male)		10.1	17.8	1.6
หญิง (Female)		16.4	16.0	4.3
จำนวนพนักงานลาออก (Number of resigned employees)	คน (person)	**25**	**21**	**12**
ชาย (Male)		16	10	10
หญิง (Female)		9	11	2
อัตราการลาออก (Turnover rate)	ร้อยละของพนักงานทั้งหมด (Percentage)	**9.9**	**8.2**	**4.5**
ชาย (Male)		13.4	8.0	7.9
หญิง (Female)		6.7	8.3	1.4

ตัวชี้วัด (Indicators)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)		
		ปี 2561/62 (FY 2018/19)	ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY2020/21)
การฝึกอบรม (Training)				
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรม (Training hours)	ชั่วโมง (hour)	**9,751**	**10,074.8**	**4,751.50**
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี (Average training hour/ employee/ year)	ชั่วโมง/พนักงาน (hour/ employee)	**39.64**	**37.18**	**18.30**
ชาย (Male)		38.22	33.93	16.38
หญิง (Female)		40.84	37.83	20.05
พนักงานระดับบริหาร (Executive Level)	ชั่วโมง/พนักงาน (hour/ employee)	50.01	49.11	13.77
พนักงานระดับจัดการ (Management Level)		42.73	37.89	25.45
พนักงานทั่วไป (Staff)		38.04	34.97	17.07

อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety)

ตัวชี้วัด (Indicators)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)		
		ปี 2561/62 (FY 2018/19)	ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY2020/21)
อัตราเฉลี่ยการลาป่วยต่อปี (Average sick leaves per year)	วัน (day)	4.41	4	3.20
อัตราเฉลี่ยการลากิจต่อปี (Average personal leaves per year)	วัน (day)	0.58	0.57	0.45
อัตราเฉลี่ยการลาพักร้อนต่อปี (Average annual leaves per year)	วัน (day)	7.64	7.27	6.29
อัตราการบาดเจ็บขั้นรุนแรงของพนักงาน (Serious Injury rate of Employees)	ครั้งต่อล้านชั่วโมงการทำงาน (Times/ millime working hours)	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost time frequency injury rate of employees)		0	0	0
อัตราการเสียชีวิตของพนักงาน (Fatalities rate of employees)	คน (person)	0	0	0

(1) ผลการดำเนินงานด้านสังคม เป็นข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100 เท่านั้น/
Social performances are the information of VGI and its wholly-owned subsidiaries as at 31 March 2021.

ด้านสิ่งแวดล้อม (ENVIRONMENT)[1]

รายการ (Topic)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)		
		ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2561/62 (FY 2018/19)
การใช้พลังงานในสำนักงาน (Electricity consumption – Office)				
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (Electricity consumption)	หน่วย (unit)	557,784	570,233	489,118
การใช้พลังงานบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (Electricity consumption – BTS Stations)				
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (Electricity consumption)	หน่วย (unit)	8,488,604	8,747,249	7,944,055
การใช้อุปกรณ์ภายในสำนักงาน (Office Supplies consumption)				
ปริมาณการใช้กระดาษ (Paper consumption)	รีม (ream)	1,753	1,593	1,400
ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อหมึกพิมพ์สี (Ink color printing cost)	บาท (THB)	698,500	585,714	317,310
ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อหมึกพิมพ์ขาวดำ (Black and white ink printing cost)	บาท (THB)	265,440	243,472	160,490

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

GRI Content Index

GRI CONTENT INDEX

(GRI 102-55)

