

THE WORLD'S MOST SUSTAINABLE MEDIA COMPANY



รายงานความยั่งยืนประจำปี 2565/66
บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)



ได้รับการจัดอันดับให้เป็น Top 1% ที่มีคะแนนเป็นอันดับหนึ่งของโลก และได้รับรางวัล “Industry Mover” ภายใต้หมวดอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา ภาพยนตร์ และความบันเทิง

บริษัทฯ รู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก S&P Global Sustainability Yearbook 2023 เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน โดยในปีนั้นบริษัทฯ เป็นบริษัทแรกและบริษัทเดียวในประเทศไทยที่ได้รับการจัดอันดับให้เป็น Top 1% ที่มีคะแนนเป็นอันดับหนึ่งของโลก และได้รับรางวัล “Industry Mover” ภายใต้หมวดอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา ภาพยนตร์ และความบันเทิง



Most Innovative (O2O) Marketing Campaigns & Solutions Award ภายใต้หมวดเทคโนโลยี เป็นครั้งแรก จากงาน Global Economics Awards 2022 ที่จัดขึ้นโดย The Global Economics



The Most Innovative O2O Solutions for Advertising, Payment and Distribution Platforms เป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน โดย International Finance



รางวัล ASEAN Asset Class PLCs จากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนภูมิภาคอาเซียน (ASEAN Corporate Governance Scorecard: ACGS) ปี 2564 เป็นปีแรก โดย ASEAN Capital Markets Forum



Thailand's Top Corporate Brands Award ภายใต้อุตสาหกรรมสื่อและสิ่งพิมพ์ เป็นปีที่ 6 โดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“SET”)



Most Creative Media Award สำหรับแคมเปญ Whoscall: The Safety Stations จากงาน Adman Awards & Symposium 2022 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย



รางวัลนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม เป็นปีที่ 2 และ**รางวัลนักลงทุนสัมพันธ์ดีเด่น**เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน จากงาน SET Awards 2022 ที่จัดขึ้นโดย SET และวารสารการเงินธนาคาร



ได้รับคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อผู้เข้าชิงรางวัล Best in Communications Sector เป็นครั้งแรกจากงาน IR Magazine Awards South East Asia 2022 จาก IR Magazine



เข้าเป็นสมาชิกของดัชนี MSCI ประเภทดัชนี MSCI Small Cap เป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน โดย Morgan Stanley Capital International (MSCI) Index



เข้าเป็นสมาชิกของดัชนี SET100 ตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 ถึงเดือนมิถุนายน 2566



ได้รับคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อ Thailand Sustainability Investment (THSI) 2022 เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน ดอกย้ำความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม



รางวัลองค์กรต้นแบบความยั่งยืนในตลาดทุนไทยด้านสนับสนุนคนพิการดีเด่น ประจำปี 2565 เป็นครั้งแรกจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ (SEC)



ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในระดับดีเลิศในปี 2565 เป็นปีที่ 7 ติดต่อกัน โดยสมาคมส่งเสริมกรรมการบริษัทไทย (IOD)

สารบัญ

01



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	3
สารจากประธานกรรมการ	5
วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าง่องการ	6
VGI อีโคซิสเต็ม และห่วงโซ่คุณค่า	7
ห่วงโซ่คุณค่าของ VGI	10

02



VGI กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน	
กระบวนการประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน	12
การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	16
นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	20
รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืนในปี 2565/66	22

03



ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ	
การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ	24
การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	32
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	36
นวัตกรรม	41
ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	44
และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	

04



ด้านสังคม	
การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	48
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	50
สิทธิมนุษยชน	55
การพัฒนาสังคมและชุมชน	57
อาสาสมัครและความปลอดภัย	62
ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา	64

05



ด้านสิ่งแวดล้อม	
กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน	66
การจัดการของเสีย	71

06



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	
ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	152
GRI Content Index	174
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	178
แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน	180

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

(GRI 2-1, 2-3, 2-5, 2-6, 3-1, 3-2)

บริษัท วิจิไอ จำกัด (มหาชน) (“VGI” หรือ “บริษัทฯ”) ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา เพื่อสื่อสารวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ การบริหารจัดการ กระบวนการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามประเด็นความยั่งยืนที่มีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนและธุรกิจ รวมถึงเพื่อรายงานความก้าวหน้าของผลการดำเนินงานในมิติต่าง ๆ โดยรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565/66 ฉบับนี้ มีเนื้อหาครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในช่วงระหว่างวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2565 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2566

การจัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้เป็นไปตามแนวทางและมาตรฐาน GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) ซึ่งได้มีการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนทั้งหมด 13 ประเด็น โดยผลการดำเนินงานครอบคลุมถึงการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ในประเทศไทย รวมถึงบริษัทย่อยต่าง ๆ ที่ VGI มีสัดส่วนการถือหุ้นเกิน 50% และมีอำนาจในการควบคุมการดำเนินงาน ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปิดเผยในรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ได้รับการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระ Lloyd’s Register Quality Assurance (LRQA) เพื่อรับรองความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และความน่าเชื่อถือ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบแล้วในปี 2565/66 ประกอบด้วย GRI 3, GRI 302-1, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5, GRI 403-9 และ GRI 405-2

ทั้งนี้ ท่านสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะการประกอบธุรกิจ โครงสร้างการจัดการ การกำกับดูแลกิจการ การบริหารจัดการความเสี่ยง การควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และผลการดำเนินงานของ VGI ได้ที่ <https://investor.vgi.co.th/th/document/annual-reports>

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ฝ่ายเลขานุการบริษัท

บริษัท วิจิไอ จำกัด (มหาชน)

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

+66 (0) 2273 8884

อีเมล: vgisustainability@vgi.co.th



สารจากประธานกรรมการ

(GRI 2-22)

เรียน ท่านผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

VGI ดำเนินธุรกิจด้วยวิสัยทัศน์ในการเป็น “ผู้นำโซลูชันสู่แห่งอนาคต” (Pioneering Solutions for Tomorrow) โดยเราให้ความสำคัญกับการบูรณาการระบบนิเวศของเรที่มีความยืดหยุ่นและมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ แก่ผู้บริโภคผ่านนวัตกรรมด้านการบริการ ระบบนิเวศที่สมบูรณ์และครอบคลุม ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยของเรา นอกจากนี้ เรายังมุ่งเน้นการเติบโตอย่างยั่งยืนผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลายและการสร้างพันธมิตรที่แข็งแกร่ง ทั้งยังสนับสนุนและมุ่งดำเนินกลยุทธ์ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ซึ่งสะท้อนถึงความตั้งใจของเราที่จะดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบและส่งผลกระทบต่อสังคม

VGI ให้ความสำคัญกับการสร้างความยั่งยืนร่วมกันตลอดห่วงโซ่มูลค่า รวมถึงการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง โดยการกิจของ VGI ไม่เพียงแต่สนับสนุนความยั่งยืนขององค์กรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการดำเนินธุรกิจแบบรับผิดชอบต่อประโยชน์ของสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอีกด้วย เรายึดมั่นในแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย นอกจากนี้ เรายังให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงาน เพราะตระหนักดีว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดของเรา โดยสนับสนุนความหลากหลาย ความเสมอภาค และการไม่เลือกปฏิบัติทั่วทั้งองค์กรมาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังได้ดำเนินการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน รวมถึงการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจมาตั้งแต่ปี 2564 นอกจากนี้ เรายังให้การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เนื้อหาด้านความยั่งยืนที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติผ่านสื่อโฆษณาของ VGI อย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมสร้างความตระหนักรู้ของสังคมเกี่ยวกับความยั่งยืนและผลักดันการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก ในส่วนของการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมนั้น VGI มุ่งมั่นในการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจของเรา โดยเรามีความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งในการเป็น**บริษัทสีเขียวและสิ่งพิมพ์รายแรกและรายเดียวในโลกที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral)** และในปีนี้ได้เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดจากแหล่งพลังงานหมุนเวียนเป็น 10% ของการดำเนินธุรกิจ ผ่านการจัดหาใบรับรองเครดิตการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificates หรือ RECs) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของเราในการเป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นของประเทศไทยที่จะบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2593 และมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2608 ภายใต้ความตกลงปารีส

จากความสำเร็จและความมุ่งมั่นของ VGI ในด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนนั้น ทำให้เราได้รับการยอมรับและการรับรองจากหน่วยงานทั้งในประเทศและระดับสากล และในปีนี้อาจภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของดัชนีความยั่งยืนและได้รับคัดเลือกให้อยู่ใน Sustainability Yearbook 2023 ซึ่งจัดโดย S&P Global เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน และได้รับการจัดอันดับให้เป็น**ที่หนึ่งของโลกในหมวดอุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ และความบันเทิงเป็นปีแรก** ทั้งยังได้รับการจัดอันดับเป็น “Industry Mover” ในฐานะองค์กรที่มีพัฒนาการด้านความยั่งยืนสูงสุดในอุตสาหกรรมอีกด้วย นอกจากนี้ เรายังได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของหุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment หรือ THSI) โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นระยะเวลา 2 ปีติดต่อกัน และได้รับ**คะแนนด้านการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” (5 ดาว) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 7**

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณผู้บริหารและพนักงานทุกท่านสำหรับความตระหนักและความทุ่มเทในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความพัฒนาอย่างยั่งยืน และขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสีย ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และชุมชนทุกแห่งที่ให้ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่นและการสนับสนุนมาอย่างต่อเนื่อง ผมมั่นใจเป็นอย่างยิ่งว่าความร่วมมือของท่านจะช่วยให้ VGI เติบโตและดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน



คีติ กาญจนพาน์

ประธานกรรมการ

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร

(GRI 2-23)

วิสัยทัศน์

- โซลูชันสำหรับอนาคต

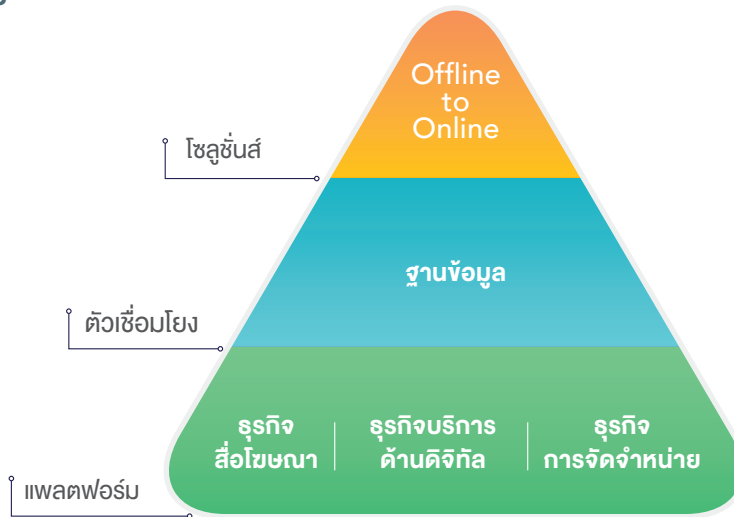
พันธกิจ

- เป็นผู้นำในการออกแบบประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภค
- เป็นผู้นำในการสร้างสรรค์แพลตฟอร์มใหม่ให้กับนักการตลาดและแบรนด์
- เป็นผู้นำในการสร้างธุรกิจที่ยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบตัว

กลยุทธ์

VGI ตั้งมั่นในการเป็นผู้นำตลาดที่ให้บริการการตลาดแบบ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชันส์ บริษัทฯ ได้วางรากฐานรูปแบบการดำเนินธุรกิจผ่านการเข้าลงทุนและสร้างพันธมิตรอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ของ VGI มีความชัดเจน โดยเรามุ่งเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแพลตฟอร์มออฟไลน์และออนไลน์ ผ่านการขยายฐานข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการด้าน O2O โซลูชันส์อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

คุณค่าองค์กร



Values – คุณค่าขององค์กร

VGI เชื้อมั่นในการสร้างคุณค่าแบบยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น คู่ค้า และสังคม ซึ่งถือเป็นหลักการพื้นฐานที่บริษัทฯ ยึดถือในการดำเนินงานมาโดยตลอด



Growth – การเติบโตทางธุรกิจ

VGI มีจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้นำธุรกิจ ในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูงสุด และพร้อมเป็นพันธมิตรกับผู้นำธุรกิจจากทั่วโลก ที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจหลักที่เรามีอยู่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือ หลักสำคัญที่ทำให้เราเติบโตอย่างแตกต่างตลอดมา



Innovation – การสร้างนวัตกรรม

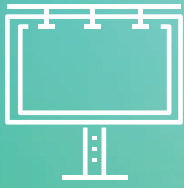
VGI ให้ความสำคัญกับดิจิทัล เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และโซลูชันส์ที่เข้ากับทุกเจนเนอเรชัน ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้อย่างดีที่สุด