GRI Standards	Disclosure	Page number(s) / Link / Comment	
		Thai	English
General Disclosures			
GRI 102: General Disclosures 2016			
Organizational Profile			
102-1	Name of the organization	8	70
102-2	Activities, brands, products, and services	10	72
102-3	Location of headquarters	Back cover	
102-4	Location of operations	Refer to "General and Other Material Information" and "Subsidiaries, Associated Companies and Jointly Controlled Entities Information" in the Annual Report 2020/21 (56-1 One Report)	
102-5	Ownership and legal form	8	70
102-6	Markets served	10	72
102-7	Scale of the organization	13	75
102-8	Information on employees and other workers	126-129	
102-9	Supply chain	30-31	92-93
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	There was no material change in the fiscal year 2020.	
102-11	Precautionary Principle or approach	Refer to "Risk Management" in the Annual Report 2020/21 (56-1 One Report)	
102-12	External initiatives	-	
102-13	Membership of associations	23-29	85-91
Strategy			
102-14	Statement from senior decision-maker	6	68
Ethics and integrity			
102-16	Value, principles, standards, and norms of behavior	14	76
102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	23-29	85-91

GRI Standards	Disclosure	Page number(s) / Link / Comment	
		Thai	English
General Disclosures			
GRI 102: General Disclosures 2016			
Governance			
102-18	Governance Structure	23-29	85-91
102-21	Consulting stakeholders on economic, environmental and social topics	18-19	80-81
102-30	Effectiveness of risk management processes	32-34	94-96
Stakeholder Engagement			
102-40	List of stakeholder groups	18-19	80-81
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	18-19	80-81
102-43	Approach to stakeholder engagement		
102-44	Key topics and concerns raised		
Reporting practice			
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	Refer to "Corporate Structure" in the Annual Report 2020/21 (56-1 One Report)	
102-46	Defining report content and topic Boundaries	8, 16-17	70, 78-79
102-47	List of material topics	16-17	78-79
102-48	Restatements of information	13, 126	75, 126
102-49	Changes in reporting	8	70
102-50	Reporting period		
102-51	Date of most recent report		
102-52	Reporting cycle		

GRI Standards	Disclosure	Page number(s) / Link / Comment	
		Thai	English
102-53	Contact point for questions regarding the report	Back cover	
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	8	70
102-55	GRI content index	132	
102-56	External assurance	This report is not externally assured.	
Material topics			
Corporate Governance and Business Conduct			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	23-29	85-91
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		
GRI 205: Anti-corruption 2016			
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	23-29	85-91
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken		
GRI 415: Public Policy 2016			
415-1	Political contributions	23-29	85-91
Supply Chain Management			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	30-31	92-93
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		
GRI 205: Anti-corruption			
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	30-31	92-93
GRI 308: Supplier Environmental Assessment			
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	30-31	92-93

GRI Standards	Disclosure	Page number(s) / Link / Comment	
		Thai	English
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016			
414-1	New suppliers that were screened using social criteria	30-31	92-93
414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken		
Risk Management			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	32-34	94-96
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		
Security of Information Technology and Data Privacy			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	35-36	97-98
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	35-36	97-98
Customer relationship management and Innovative Products			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	38-44	100-106
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		
Human resource development and Well-being			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	45-49	107-111
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		

GRI Standards	Disclosure	Page number(s) / Link / Comment	
		Thai	English
GRI 401: Employment 2016			
401-1	New employee hires and employee turnover	45-49	107-111
GRI 404: Training and Education 2016			
404-1	Average hours of training per year per employee	45-49	107-111
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs		
404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews		
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016			
405-1	Diversity of governance bodies and employees	45-49	107-111
405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men		
Occupational Health and Safety			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	50-53	112-115
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		
GRI 403: Occupational Health and Safety 2016			
403-1	Occupational health and safety management system	50-53	112-115
403-2	Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities		
403-6	Promotion of worker health		
Environmental Management			
GRI 103: Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	58-62	120-124
103-2	The management approach and its components		
103-3	Evaluation of the management approach		
GRI 302: Energy 2016			
302-1	Energy consumption within the organization	130	
302-4	Reduction of energy consumption	130	

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน (SURVEY OF READERS' OPINION)

ข้อเสนอแนะของผู้อ่านที่มีต่อรายงานความยั่งยืนประจำปี 2563/64 จะนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืนในอนาคต
Your views and suggestions toward the 2020/21 Sustainability Report will be utilised to improve our future reporting.