VGI อีโคซิสเต็ม และห่วงโซ่คุณค่า

(GRI 2-6)



ปัจจุบัน VGI คือผู้ให้บริการด้านการตลาดแบบ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชันส์ที่มีอีโคซิสเต็ม (Ecosystem) ที่สมบูรณ์แบบบนแพลตฟอร์มธุรกิจสื่อโฆษณา (Advertising) ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล (Digital Services) และธุรกิจการจัดจำหน่าย (Distribution) โดยบริษัทฯ มีจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้นำด้านการออกแบบประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของนักโฆษณา และแบรนด์ด้วยโซลูชันส์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวผ่านอีโคซิสเต็มของบริษัทฯ ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯ ยังมีความมุ่งมั่นในการสร้างธุรกิจให้เติบโตควบคู่ไปพร้อมกับการสร้างความยั่งยืนให้แก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม



ธุรกิจสื่อโฆษณา



สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน

มีศักยภาพในการเข้าถึงและสื่อสารกับผู้ชมสื่อมวลชนจำนวนมากที่ใช้บริการระบบขนส่งมวลชนในเมือง

สื่อโฆษณากลางแจ้ง

ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศซึ่งสามารถเข้าถึงผู้ชมสื่อโฆษณาจำนวนมาก ช่วยสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการดำเนินงานของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน

สามารถกระจายโฆษณาและเข้าถึงกลุ่มพนักงานออฟฟิศ มีเครือข่ายอาคารสำนักงานที่ใหญ่ที่สุดภายใต้การจัดการรวมทั้งสิ้นกว่า 196 อาคารในเขตกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงจอภาพภายในลิฟต์จำนวนกว่า 1,563 จอ



ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล



แรมบิท แคร์

ผู้นำด้านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประกันภัย (InsurTech) และผลิตภัณฑ์ทางการเงิน (FinTech) ของประเทศไทย

แรมบิท แคช

ผู้ให้บริการสินเชื่อในรูปแบบดิจิทัลที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงแหล่งเงินทุนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

บริการชำระเงิน

บริการชำระเงินในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์บนระบบขนส่งมวลชนและร้านค้าชั้นนำต่าง ๆ ทั่วประเทศไทยที่ประกอบไปด้วย 1) บัตรแรมบิท และ 2) แรมบิท โลว์น เพย์ (“RLP”) โดยปัจจุบัน มีจำนวนบัตรแรมบิทอยู่ที่ 15.0 ล้านใบ รวมถึงมีผู้ใช้บริการ RLP กว่า 10.4 ล้านราย



ธุรกิจการจัดจำหน่าย



บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“KEX”)

KEX ผู้นำด้านการขนส่งพัสดุด้วยอันดับ 1 ของประเทศไทย และเป็นบริษัทในเครือของ Kerry Logistic Network Limited โดยมีผู้ถือหุ้นหลักคือ S.F. Holding Company Limited

บริษัท แฟนสลิ้งค์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด

ผู้นำด้านการบริหารจัดการสินค้าจากแบรนด์ชั้นนำและให้บริการบนแพลตฟอร์มทั้งการให้บริการแบบ end-to-end และให้คำปรึกษาด้านกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดแก่แบรนด์ต่าง ๆ

บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัทโฮลดิ้งในธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งมือถือ การจัดเก็บและจัดการหนี้ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล และการลงทุนในธุรกิจใหม่ที่มีศักยภาพ ซึ่งจะช่วยให้เข้ามาเสริมสร้างความสามารถทางธุรกิจการจัดจำหน่ายทั้งในส่วนออฟไลน์และออนไลน์ได้

บริษัท ซุปเปอร์ เทอร์เกิล จำกัด (มหาชน) “TURTLE”*

เป็นบริษัทที่เติบโตอย่างรวดเร็วโดยมุ่งเน้นมอบความสะดวกสบายและคุณค่าให้แก่ลูกค้าคนไทย โดยมีธุรกิจทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจร้านค้าปลีก ธุรกิจพื้นที่ให้เช่าเชิงพาณิชย์ และธุรกิจสิ่งพิมพ์ / หนังสือ

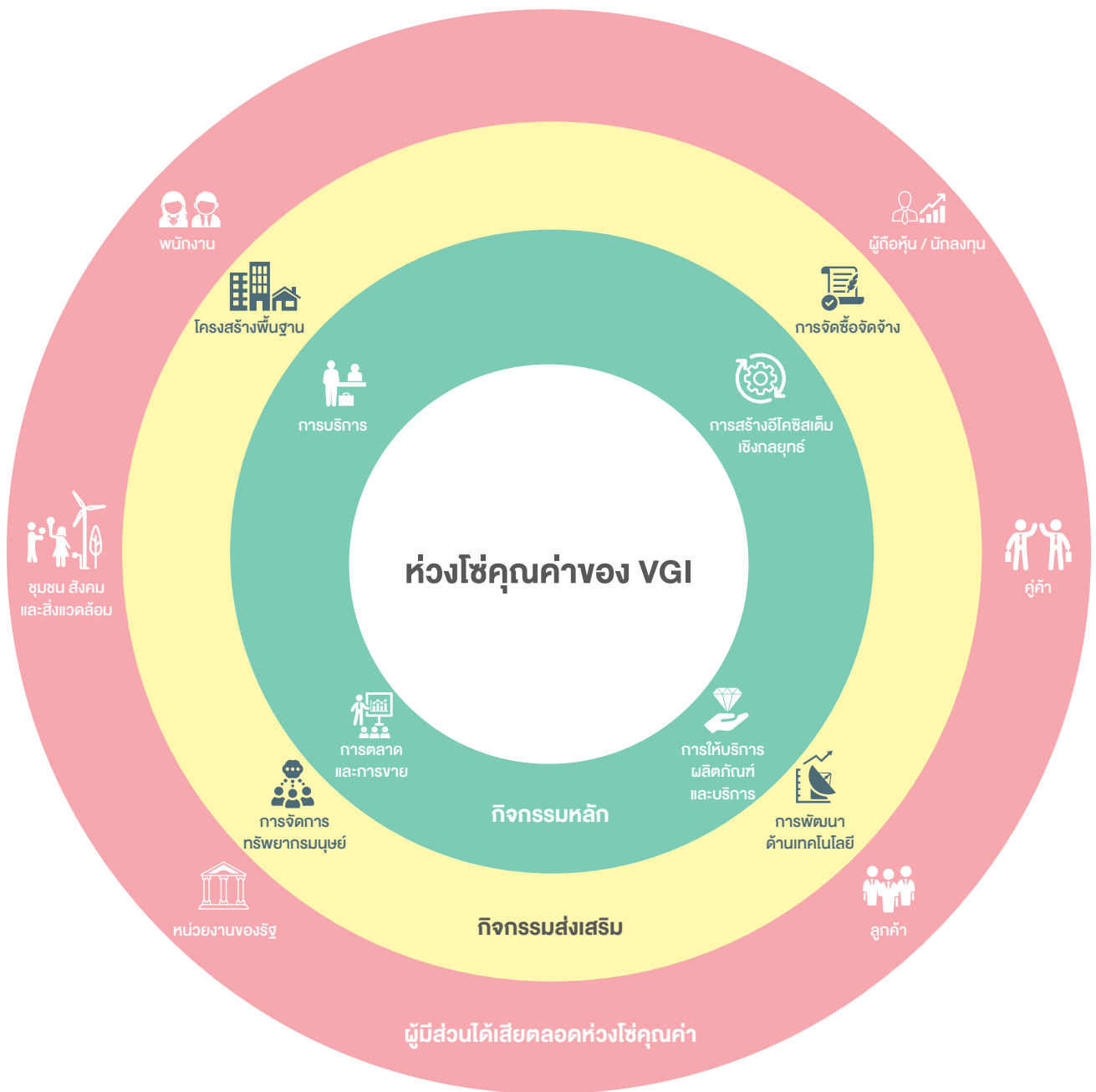
หมายเหตุ

*เมื่อวันที่ 27 เมษายน พ.ศ. 2566 บริษัท เชนซ์ อิมเคอร์เบชันเบล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ได้เปลี่ยนชื่อเป็น TURTLE อย่างเป็นทางการ

ห่วงโซ่คุณค่าของ VGI

(GRI 2-6)

VGI มุ่งแสวงหาโอกาสทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องผ่านการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์และการบูรณาการห่วงโซ่คุณค่าอย่างมีชั้นเชิง ทั้งในแพลตฟอร์มธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล และธุรกิจการจัดจำหน่าย โดยภายใต้ธุรกิจสื่อโฆษณาลึกของ VGI นั้น บริษัทฯ ยังคงดำเนินการพัฒนาช่องทางการนำเสนอสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักโฆษณาและแบรนด์ต่าง ๆ อีกทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้จ่ายจากธุรกิจบริการด้านดิจิทัลของบริษัทฯ ยังสามารถทำให้บริษัทฯ สามารถยกระดับการให้บริการสื่อโฆษณาที่เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับแบรนด์ได้มากขึ้น นอกเหนือจากนี้ยังส่งผลให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงพฤติกรรมและความสนใจของผู้บริโภคที่ทำการธุรกรรมต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ผ่านธุรกิจบริการด้านดิจิทัลได้ ซึ่งจะช่วยพัฒนาฐานข้อมูลของบริษัทฯ ในเชิงลึกมากขึ้นและทำให้บริษัทฯ สามารถสร้างการรับรู้ในสินค้า สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับผู้บริโภค และยังสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือสมัครใช้บริการให้แก่ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ในส่วนของธุรกิจการจัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ทั้งการให้บริการโฆษณานบนรถขนส่งพัสดุและการให้บริการส่งสินค้าตัวอย่างไปให้ผู้บริโภค อีกทั้งธุรกิจบริการด้านดิจิทัลของ VGI นั้น ยังช่วยส่งเสริมธุรกิจจัดจำหน่ายได้โดยการให้บริการด้านดิจิทัลแบบไม่ใช้เงินสดให้แก่ผู้บริโภคอีกด้วย





VGI กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

- กระบวนการประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน
- การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
- นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืนในปี 2565/66

กระบวนการประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน

(GRI 3-1)

VGI มีการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาจากปัจจัยภายในและภายนอกที่ครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงและผลกระทบของ VGI รวมถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย โดยปัจจัยภายในประกอบด้วยผลกระทบจากความเสียหายและโอกาสทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินงานและห่วงโซ่คุณค่าของ VGI ส่วนปัจจัยภายนอกประกอบด้วยแนวโน้มของโลก ข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก และประเด็นด้านความยั่งยืนในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยการประเมินประเด็นสำคัญนี้ดำเนินการตามหลักการแบบทวิสารัตถภาพ หรือ Double Materiality Principle ซึ่งเป็นแนวคิดในการประเมินผลกระทบในบริบทของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environmental, Social, and Governance หรือ ESG) ต่อภายในบริษัท และผลกระทบในบริบท ESG จากกิจกรรมตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เกณฑ์ในการประเมินผลกระทบอ้างอิงจากเกณฑ์การบริหารความเสี่ยงองค์กรของ VGI เพื่อให้สามารถนำประเด็นสำคัญเหล่านี้มาบูรณาการเข้ากับการประเมินปัจจัยความเสี่ยงของบริษัทฯ ได้ในภายหลัง นอกจากนี้ การประเมินประเด็นสำคัญได้ผ่านการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบจากหน่วยงานภายนอก และเป็นกระบวนการที่รวมอยู่ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรของบริษัทฯ ทั้งนี้ VGI ได้จัดเรียงลำดับประเด็นสำคัญโดยพิจารณาจากระดับผลกระทบโดยรวมที่ประเด็นเหล่านี้มีต่อบริษัทฯ โดยมีคณะกรรมการบริษัทฯ เป็นผู้ลงนามผลการประเมินตามหลักการของ GRI Standards 2021 ว่าด้วยการเปิดเผยข้อมูลเพื่อความยั่งยืน (GRI 3: Material Topics 2021) ซึ่งกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาและการประเมินประเด็นสำคัญของบริษัทฯ มีดังนี้



การทำความเข้าใจบริบทขององค์กร

VGI มีการทบทวนการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กร บริบทด้านความยั่งยืน และความสัมพันธ์ที่องค์กรมีกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า นอกจากนี้ VGI ยังวิเคราะห์แนวโน้มความยั่งยืนระดับโลกและมาตรฐานสากลทั่วทั้งอุตสาหกรรมเพื่อรวบรวมประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมีปัจจัยที่ใช้ประกอบการระบุประเด็นสำคัญ ได้แก่

- มาตรฐานในการรายงานสากล (Global Reporting Initiative หรือ GRI Standards)
- ดัชนีความยั่งยืน (S&P Global ESG Indices)
- ดัชนี MSCI (MSCI Index)
- คณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Board หรือ SASB)
- ดัชนีหุ้นยั่งยืน (SET THSI Index)
- แนวโน้มของโลกในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน



การระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นและที่อาจเกิดขึ้นต่อประเด็นสำคัญ

VGI มีการหารือกับหน่วยงานภายในและผู้มีส่วนได้เสียภายนอกเพื่อระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงและที่อาจเกิดขึ้นจากประเด็นสำคัญที่มีผลต่อบริษัทฯ ผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิทธิมนุษยชน ครอบคลุมทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ



การประเมินนัยสำคัญของผลกระทบ

VGI ประเมินความสำคัญของผลกระทบที่ระบุไว้ โดยพิจารณาจากระดับและขอบเขตของผลกระทบ โอกาสที่จะเกิดผลกระทบ รวมถึงผลกระทบที่ไม่สามารถแก้ไขได้ นอกจากนี้ VGI ยังได้นำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (Expert Testing) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาพิจารณาประกอบการประเมินความสำคัญของผลกระทบ



การจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบที่มีนัยสำคัญในการรายงาน

VGI จัดลำดับความสำคัญของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนโดยพิจารณาจาก 2 หลักเกณฑ์ได้แก่ (1) ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย และ (2) ความสำคัญต่อผลกระทบทางธุรกิจในระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นเป็นสามลำดับคือ สูง กลาง และต่ำ ผลการประเมินของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนได้ถูกนำเสนอต่อคณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยผ่านการรับรองจากคณะกรรมการบริหาร เพื่อทบทวนและตรวจสอบความถูกต้องของการจัดลำดับความสำคัญของผลการประเมินประเด็นสำคัญ และเพื่อให้คณะกรรมการบริษัทฯ รับรองผลการประเมินว่ามีความสอดคล้องตามบริบทของกลยุทธ์บริษัท VGI

ระดับผลกระทบเชิงบวกในแต่ละประเด็นความยั่งยืน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบเชิงบวก
ความสำคัญระดับสูง	
การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	
ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา	
การพัฒนาสังคมและชุมชน	
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	
สิทธิมนุษยชน	
กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน	
ความสำคัญระดับกลาง	
การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	
ความสำคัญระดับต่ำ	
การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	
การจัดการของเสีย	
นวัตกรรม	
ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	

ระดับผลกระทบเชิงลบในแต่ละประเด็นความยั่งยืน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบเชิงลบ
ความสำคัญระดับสูง	
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	
การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	
ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	
ความสำคัญระดับกลาง	
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	
กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน	
การพัฒนาสังคมและชุมชน	
ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา	
การจัดการของเสีย	
ความสำคัญระดับต่ำ	
สิทธิมนุษยชน	
การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	

สรุปประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	GRI Standards 2021	ขอบเขตและประเภทของผลกระทบ		Sustainability Development Goals (SDGs)
		ภายใน	ภายนอก	

ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ

1. การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	Management of Material Topics (GRI 3-3) Anti-corruption (GRI 205-2, GRI 205-3) Public Policy (GRI 415-1)	+/-	+/-	16, 17
2. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	Management of Material Topics (GRI 3-3) Supplier Environmental Assessment (GRI 308-1) Supplier Social Assessment (GRI 414-1, GRI 414-2)	+/-	+/-	5, 8, 16
3. การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	Management of Material Topics (GRI 3-3)	+/-	+/-	8, 16
4. นวัตกรรม	Management of Material Topics (GRI 3-3) Waste (GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5)	+	+	8, 9
5. ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	Management of Material Topics (GRI 3-3) Customer Privacy (GRI 418-1)	+/-	+/-	3, 8, 16

ด้านสังคม

6. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	Management of Material Topics (GRI 3-3)	+	+	8, 9, 11, 17
7. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	Management of Material Topics (GRI 3-3) Employment (GRI 401-1, GRI 401-2, GRI 401-3) Training and Education (GRI 404-1, GRI 404-2, GRI 404-3) Diversity and Equal Opportunity (GRI 405-1, GRI 405-2)	-		3, 4, 5, 8, 10
8. สิทธิมนุษยชน	Management of Material Topics (GRI 3-3)	+/-	+/-	3, 5, 8, 19
9. การพัฒนาสังคมและชุมชน	Management of Material Topics (GRI 3-3) Economic Performance (GRI 201-1)	+/-	+/-	3, 4, 8, 9, 13
10. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	Management of Material Topics (GRI 3-3) Occupational Health and Safety (GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-6, GRI 403-9)	+/-	+/-	3
11. ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา	Management of Material Topics (GRI 3-3)		+/-	12, 16

ด้านสิ่งแวดล้อม

12. กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน	Management of Material Topics (GRI 3-3) Energy (GRI 302-1, GRI 202-4) Emission (GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-5)	-	-	3, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 17
13. การจัดการของเสีย	Management of Material Topics (GRI 3-3)	+/-	+/-	3, 6, 9, 11, 12, 13, 17

หมายเหตุ

+ หมายถึง ผลกระทบเชิงบวก

- หมายถึง ผลกระทบเชิงลบ

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

(GRI 2-12, 2-29)

VGI เชื่อว่าผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว ดังนั้น บริษัทฯ จึงดูแลให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม เสมอภาค และเป็นธรรม อีกทั้งยังได้จัดทำนโยบายการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการระบุผู้มีส่วนได้เสีย การระบุประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ การพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย การสื่อสารและการแจ้งผลตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ บริษัทฯ จะกำหนดและระบุผู้มีส่วนได้เสียโดยพิจารณาจากระดับผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้เสียอาจได้รับจากการดำเนินงานของบริษัทฯ และระดับความจำเป็นในการพึ่งพาที่บริษัทฯ มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย



VGI ได้ระบุผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรเป็นจำนวน 6 กลุ่ม และยังคงจัดให้มีช่องทางการสื่อสารและวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน	
ช่องทางการสื่อสาร และวิธีการมีส่วนร่วม	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี การรายงานข่าวผ่านทางสื่อมวลชน และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ
	<ul style="list-style-type: none"> การรายงานผลประกอบการรายไตรมาส และรายปี โดยเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของ VGI และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของบริษัทฯ ได้แก่ เว็บไซต์ Facebook อีเมล โทรศัพท ฯลฯ
ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมทั้งมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีประสิทธิภาพ เปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินกิจการที่มีผลประกอบการที่เติบโตมั่นคง และยั่งยืน คำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม
	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการบริษัทฯ และปกป้องสิทธิของผู้ถือหุ้นในช่วงวิกฤตการระบาดของไวรัสโควิด 19
ผลการดำเนินงานสำคัญ เพื่อตอบสนองความคาดหวัง	<ul style="list-style-type: none"> ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดี จัดให้มีการอบรมพนักงานเพื่อให้มั่นใจถึงแนวปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานในการกำกับดูแลกิจการที่ดีและต่อต้านการทุจริต
	<ul style="list-style-type: none"> ประเมินความเสี่ยงด้านการต่อต้านการคอร์รัปชันขององค์กรและได้รับการต่ออายุแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC)



พนักงาน

ช่องทางการสื่อสาร และวิธีการ มีส่วนร่วม



สารจาก CEO ผ่านช่องทางการสื่อสารภายใน
ขององค์กร



การสำรวจความพึงพอใจประจำปี



ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กร
เช่น VGI LINE Official Account, Intranet
และพื้นที่ประชาสัมพันธ์ในสำนักงาน



กล่องรับความคิดเห็น

ประเด็น ความคาดหวัง ที่เป็นสาระสำคัญ



ปฏิบัติอย่างเสมอภาค และเคารพสิทธิ
มนุษยชนขั้นพื้นฐาน



ให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ



ฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงาน
อย่างต่อเนื่อง



ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม



มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกต้องสูงลักษณะ และเหมาะสมตามหลักอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

ผลการดำเนินงาน สำคัญ เพื่อตอบสนอง ความคาดหวัง



มีผลความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร
ในระดับ 86%



จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัย
และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อดูแล
พนักงาน



ประกาศใช้นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน ทำการ
ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และจัดการ
อบรมด้านสิทธิมนุษยชน



จัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน



จัดทำมาตรการและโครงการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน



ลูกค้า

ช่องทางการสื่อสาร และวิธีการ มีส่วนร่วม



การสำรวจความพึงพอใจประจำปี



การรับเรื่องร้องเรียน ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็น
ผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน



การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัด
กิจกรรมกระชับความสัมพันธ์ร่วมกัน ฯลฯ



การรายงานข่าวผ่านทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

ประเด็น ความคาดหวัง ที่เป็นสาระสำคัญ



นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตรงตาม
ความคาดหวังของลูกค้า ในราคาที่โปร่งใส
และเหมาะสม



พัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์และ
บริการอย่างต่อเนื่อง



ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจ
ของลูกค้า



การปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

ผลการดำเนินงาน สำคัญ เพื่อตอบสนอง ความคาดหวัง



ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเท่ากับ 90%



พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง จนได้รับการยอมรับ
จากภายนอก เช่น คำรางวัล The Most Innovative
O2O Marketing Solutions for Digital Services
and Distribution Platforms ในฐานะบริษัทชั้นนำที่มี
นวัตกรรมล้ำสมัยที่สุดสำหรับแพลตฟอร์มดังกล่าว



คู่ค้า

ช่องทางการสื่อสาร
และวิธีการ
มีส่วนร่วม



กระบวนการคัดเลือกและการประเมินผล
การปฏิบัติงานของคู่ค้า



การประชุมร่วมกับคู่ค้า

ประเด็น
ความคาดหวัง
ที่เป็นสาระสำคัญ



จัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และ
ตรวจสอบได้



ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญา

ผลการดำเนินงาน
สำคัญ
เพื่อตอบสนอง
ความคาดหวัง



คู่ค้าลงนามรับทราบจริยธรรมคู่ค้าที่ระบุประเด็น
การดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม
และสิ่งแวดล้อม (ESG)



คู่ค้าได้รับการอบรมด้านความปลอดภัย
ก่อนปฏิบัติงาน



หน่วยงานของรัฐ

ช่องทางการสื่อสาร
และวิธีการ
มีส่วนร่วม



การรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง
ตามระยะเวลาที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด



การสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐเพื่อสร้างความเข้าใจ
ที่ถูกต้อง



การมีส่วนร่วมในกิจกรรม สัมมนา และโครงการของหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง

ประเด็น
ความคาดหวัง
ที่เป็นสาระสำคัญ



การปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎหมายและกฎระเบียบ
ข้อบังคับที่กำหนด



เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
และครบถ้วน



เข้าร่วมโครงการ หรือความร่วมมือใหม่ ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ

ผลการดำเนินงาน
สำคัญ
เพื่อตอบสนอง
ความคาดหวัง



ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และข้อบังคับ
ที่กำหนดอย่างเคร่งครัด



เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานตามระยะเวลา
และมากกว่าที่กำหนดเพื่อความโปร่งใส



เข้าร่วมโครงการด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) ของหน่วยงานภาครัฐ



ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

ช่องทางสื่อสาร และวิธีการ มีส่วนร่วม	 ช่องทางการสื่อสาร เช่น ช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียน	 การบริหารจัดการองค์กร โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
	 กิจกรรมร่วมกับชุมชน	 การใช้พื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ
ประเด็น ความคาดหวัง ที่เป็นสาระสำคัญ	 พัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม	 จำกัดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ
	 อยู่ร่วมกันกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน	 มีส่วนร่วมการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
ผลการดำเนินงาน สำคัญ เพื่อตอบสนอง ความคาดหวัง	 กำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมการลดขยะ การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน และการสร้างแพลตฟอร์มที่สร้างสรรค์ เพื่อเป็นกระบอกเสียงให้แก่สังคมวงกว้าง	 จัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อลดของเสีย และลดการใช้พลังงาน
	 ใช้พื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารเพื่อปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและร่วมพัฒนาสังคม	

สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย



นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

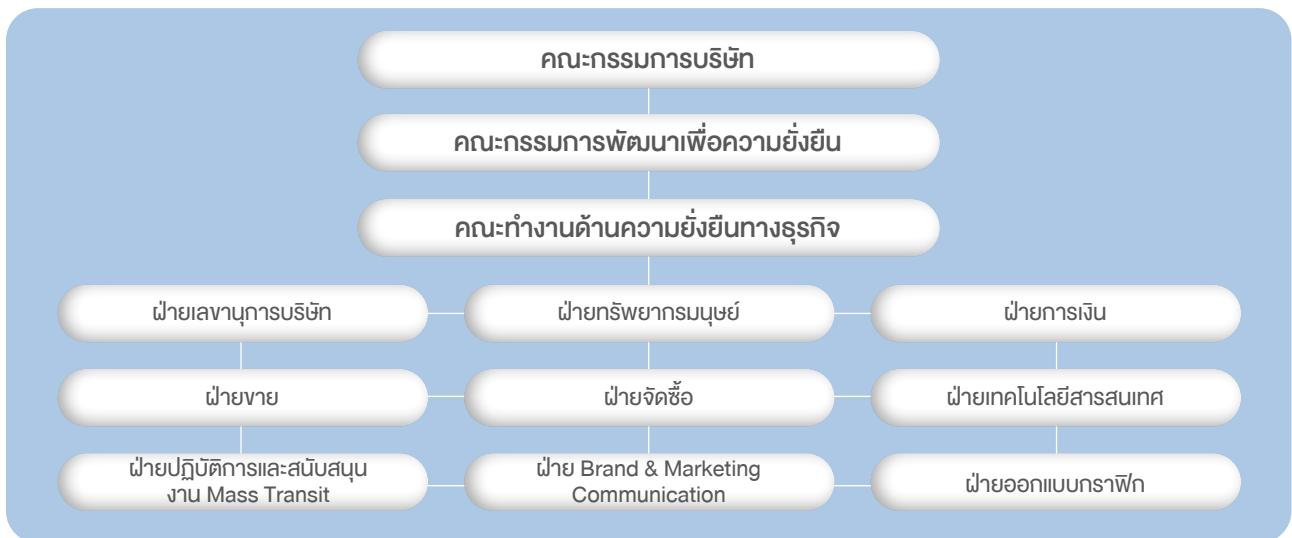
VGI มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อประเด็นด้านความยั่งยืนเพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยยึดหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมแนวทางการดำเนินงาน ใน 7 ประเด็นหลักด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ สนับสนุนให้กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ ยึดถือปฏิบัติตามนโยบายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกันในองค์กรต่อไป โดย VGI ตระหนักดีว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะทำให้บริษัทฯ เติบโตได้อย่างยั่งยืน และเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัทฯ และผู้ถือหุ้นในระยะยาว ทั้งนี้ เพื่อยกระดับแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี และช่วยในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวางรากฐานเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่แข็งแกร่งให้แก่บริษัทฯ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2558 จึงได้มีมติอนุมัติแต่งตั้ง “คณะกรรมการบรรษัทภิบาล” ขึ้น เพื่อกำหน้าที่พิจารณา กำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตและติดสินบน เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ ตลอดจนกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบาย คู่มือ และแนวปฏิบัติต่าง ๆ

บริษัทฯ ยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการขยายขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมของคณะกรรมการบรรษัทภิบาล เพื่อให้ครอบคลุมหลักการและเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งเป็นส่วนต่อยอดจากหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยเหตุนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 จึงได้มีมติอนุมัติเปลี่ยนแปลงชื่อของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลเป็น “คณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน” และแก้ไขเพิ่มเติมกฎบัตรฯ ฉบับนี้เพื่อให้สอดคล้องกับมติดังกล่าว



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับกฎบัตรคณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

นอกจากนี้ เพื่อการดำเนินงานบริหารจัดการด้านความยั่งยืนอย่างรอบด้านแล้ว VGI ยังได้แต่งตั้งคณะทำงานด้านความยั่งยืนทางธุรกิจซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการพิจารณา นโยบาย และแผนงานที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน การกำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืนทางธุรกิจเพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง การเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ รวมถึงการส่งเสริมความตระหนักสู่ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร โดยคณะทำงานด้านความยั่งยืนทางธุรกิจ ประกอบด้วยตัวแทนจากสายงานภายในต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ฝ่ายปฏิบัติการและสนับสนุนงาน Mass Transit ฝ่าย Brand & Marketing Communication ฝ่ายออกแบบกราฟิก และฝ่ายเลขานุการบริษัท นอกจากนี้ ผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนจะถูกรายงานไปยังคณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของ VGI เป็นประจำทุกไตรมาส



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ VGI มีการตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืนทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนความมุ่งมั่นด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดของแต่ละเป้าหมายดังนี้

ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมายระยะยาว ปี 2563/64 – 2567/68	SDGs
 การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนของบริษัทฯ รวมถึงพนักงานของบริษัทย่อยหลัก เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” 	 
 การบริหารความเสี่ยง และภาวะวิกฤต	<ul style="list-style-type: none"> มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO – ERM 2017 	 
 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	<ul style="list-style-type: none"> คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อจัดหา ว่าจ้าง ที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับ 100% 	    
 ความปลอดภัยทาง ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือ ผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ 	  
 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับ 95% ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโฆษณา และการให้บริการของพนักงาน 	   
 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และ ความเป็นอยู่ที่ดี	<ul style="list-style-type: none"> อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับ ไม่น้อยกว่า 90% 	    
 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานและคู่ค้าได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐาน ความปลอดภัย 100% ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน 	 
 กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ และการใช้พลังงาน	<ul style="list-style-type: none"> รักษาระดับการใช้พลังงานไฟฟ้าไม่ให้เพิ่มขึ้นเกิน 10% เมื่อเทียบกับปีฐานปี 2562 ใช้แพลตฟอร์มโฆษณาขององค์กรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมาย ในการสร้างความตระหนักแก่ประชาชนไม่น้อยกว่า 1 ล้านคนต่อปี 	        
 การจัดการของเสีย	<ul style="list-style-type: none"> เปลี่ยนการนำขยะที่จะถูกฝังกลบหรือเผาทำลาย ด้วยการนำกลับมาใช้ประโยชน์ 30% ของปริมาณขยะทั้งหมด สร้างคุณค่าให้ขยะโดยการเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีเป้าหมาย ในการลดปริมาณการสร้างขยะอย่างน้อย 10% 	      

รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืนในปี 2565/66

S&P Global



VGI ได้รับการจัดอันดับให้เป็น “Top 1%” และได้คะแนนสูงสุดของโลก 85/100 ในหมวดอุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ และความบันเทิง (PUB Media, Movies & Entertainment) เป็นครั้งแรกจาก S&P Global Sustainability Yearbook 2023 และได้รับการจัดอันดับเป็น “Industry Mover” ในฐานะองค์กรที่มีพัฒนาการด้านความยั่งยืนสูงสุดในอุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ และความบันเทิง



VGI เป็นบริษัทด้านมีเดียแห่งแรกและแห่งเดียวในไทยที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนเป็นศูนย์ และได้รับการรับรองจาก Carbon Neutral จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. โดย VGI ได้ชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรผ่านการเข้าร่วมโครงการสนับสนุนคาร์บอนเครดิตที่ผ่านการรับรองจาก อบก. นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้จัดหาพลังงานสะอาดจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน 10% ของการดำเนินธุรกิจ โดยการใช้ใบรับรองเครดิตการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificate: REC)

MSCI

เข้าเป็นสมาชิกของดัชนี MSCI Morgan Stanley Capital International (MSCI) Index ประเภทดัชนี MSCI Small Cap เป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน



ได้รับการรับรองให้เป็นสมาชิกของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC) ตั้งแต่ปี 2557 และได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิกแนวร่วม CAC เป็นที่เรียบร้อย



VGI ติดอันดับรายชื่อหุ้นยั่งยืน ประจำปี 2565 หรือ Thailand Sustainability Investment (THSI) 2022 ในกลุ่มบริการ (Services) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งช่วยตอกย้ำความสำเร็จของบริษัทฯ ที่ยึดมั่นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิดของการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ตลอดจนการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ซึ่งถือเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกเสมอมา



ได้รับรางวัล “องค์กรต้นแบบความยั่งยืนในตลาดทุนไทย ด้านสนับสนุนคนพิการดีเด่น” ประจำปี 2565 จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์



ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในระดับ “ดีเลิศ” ในปี 2565 เป็นปีที่ 7 ติดต่อกัน โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD)

ASEAN CORPORATE GOVERNANCE




ได้รับผลการประเมินในระดับ ASEAN Asset Class PLCs จากงาน ASEAN Corporate Governance Scorecard Virtual Awards ที่จัดโดย ASEAN Capital Market Forum เพื่อประเมินและจัดอันดับบรรษัทภิบาลของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มประเทศอาเซียน 6 ประเทศ



การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ

(GRI 2-9, 2-26, 3-3, 205-2, 205-3, 415-1)



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2565/66	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืนปี 2563/64 - 2567/68
<p>เป้าหมาย*: พนักงานทุกคนของบริษัทฯ เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ</p> <p>เป้าหมาย 100%</p>  <p>ผลการดำเนินงาน 100%</p> <p>* เป้าหมายเป็นส่วนหนึ่งของดัชนีชี้วัดค่าตอบแทนผู้บริหาร</p>	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนของบริษัทฯ เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”

การกำกับดูแลกิจการ

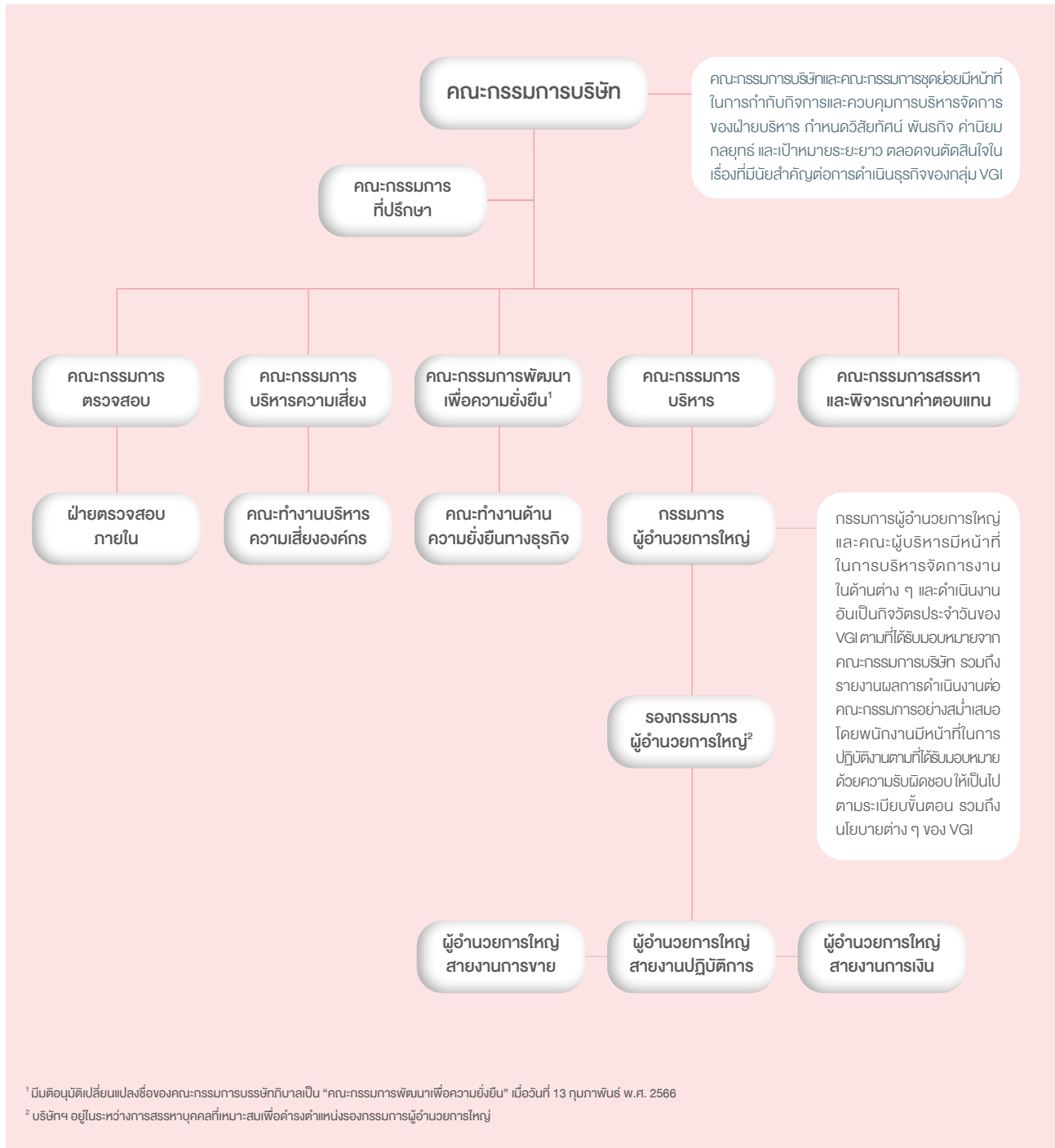
การกำกับดูแลกิจการที่ครอบคลุมถึงการดำเนินงานอย่างสุจริตและโปร่งใสเป็นพื้นฐานสำคัญของการดำเนินกิจการและการเติบโตอย่างยั่งยืน VGI ยึดมั่นในแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย VGI จึงได้กำหนดโครงสร้างการประกอบธุรกิจ ระบบบริหารจัดการ และระบบการกำกับดูแลกิจการที่สนับสนุนและสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อเสนอแนะของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย และมาตรฐานสากลต่างๆ โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดทำและประกาศคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อกำหนดเป็นทิศทางในการทำงานให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้รับทราบและยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทมีการทบทวนคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าการกำกับดูแลกิจการของ VGI นั้น สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาของสถานการณ์และการประกอบธุรกิจในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัท โครงสร้างการจัดการ รวมถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายต่างมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาด้านความยั่งยืนและการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง



สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ ระบุไว้ในรายงาน 56-1 One Report ของ VGI ภายใต้หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”

องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทหน้าที่หลักในการควบคุมการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ ดังนั้นเกณฑ์ในการคัดเลือกคณะกรรมการจึงจะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติที่รอบด้าน ประกอบด้วยความเป็นอิสระ ความรู้ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ โดยต้องไม่พิจารณาตามเพศ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ แหล่งกำเนิด สัญชาติ หรือภูมิหลังทางวัฒนธรรม



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายความหลากหลายของคณะกรรมการ

จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

VGI ตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งเสริมการพัฒนา ด้านความยั่งยืนขององค์กร รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดทำและประกาศคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการทำงานให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของบริษัทฯ รวมถึงบริษัทย่อย ให้ยึดถือปฏิบัติตาม โดยคู่มือฉบับนี้ครอบคลุมข้อกำหนดด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อลูกค้า การปฏิบัติต่อพนักงาน การปฏิบัติต่อคู่ค้า การปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า การปฏิบัติต่อเจ้าหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การป้องกันการฟอกเงิน กิจกรรมทางการเมือง การไม่ล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา การรักษาความลับ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การซื้อขายหลักทรัพย์ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การรายงานหรือแจ้งเรื่องร้องเรียน และบทลงโทษ ทั้งนี้ คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้มีการลงนามรับทราบคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจนี้แล้วทุกคน



ทั้งนี้ VGI มุ่งเน้นเสริมสร้างความเข้าใจของพนักงานเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีได้อย่างต่อเนื่อง โดยทั้งพนักงานเข้าใหม่และพนักงานปัจจุบันทั้งหมดของ VGI จะต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้ผ่านนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคู่มือการกำกับดูแลกิจการ พร้อมทำแบบทดสอบหลังการเรียนรู้ทุกคน โดยพนักงานทุกคนได้รับการอบรมในปี 2565/66 และ 100% ผ่านการทดสอบด้วยคะแนนเฉลี่ยที่ 9/10

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

VGI มุ่งมั่นต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและการติดสินบนทุกรูปแบบ อีกทั้งสนับสนุนให้คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของบริษัทฯ และบริษัทย่อย รวมถึงบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการทุจริตคอร์รัปชันไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมใด ๆ โดย VGI ดำเนินการตามแนวทางการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด และสื่อสารนโยบายการงดรับของขวัญให้พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบและปฏิบัติตาม ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ทำการทบทวนมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันเป็นประจำทุกปี เพื่อให้แน่ใจว่ามาตรการดังกล่าวสามารถป้องกัน ตรวจสอบ และตอบสนองต่อความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอ

นอกจากนี้ VGI ยังได้รับการรับรองให้เป็นสมาชิกของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC) ตั้งแต่ปี 2557 ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันในความมุ่งมั่นว่า บริษัทฯ จะไม่ยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันไม่ว่าจะในกรณีใด ๆ ก็ตาม ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2563 บริษัทฯ ได้ทำการประเมินความเสี่ยงด้านการต่อต้านการคอร์รัปชันและได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิกแนวร่วม CAC เป็นที่เรียบร้อย โดยจะครบอายุสมาชิกในวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2566

สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน



HAPPY NEW YEAR 2023

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน) ("วีจีไอ") มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมทางธุรกิจ และให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและการติดสินบนทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม

วีจีไอจึงกำหนดนโยบายการงดรับของขวัญ (No Gift Policy) โดยขอความร่วมมือจากทุกท่านกรุณางดเว้น การรับของขวัญ/ของกำนัลในช่วงเทศกาลปีใหม่อีกาสน์ใน



ท่านสามารถขอแบบมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และ Download บันทึกภายในสำหรับการขออนุมัติการให้และบันทึกภายในสำหรับการขออนุมัติการรับ ได้ที่

Intranet → VGI INFORMATION → 06 มาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

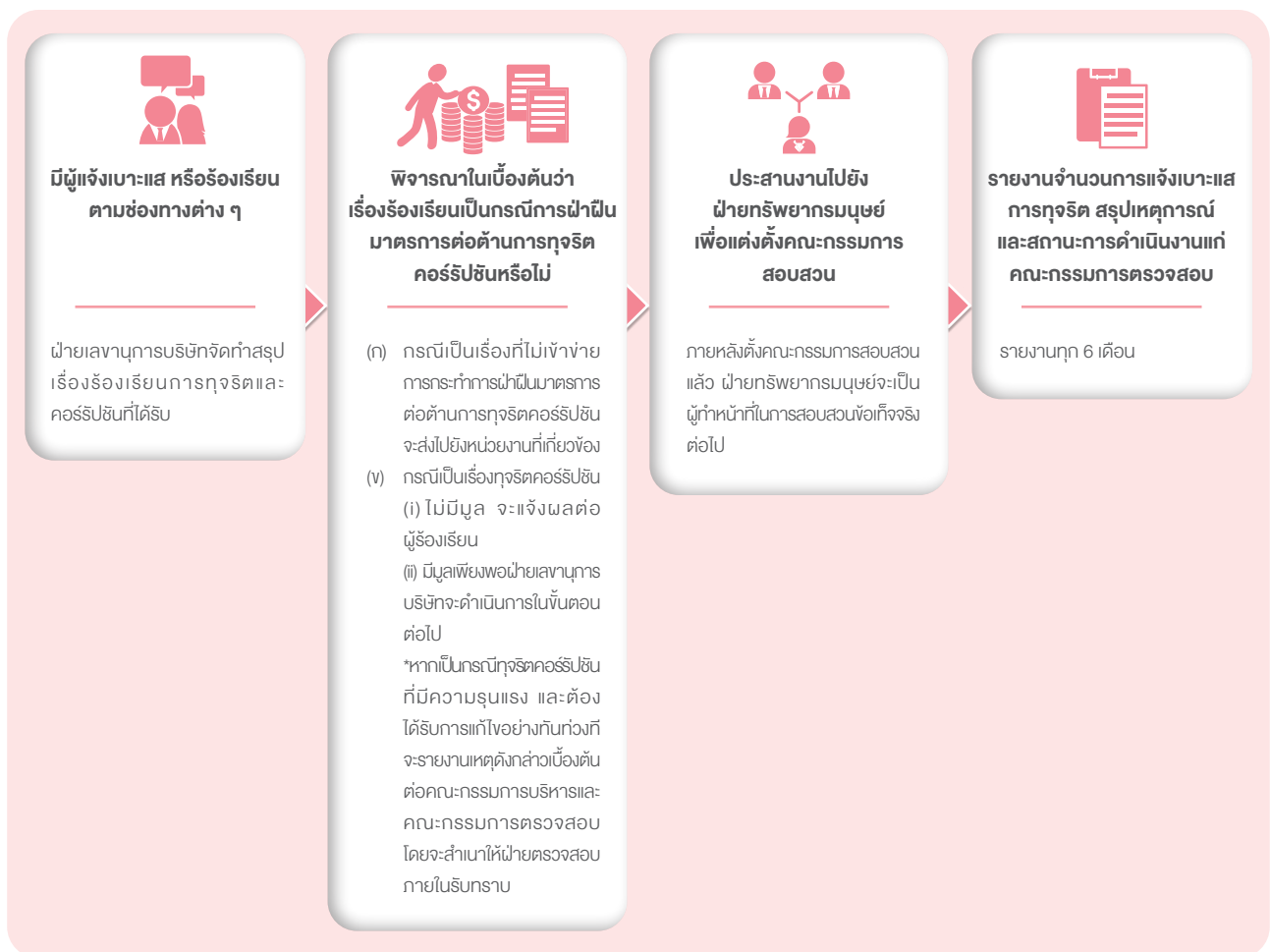


การแจ้งเรื่องร้องเรียน

VGI ส่งเสริมให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินงานธุรกิจอย่างถูกต้องและสอดคล้องตามกฎหมาย หลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดี คู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ และนโยบายต่างๆ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดช่องทางในการรับแจ้งเบาะแสการกระทำที่ไม่ถูกต้อง การกระทำที่ผิดขั้นตอนตามระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ การกระทำที่ผิดกฎหมาย ศีลธรรม จรรยาบรรณทางธุรกิจ หรือการกระทำใดๆ ที่สงสัยว่าเป็นการทุจริตคอร์รัปชันที่เกี่ยวกับบริษัทฯ



การจัดการเรื่องที่ได้รับการร้องเรียน



VGI มีมาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูล โดยบริษัทฯ จะปกปิดชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใด ๆ ที่สามารถระบุตัวตนของผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูลได้ และจะจัดเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้อย่างเป็นความลับ ทั้งนี้ รายละเอียดกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน และขั้นตอนการดำเนินการสืบสวนสอบสวน และช่องทางการแจ้งเบาะแส สามารถอ้างอิงเพิ่มเติมได้ดังแสดงในมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยในปี 2565/66 ที่ผ่านมา VGI ไม่ได้รับการแจ้งเหตุ เบาะแส หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันแต่อย่างใด



0 กรณี
ด้านการละเมิดข้อบังคับหรือกฎหมาย สิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญในช่วง 4 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน



การร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ

VGI ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชาติให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป โดยในปี 2565/66 บริษัทฯ มิได้ให้การสนับสนุนการรณรงค์ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทางการเมือง บุคคลหรือองค์กรที่ทำการชื้อนำ และกลุ่มที่ได้รับการยกเว้นภาษีอื่น ๆ

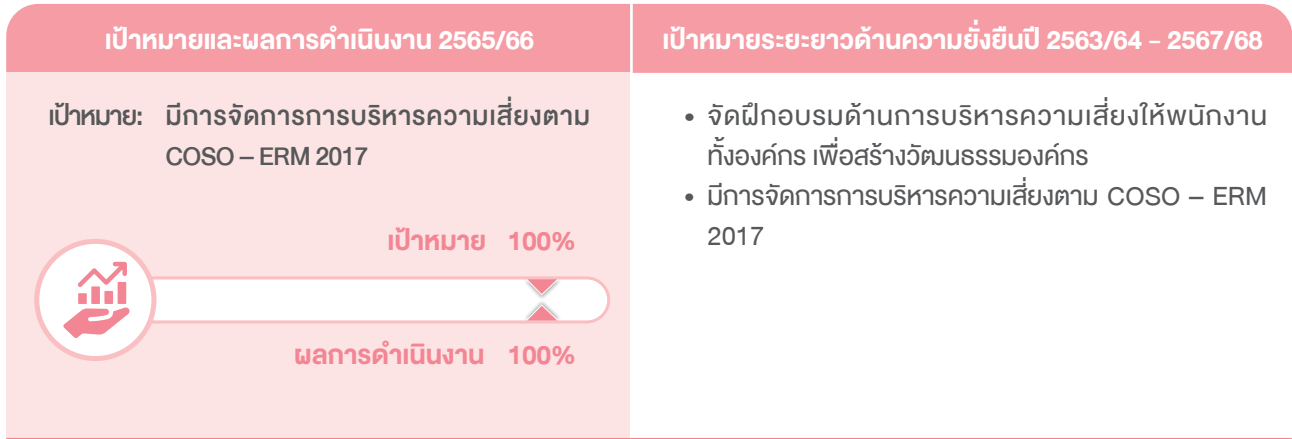
ประเภทองค์กร	รายชื่อองค์กร	หัวข้อ	บทบาทของ VGI		จำนวนเงินสนับสนุน			
					2562/63	2563/64	2564/65	2565/66
การลือบบั การรับสิ่งตอบแทน ในรูปแบบต่าง ๆ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	-	-	-	-
การเมือง แคมเปญ / องค์กร / ผู้สมัคร ระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค หรือระดับชาติ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	-	-	-	-
สมาคม ทางการค้า	สมาคม ส่งเสริมสถาบัน กรรมการ บริษัทไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิก และ สนับสนุน กิจกรรม	รับนโยบายมา พัฒนาภายใน องค์กรเพื่อ ส่งเสริมการทำกับ ดูแลกิจการที่ดี และพัฒนาความ เป็นมืออาชีพของ กรรมการบริษัท	305,766	123,720	80,630	69,846
สมาคม ทางการค้า	สมาคมบริษัท จดทะเบียนไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิก และ สนับสนุน กิจกรรม	รับนโยบายมา ปฏิบัติตาม กฎเกณฑ์และ แนวปฏิบัติที่ออก โดยหน่วยงาน กำกับดูแลและ หน่วยงานราชการ	16,050	26,750	30,750	26,750
สมาคม ทางการค้า	สมาคมส่งเสริม ผู้ลงทุนไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิก และ สนับสนุน กิจกรรม	สนับสนุนกิจกรรม ขององค์กร ในการให้ความรู้ ความเข้าใจ ในการวิเคราะห์ หลักทรัพย์ แก่ผู้ลงทุนทั่วไป	-	-	-	-