1. กรุณาระบุข้อมูลพื้นฐานของท่าน (Please specify your personal information)

เพศ (Gender) ◯ หญิง (Female) ◯ ชาย (Male)

อายุ (Age) ◯ ต่ำกว่า 30 ปี (Lower than 30 years) ◯ 30 – 45 ปี (30-45 years) ◯ มากกว่า 45 ปี (More than 45 years)

2. กรุณาระบุสถานะของท่าน (Please specify your relationship with VGI)

◯ ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน (Shareholder / investor) ◯ ลูกค้า (Customer) ◯ คู่ค้า (Supplier) ◯ หน่วยงานของรัฐ (Government Agency)

◯ สื่อมวลชน (Media) ◯ พนักงานของบริษัทฯ (Employee) ◯ ชุมชนใกล้สถานประกอบการ (Communities) ◯ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
(Others – please specify)

3. ความพึงพอใจต่อรูปแบบรายงานความยั่งยืนประจำปี 2563/64
(Please rate your satisfaction of the presentation of 2020/21 Sustainability Report)

ความสมบูรณ์ของรายงาน (Content completeness)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)
ประเด็นของรายงาน (Reporting topics/issues)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)
เนื้อหาเข้าใจง่าย (Ease of understanding)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)
การออกแบบรูปเล่ม (Report design)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)
ความพึงพอใจต่อรายงานโดยรวม (Overall satisfaction)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)

4. ความสนใจเนื้อหาในแต่ละบทของรายงานความยั่งยืน (Please rate your interest of each chapter)

ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของวีจีไอ (Materiality in Relation to Sustainability of VGI)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders Engagement)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Policy and Targets)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ (Corporate Governance and Business Conduct)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
การจัดการและบริหารความเสี่ยง (Risk Management)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
ความมั่นคงปลอดภัยของระบบข้อมูล การปกป้องข้อมูลและความเป็นส่วนตัว (Security of Information Systems and Data Privacy)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าและผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Customer Relationship Management and Innovative Products)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี (Human Capital Development and Well-being)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
การพัฒนาสังคมและชุมชน (Social and Community Development)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)
ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainability Performance Result)	◯ มาก (High)	◯ ปานกลาง (Medium)	◯ น้อย (Low)	◯ ไม่สนใจ (Uninterested)

5. กรุณาระบุประเด็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อปรับปรุงรายงานความยั่งยืนฉบับต่อไป
Please provide other comments or suggestion to improve the Sustainability Report

.....

.....

วีจีไอขอขอบพระคุณอย่างสูงสำหรับความร่วมมือ
VGI appreciates your valuable feedback

กรุณาส่งแบบสอบถามมาที่:

ฝ่ายเลขานุการบริษัท
บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 21 ชั้น 9 อาคารทีเอสที ทาวเวอร์
ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โทรศัพท์ +66 (0) 2273 8884
อีเมล: companysecretary@vgi.co.th

Please mail this survey to:

Company Secretary Division
VGI Public Company Limited
21 TST Tower, 9th Floor, Viphavadi-Rangsit Road,
Chomphon, Chatuchak, Bangkok 10900
Telephone number: +66 (0) 2273 8884
Email: companysecretary@vgi.co.th

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 21 ชั้น 9 อาคารทีเอสที ทาวเวอร์
ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร
กรุงเทพมหานคร 10900
โทรศัพท์ +66 (0) 2273 8884 โทรสาร +66 (0) 2273 8883

www.vgi.co.th

VGI Public Company Limited

21 TST Tower, 9th Floor, Viphavadi-Rangsit Road,
Chomphon, Chatuchak Bangkok 10900 Thailand
Telephone number +66 (0) 2273 8884 FAX +66 (0) 2273 8883

www.vgi.co.th