ประเภทองค์กร	รายชื่อองค์กร	หัวข้อ	บทบาทของ VGI		จำนวนเงินสนับสนุน			
					2562/63	2563/64	2564/65	2565/66
สมาคมทางการค้า	สมาคมผู้ผลิตป้ายและโฆษณา (ASPA)	การปฏิบัติสำหรับสื่อ	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	ร่วมรับนโยบายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้อต่อการประกอบธุรกิจมาปฏิบัติภายในองค์กร ตลอดจนร่วมพัฒนาระบบการทำงานและแบ่งปันความรู้เพื่อส่งเสริมธุรกิจสื่อโฆษณา	125,000	300,000	-	12,500
สมาคมทางการค้า	สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT)	การปฏิบัติสำหรับสื่อ	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	ร่วมรับนโยบายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้อต่อการประกอบธุรกิจมาปฏิบัติภายในองค์กร ตลอดจนร่วมพัฒนาระบบการทำงานและแบ่งปันความรู้เพื่อส่งเสริมธุรกิจสื่อโฆษณา	107,000	-	-	-
การลงประชามติ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	-	-	-	-
การมีส่วนร่วมทั้งหมดและการใช้จ่ายต่าง ๆ					438,816	450,470	111,380	109,096



การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

(GRI 2-12, 3-3)



VGI ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงในองค์กรอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ตระหนักดีว่า การบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นกลไกที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายตามแผนธุรกิจ กลยุทธ์ และวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ ภายใต้สถานการณ์การดำเนินธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลาดที่มีการแข่งขันสูง วิกฤตการณ์ที่ไม่คาดคิด รวมถึงสถานการณ์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ และความไม่แน่นอนของธุรกิจต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

ดังนั้น บริษัทฯ จึงบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ลดความสูญเสียที่อาจจะเกิดขึ้น และจัดการกับประเด็นความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองและประกันคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคาดหวังให้พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบในการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรร่วมกัน ซึ่งเป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง

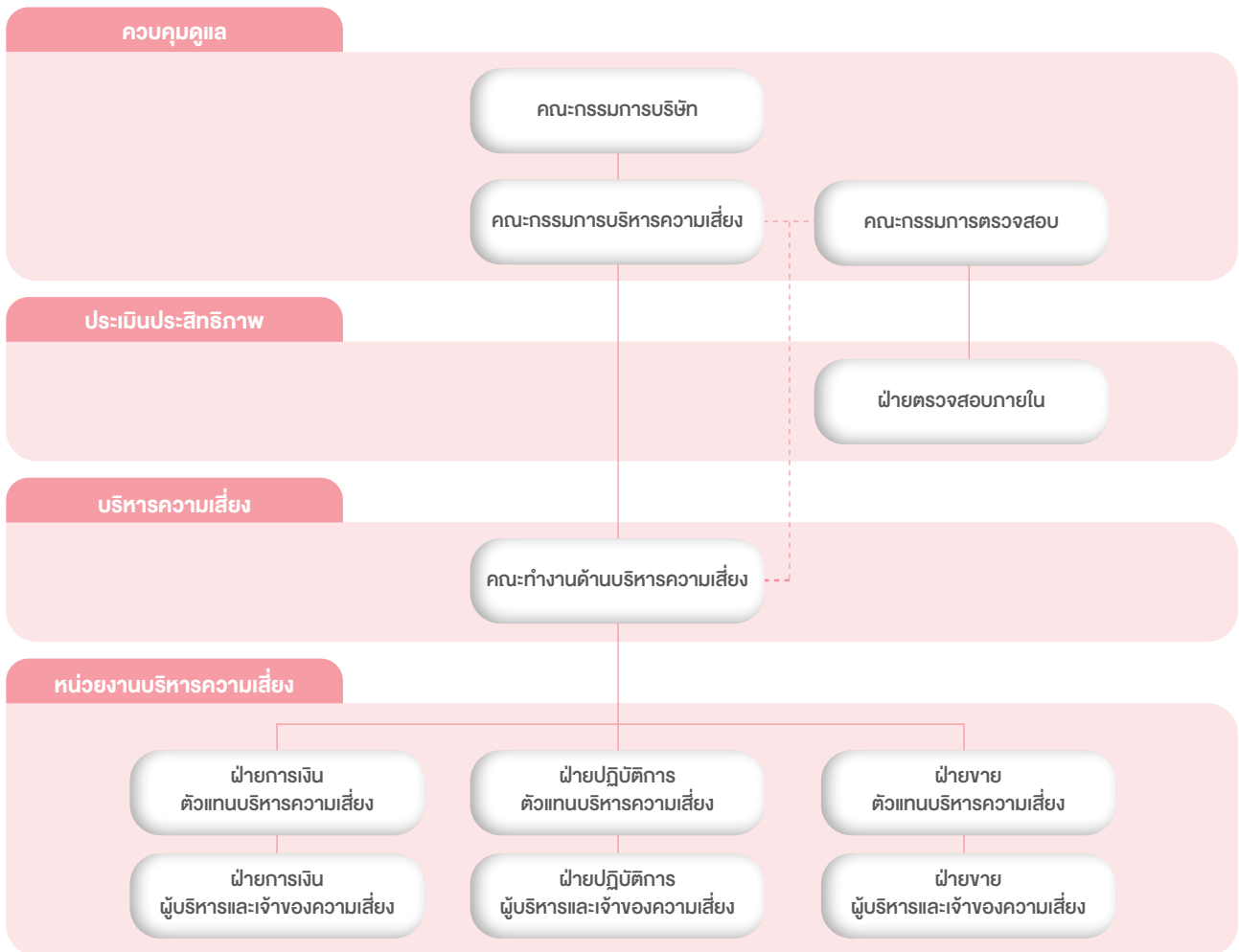
การกำกับดูแลความเสี่ยง

VGI ดำเนินการตามแนวทางของนโยบายบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ประกอบกับแนวทางของ Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission (COSO) โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อสนับสนุนการควบคุมดูแลความเสี่ยง และมีบทบาทในการประเมิน วิเคราะห์และบริหารจัดการความเสี่ยงให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องรายงานการประเมินและผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้จัดตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากทุกสายงานภายในองค์กร เพื่อตรวจสอบและดำเนินงานควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ขององค์กร (Risk Appetite) อย่างรอบด้าน ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ยังมีบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารและประสานงานกับคณะกรรมการตรวจสอบเกี่ยวกับความเสี่ยง และการควบคุมภายในเป็นประจำทุกปี ซึ่งคณะกรรมการตรวจสอบและหน่วยงานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ เป็นหน่วยงานที่แยกต่างหากออกจากหน่วยงานด้านการบริหารความเสี่ยง



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายการบริหารความเสี่ยง

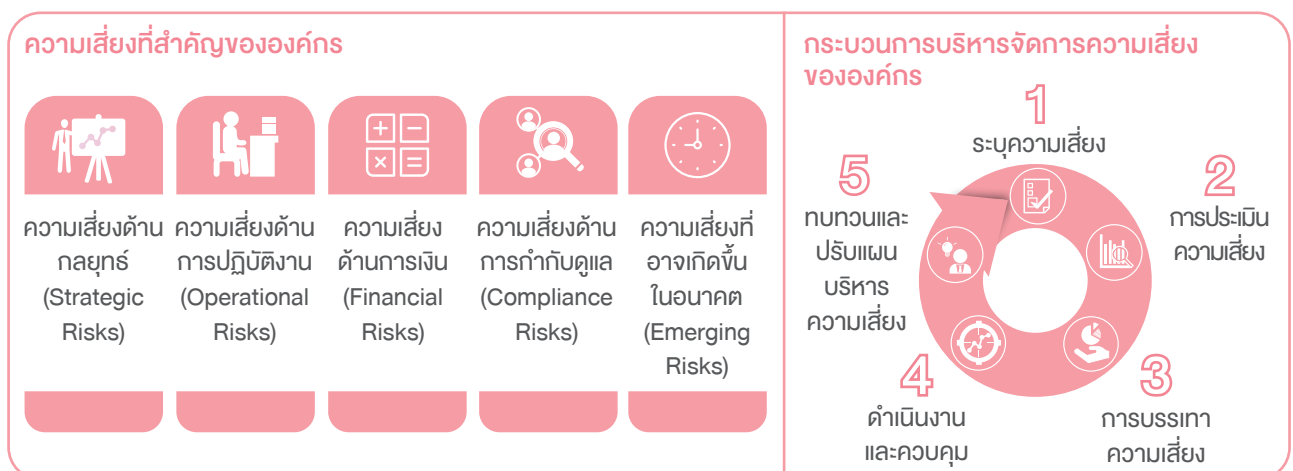
โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงองค์กร



กระบวนการบริหารความเสี่ยง




VGI วิเคราะห์และแบ่งความเสี่ยงออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (2) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (3) ความเสี่ยงด้านการเงิน และ (4) ความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล โดยความเสี่ยงต่าง ๆ จะถูกประเมินผ่านดัชนีชี้วัดในมิติผลกระทบทางการเงิน และผลกระทบที่ไม่อาจประเมินตัวเงินได้ ซึ่งผลกระทบดังกล่าวนั้นครอบคลุมถึงผลกระทบในด้านการกำกับดูแลกิจการด้านความปลอดภัยของผู้เกี่ยวข้องในองค์กร ด้านทรัพยากรบุคคล และด้านสิ่งแวดล้อมด้วย

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงได้ระบุไว้ในรายงาน 56-1 One Report ของ VGI ภายใต้หัวข้อ “การบริหารความเสี่ยง”



ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

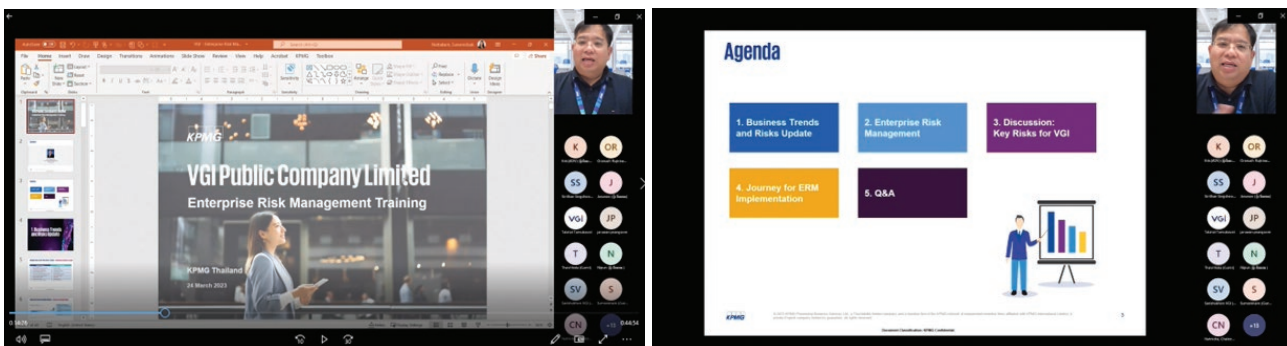
VGI ไม่เพียงมุ่งเน้นแต่การบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญเท่านั้น แต่ยังคงระดับแนวทางและมาตรการในการจัดการและตอบสนองความเสี่ยงอย่างทันท่วงที โดยจัดให้มีการทบทวนประเด็นและแนวโน้มของความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่อาจส่งผลกระทบต่อหรือนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจให้แก่บริษัทฯ เป็นประจำทุกปี โดยในปี 2565/66 บริษัทฯ ได้รวบรวมประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจจำนวน 3 ประเด็น ดังนี้

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	 ความเสี่ยงในการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล	 ความเสี่ยงจากการระบาดของโรค	 ความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศที่รุนแรง
ประเภทความเสี่ยง	ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี	ความเสี่ยงด้านสังคม	ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม
ที่มาของความเสี่ยง	เศรษฐศาสตร์มหภาค	อุบัติเหตุทางธรรมชาติ	อุบัติเหตุทางธรรมชาติ
ความสำคัญ	สำคัญมาก	สำคัญมาก	สำคัญมาก
ระยะเวลาคาดการณ์	ระยะสั้น - กลาง (0 - 2 ปี)	ระยะสั้น - กลาง (0 - 2 ปี)	ระยะยาว (3 - 5 ปี)
คำอธิบาย	พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เป็นข้อกำหนดด้านกฎระเบียบที่ควบคุมการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2565 ซึ่งข้อบังคับนี้กำหนดให้บริษัทฯ จะต้องมีการปกป้องและรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีมากขึ้นเรื่อย ๆ ยังเพิ่มความท้าทายในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลอีกด้วย	การระบาดของโรคหมายถึงการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วของโรคติดต่อหรือไวรัสต่าง ๆ ทั่วภูมิภาคในวงกว้างที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมาก โดยโรคระบาดสามารถส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อสุขภาพของประชากรและเศรษฐกิจทั่วโลก	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะเพิ่มความถี่ ความรุนแรง และผลกระทบของสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงบางประเภท ซึ่งผลที่ตามมาของสภาพอากาศที่รุนแรงนั้น เช่น น้ำท่วม ความร้อนจัด และฝนอาจนำไปสู่ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มขึ้นจากความเสียหายทางกายภาพและการฟื้นฟูซ่อมแซมทรัพย์สิน โครงสร้างพื้นฐาน และอาจเกิดความเสียหายจากการหยุดชะงักของธุรกิจได้
ผลกระทบ	ในฐานะผู้ให้บริการการตลาดแบบ Offline-to-Online ไซลูชั่นส์ VGI มีการใช้ข้อมูลและประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก ซึ่งหากเกิดความสูญเสียหรือความเสียหายของข้อมูลส่วนบุคคลที่มีค่าเหล่านี้ อาจนำไปสู่การดำเนินคดีความที่อาจเกิดความรับผิด รวมถึงมีบทลงโทษหรือค่าปรับจากการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการทำลายความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของ บริษัทฯ รวมไปถึงการสูญเสียความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่จะส่งผลกระทบต่อ บริษัทฯ สูญเสียโอกาสทางธุรกิจและรายได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้มาตรการปกป้องข้อมูลที่แข็งแกร่งเพื่อปกป้องความเป็นส่วนตัวของลูกค้านัก	แม้ว่าปัจจุบันนี้ประชาชนจะสามารถปรับตัวกับโรคระบาดได้แล้ว แต่หากมีโรคระบาดใหม่ ๆ เกิดขึ้นอีกในอนาคตก็อาจจะส่งผลให้เกิดการหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจ การดำรงชีวิต รวมไปถึงอาจเกิดการประกาศของรัฐบาลเกี่ยวกับการบังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์และข้อจำกัดการเดินทางอย่างเข้มงวดเพื่อป้องกันการระบาดของโรคนั้น ๆ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกบ้าน (OOH Advertising) ของ VGI อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้บริโภคสู่การตลาดออนไลน์และตลาดอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) เพราะมีแนวโน้มที่จะอยู่บ้านมากขึ้นหรือแสวงหากิจกรรมอื่นในการโฆษณามากกว่าการโฆษณาภายนอกบ้านซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของ VGI ลดลง และทำให้ความต้องการบริการและผลิตภัณฑ์ของ VGI จากผู้ซื้อลดลง	สภาพภูมิอากาศที่รุนแรง เช่น น้ำท่วม ความร้อนจัด และฝนฟ้าคะนอง อาจนำไปสู่ต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมจากความเสียหายทางกายภาพและการฟื้นฟู ซ่อมแซมทรัพย์สิน โครงสร้างพื้นฐาน และความสูญเสียจากการหยุดชะงักของธุรกิจ และมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านของ VGI
		จึงส่งผลให้ธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านของบริษัทฯ เกิดความผันผวน และกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ นอกจากนี้ การระบาดของโรคยังก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพของพนักงานของ VGI อีกด้วย	นอกจากนี้ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศยังอาจนำไปสู่ต้นทุนการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย เช่น เหตุการณ์อุทกภัยหรือฝนตกหนักอาจส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อโครงสร้างของโฆษณากลางแจ้งของบริษัทฯ ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ภาวะความร้อนสูงอาจทำให้อายุการใช้งานผลิตภัณฑ์ไวโอลงของป้ายโฆษณากลางแจ้งสั้นลง ซึ่งจะเพิ่มค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสำหรับการเปลี่ยนและซ่อมบำรุงวัสดุที่บ่อยครั้งมากขึ้น

<p>ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่</p>	<p> ความเสี่ยงในการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล</p>	<p> ความเสี่ยงจากการระบาดของโรค</p>	<p> ความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศที่รุนแรง</p>
<p>มาตรการและแนวทางบริหารจัดการ</p>	<p>VGI ฝึกอบรมพนักงานเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับข้อกำหนดในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลให้ได้มาตรฐานสากล และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 27001:2013 และยังทำการทดสอบระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นระยะเพื่อรับรองความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ เพื่อป้องกันการหยุดชะงักของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการละเมิดข้อมูลที่อาจเกิดขึ้น บริษัทฯ ได้มีการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กร (BCP) และแผนฟื้นฟูภัยพิบัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อีกทั้งยังได้กำหนดนโยบายความเป็นส่วนตัวของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ายึดมั่นใจในมาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทฯ อีกด้วย</p>	<p>VGI ยังคงสร้างความร่วมมือทางธุรกิจใหม่ ๆ จากการลงทุนในพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการให้บริการทางธุรกิจ จึงทำให้แม้ว่ากลุ่มธุรกิจสื่อโฆษณาออนไลน์อาจเผชิญกับความท้าทายทางการเงินเนื่องจากการระบาดของโรค แต่การให้บริการที่หลากหลายของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจบริการด้านดิจิทัลและธุรกิจค้าปลีกมีแนวโน้มที่จะได้รับโอกาสที่ดีจากการตลาดดิจิทัลและธุรกรรมออนไลน์ของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดทำแผนรองรับการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ด้านสุขภาพฉุกเฉิน เช่น วิกฤตโรคระบาด ที่อาจจะทำให้ธุรกิจหยุดชะงักได้ นอกจากนี้ยังมีการใช้มาตรการป้องกันโรคระบาดต่าง ๆ เพื่อปกป้องสุขภาพของพนักงาน VGI</p>	<p>VGI มีส่วนช่วยในการป้องกันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการเกิดสภาพภูมิอากาศที่รุนแรง โดยการริเริ่มโครงการจัดการสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์หลักในการอนุรักษ์การใช้พลังงานและควบคุมให้มีการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของ VGI บริษัทฯ ใส่ใจและติดตามผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างต่อเนื่อง โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการและบริหารความเสี่ยง อีกทั้งยังจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กร (BCP) และแผนฟื้นฟูภัยพิบัติเพื่อจัดการกับเหตุการณ์สภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยและตอบสนองต่อการหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD) และจัดทำกลยุทธ์ด้านสภาพการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของบริษัทฯ สุดท้ายนี้ บริษัทฯ ยังได้สร้างความหลากหลายในการพินิจกำลังทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยการให้บริการธุรกิจบริการด้านดิจิทัลและธุรกิจค้าปลีก เพื่อลดภาระและผลกระทบทางการเงินที่เกิดจากอิทธิพลของสภาพอากาศรุนแรงที่มีต่อธุรกิจสื่อโฆษณาออนไลน์อีกด้วย</p>

วัฒนธรรมองค์กรด้านความเสี่ยงขององค์กร

วัฒนธรรมองค์กรด้านความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดย VGI มุ่งเน้นที่จะส่งเสริมวัฒนธรรมด้านความเสี่ยงที่แข็งแกร่งทั่วทั้งองค์กร และคาดหวังให้พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบในการบริหารจัดการความเสี่ยงในกิจกรรมทางธุรกิจในแต่ละวัน ทั้งนี้ ในปี 2565/66 VGI ได้มีการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกและความรู้แก่พนักงานและผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งหมด 29 คน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการจัดอบรมการบริหารความเสี่ยงให้คณะกรรมการบริษัท เพื่อให้เข้าใจถึงบริบทและความสำคัญของการจัดการความเสี่ยงในองค์กร





การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

(GRI 2-6, 3-3, 308-1, 414-1, 414-2)



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2565/66	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืนปี 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย: คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุม</p> <p>เป้าหมาย 100%</p> <p>ผลการดำเนินงาน 100%</p>	<ul style="list-style-type: none"> คู่ค้าที่มีความสำคัญ 100% ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับ 100% ไม่มีการเสียชีวิตของคู่ค้า

VGI มุ่งมั่นที่จะสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และมุ่งเน้นความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อแก้ไขหรือป้องกันความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) จากคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG สูง ที่อาจนำมาซึ่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดย VGI ได้กำหนดนโยบายและจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง เพื่อให้คู่ค้าได้นำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามความคาดหวังของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกระบวนการประเมินผลคู่ค้าเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องตามหลักปฏิบัติ ซึ่งครอบคลุมการกลั่นกรองและคัดเลือก การระบุคู่ค้าที่มีความสำคัญ นโยบายการพัฒนาและดำเนินการแก้ไข คู่ค้าทุกรายจะต้องยึดหลักจริยธรรม และการดำเนินงานที่ป้องกันผลกระทบต่อชุมชน สิ่งแวดล้อม และในขณะเดียวกัน คุ้มครองอาชีพอนามัยและความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงานและสังคมอีกด้วย

กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

VGI ดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลักจริยธรรมและความยั่งยืนที่สอดคล้องตามนโยบายด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ตามหลักการดำเนินงาน ESG ซึ่งการบริหารและการจัดทำรายงานอยู่ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการบริษัทฯ โดยนโยบายนี้ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในทุกมิติ คำนึงถึงคุณภาพ ราคาที่เหมาะสม การส่งมอบที่ตรงเวลาและต่อเนื่อง หลักสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย รวมทั้งมีระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงทั้งในภาวะปกติ และในภาวะฉุกเฉินหรือเกิดภัยพิบัติที่ไม่คาดคิด

เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการคัดเลือกคู่ค้าเป็นไปอย่างยั่งยืน ทางบริษัทฯ ได้กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพด้าน ESG ของคู่ค้าในกระบวนการคัดเลือก ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์สำหรับคู่ค้าที่มีแนวทางปฏิบัติด้าน ESG ที่ดี คู่ค้าต้องบรรลุข้อกำหนดขั้นต่ำด้าน ESG ก่อนได้รับการอนุมัติเป็นคู่ค้ากับบริษัทฯ และจะไม่ถูกคัดเลือกหากไม่สามารถดำเนินการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งจะมีการตรวจสอบและประเมินแนวทางปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างเป็นระยะ ๆ โดยเทียบกับหลักจรรยาบรรณคู่ค้าและนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทฯ เพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดข้อกำหนด ESG สำหรับคู่ค้าที่ได้รับการอนุมัติ นอกจากนี้ VGI ยังจัดการฝึกอบรมให้แก่ฝ่ายจัดซื้อและทีมที่เกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจว่าบทบาทและความรับผิดชอบของพวกเขามีส่วนช่วยให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนในการจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างไร



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง

จรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง

VGI จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้างเพื่อประกาศความยึดมั่นในการปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วยความโปร่งใส เท่าเทียม และเป็นธรรม ที่ครอบคลุมแนวปฏิบัติด้านมาตรฐานสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน (ได้แก่ แรงงานเด็ก สิทธิขั้นพื้นฐาน สภาพการทำงาน และค่าตอบแทนที่เหมาะสม) อาชีวอนามัย และความปลอดภัย รวมทั้งการคำนึงถึงหลักจริยธรรม นอกจากนี้ VGI ยังสนับสนุนให้คู่ค้าของบริษัท นำหลักการปฏิบัตินี้ไปประยุกต์ใช้กับคู่ค้าของตนเองเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง



การประเมินความเสี่ยงคู่ค้า และการบูรณาการ ESG

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัท ประกอบด้วย การกลั่นกรองและคัดเลือกสินค้า บริการ รวมถึงการพิจารณากระบวนการประกอบกิจการของคู่ค้าในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการประเมินความเสี่ยงในกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ประเมินผลความสอดคล้องของคู่ค้าต่อหลักปฏิบัติของบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี การประเมินผ่านระบบหรือการประเมินแบบลงพื้นที่ล้วนเป็นไปตามมาตรฐานและกระบวนการตรวจสอบอย่างเป็นระบบในรูปแบบของแบบสอบถามการประเมินตนเอง (Self-Assessment Questionnaire หรือ SAQ) ผลการประเมินและคะแนนการประเมินจะถูกรวบรวมเป็นรายงานผ่านการตรวจสอบ และปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีการปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ



การจำแนกประเภทคู่ค้า

คู่ค้าทุกรายของบริษัทฯ ต้องลงนามรับทราบจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง จะต้องประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนของตนตามหลักการประเมินคู่ค้าของบริษัทฯ อย่างเป็นระบบ เช่น การทำแบบสอบถามการประเมินตนเอง (SAQ) เพื่อระบุคู่ค้าสำคัญซึ่งได้รับการประเมินลำดับต่อไป รวมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติและธุรกิจ ตลอดจนการประเมินความเสี่ยงเฉพาะในระดับประเทศ ความเสี่ยงระดับภาคส่วน และความเสี่ยงเฉพาะสำหรับสินค้าโภคภัณฑ์ของคู่ค้า โดยใช้เกณฑ์การเทียบเคียงกับความคาดหวังของ VGI เกี่ยวกับความสามารถคู่ค้าในการจัดการความเสี่ยงด้าน ESG จากนั้น บริษัทฯ จะตรวจทานและวิเคราะห์แบบสอบถาม โดยคู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์การประเมินจะถูกระบุไว้ในรายชื่อคู่ค้าที่ได้รับอนุมัติ (Approved Supplier List) ของบริษัทฯ นอกเหนือจากการคัดกรองคู่ค้าแล้ว คู่ค้าที่มีสินค้า วัสดุ บริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสำเร็จในตลาดการค้า หรือการอยู่รอดของบริษัทฯ ประกอบด้วย



การคัดกรองคู่ค้า

คู่ค้าที่เป็นคู่ค้าสำคัญ (Significant Tier 1 Suppliers) จะต้องประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนตามหลักการประเมินคู่ค้าของบริษัทฯ อย่างเป็นระบบ เช่น การทำแบบสอบถามการประเมินตนเอง (SAQ) เพื่อระบุคู่ค้าสำคัญซึ่งได้รับการประเมินลำดับต่อไป รวมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติและธุรกิจ ตลอดจนการประเมินความเสี่ยงเฉพาะในระดับประเทศ ความเสี่ยงระดับภาคส่วน และความเสี่ยงเฉพาะสำหรับสินค้าโภคภัณฑ์ของคู่ค้า โดยใช้เกณฑ์การเทียบเคียงกับความคาดหวังของ VGI เกี่ยวกับความสามารถคู่ค้าในการจัดการความเสี่ยงด้าน ESG จากนั้น บริษัทฯ จะตรวจทานและวิเคราะห์แบบสอบถาม โดยคู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์การประเมินจะถูกระบุไว้ในรายชื่อคู่ค้าที่ได้รับอนุมัติ (Approved Supplier List) ของบริษัทฯ นอกเหนือจากการคัดกรองคู่ค้าแล้ว คู่ค้าที่มีสินค้า วัสดุ บริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสำเร็จในตลาดการค้า หรือการอยู่รอดของบริษัทฯ ประกอบด้วย

- คู่ค้าที่มีความเสี่ยงจากผลกระทบเชิงลบด้าน ESG ต่อบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงเฉพาะประเทศ ความเสี่ยงเฉพาะภาคส่วน และความเสี่ยงเฉพาะสินค้า
- คู่ค้าที่มีการซื้อขายปริมาณมาก
- คู่ค้าของสินค้าสำคัญสำหรับบริษัท
- คู่ค้าที่ไม่สามารถทดแทนได้
- การจัดหาสินค้าและบริการที่มีความต่อเนื่องเกิน 1 ปี



การประเมินคู่ค้าสำคัญ

คู่ค้าสำคัญที่มีศักยภาพในการก่อให้เกิดความเสี่ยงด้าน ESG ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับโปร่งใสและเป็นธรรม ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชนต่อ VGI คือคู่ค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มคู่ค้าที่มีความเสี่ยง ESG สูง ทั้งนี้ คู่ค้าที่มีความเสี่ยง ESG สูงจะต้องได้รับการตรวจสอบประเมินแบบลงพื้นที่ซึ่งดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อหรือผู้ตรวจสอบอิสระจากองค์กรที่ได้รับการยอมรับในอุตสาหกรรม (ตามระดับความเสี่ยงที่สอดคล้องกับวิธีการของ Sedex Members Ethical Trade Audit หรือ SMETA) เพื่อประเมินประสิทธิภาพในแง่ของความต่อเนื่องทางธุรกิจ ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง และการดำเนินงานที่รับผิดชอบ VGI จะส่งคะแนนการประเมินไปยังคู่ค้า ในกรณีที่คู่ค้าไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด บริษัทฯ จะแจ้งไปยังคู่ค้าให้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด



การดำเนินการแก้ไขและพัฒนาคู่ค้า

หลังการประเมิน VGI จะตรวจสอบผลการประเมินและการตรวจสอบนอกสถานที่ และขอแผนการดำเนินการแก้ไขจากคู่ค้าเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการแก้ไข และบริษัทฯ คอยมอนิเตอร์และให้ความช่วยเหลือจากทั้งทางไกลและหน้างานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าที่มีแผนดำเนินการแก้ไขสามารถแก้ไขปัญหาที่ระบุได้ทันเวลา

VGI จัดให้มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับโปรแกรม ESG ของคู่ค้า รวมทั้งการสนับสนุนด้านเทคนิคเพื่อพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพ ESG เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าทุกรายไม่มีความเสี่ยงและปฏิบัติตามข้อกำหนด นอกจากนี้ คู่ค้าสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลการประเมิน ESG ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกและความคาดหวังของบริษัทฯ รวมถึงการแจ้งในตลาด

ในปี 2565/66 VGI มีคู่ค้าทางตรงทั้งหมด 123 ราย ซึ่งคิดเป็นการจัดซื้อจัดจ้างรวม 728 ล้านบาท ที่เป็นคู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรองของบริษัท เรียบร้อยแล้ว จากคู่ค้าทั้งหมด โดยมีคู่ค้าทางตรงที่มีความสำคัญจำนวน 24 ราย มีการจัดซื้อจัดจ้างรวม 710 ล้านบาท หรือ 97.46% ของมูลค่าจัดซื้อจัดจ้างรวม นอกจากนี้ บริษัทฯ มีคู่ค้าทางอ้อมที่มีความสำคัญอีกจำนวน 4 ราย ในปี 2565/66



สัดส่วนของคู่ค้าทางตรงที่มีความสำคัญ



สัดส่วนของคู่ค้าทางอ้อมที่มีความสำคัญ



สัดส่วนของคู่ค้าที่อยู่ในประเทศไทย



คู่ค้าที่อยู่นอกประเทศไทย



สัดส่วนคู่ค้าประเภทงานลงทุนขนาดใหญ่



สัดส่วนคู่ค้าประเภทงานก่อสร้างและตกแต่ง



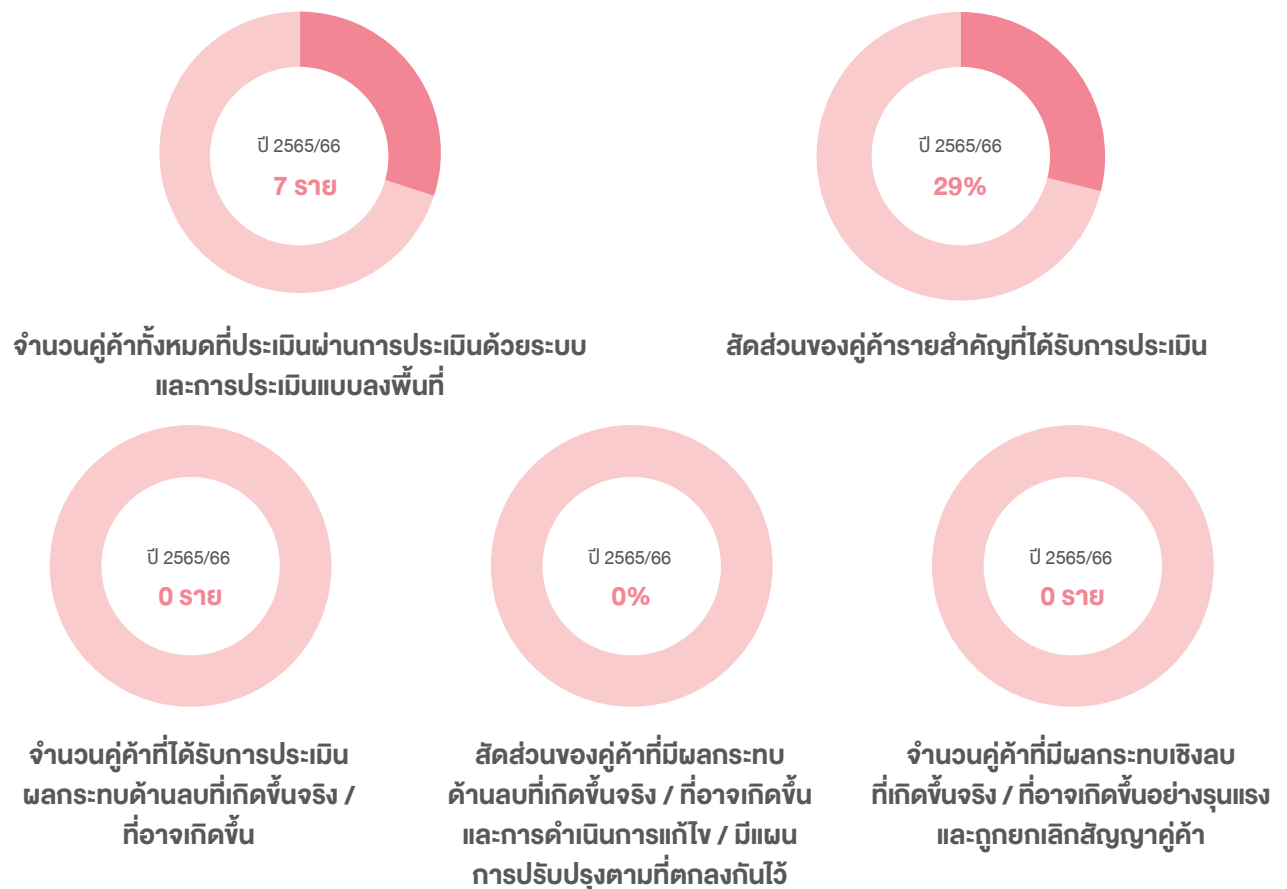
สัดส่วนคู่ค้าประเภทงานสิ่งซื้อสิ่งจ้างทั่วไป

จากจำนวนคู่ค้าที่มีความสำคัญทั้งหมด พบคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG สูง ทั้งหมด 7 ราย ที่ผ่านการตรวจประเมินด้วยระบบหรือการตรวจประเมินแบบลงพื้นที่ โดยเกณฑ์การตรวจประเมินแบบลงพื้นที่นั้น ครอบคลุมประเด็นสำคัญต่อความยั่งยืนทางธุรกิจหลายด้าน เช่น การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ การกำกับดูแลภายในและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน การคุ้มครองและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน การกำกับดูแลและควบคุมภายในที่พอเพียง โดยผลการประเมินจะแบ่งได้เป็น 4 ลำดับตามความสามารถในการดำเนินงานตามหลัก ESG ดังนี้



ทั้งนี้ จากผลการตรวจประเมินแบบลงพื้นที่ในปี 2565/66 พบว่า VGI ไม่มีผู้ค้ำที่มีผลประเมินอยู่ในระดับพอใช้ หรือต่ำกว่าเกณฑ์ และไม่มีผู้ค้ำที่มีกิจกรรมทางธุรกิจที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนแต่อย่างใด

ไม่มีผู้ค้ำรายใดที่ได้รับการประเมินด้วยผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงหรือที่อาจเกิดขึ้นจนถูกยกเลิกสัญญาผู้ค้ำ หลังจากนั้น VGI จะตรวจสอบผลการประเมินแบบลงพื้นที่ และขอแผนการดำเนินการปรับปรุงจากผู้ค้ำเพื่อแก้ไขปัญหาการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด โดยที่ผ่านมา ไม่มีผู้ค้ำรายใดที่ทางบริษัทฯ ต้องช่วยเหลือหรือดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข

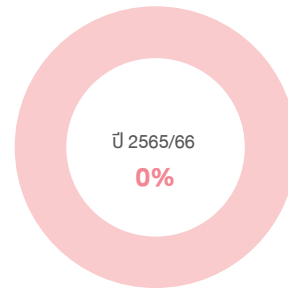


การพัฒนาผู้ค้า

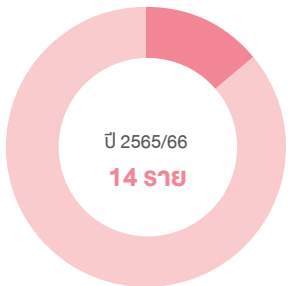
VGI เชื่ออย่างยิ่งว่าการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนนั้น เป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีในอนาคต VGI จึงมุ่งเน้นความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกันเป็นองค์กรรวมและจัดทำโปรแกรมการเพิ่มศักยภาพ โดยบริษัทฯ มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคนิคให้แก่ผู้ค้าเพื่อพัฒนาความสามารถและประสิทธิภาพด้าน ESG อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ VGI ยังให้การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้ค้ารายอื่น ตลอดจนให้คำแนะนำและการสนับสนุนในการดำเนินการแก้ไขและปรับปรุง ต่อผู้ค้า โดยบริษัทฯ มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคนิคให้แก่ผู้ค้าที่เกี่ยวข้องกับงานก่อสร้าง ติดตั้ง หรือผู้ค้าที่อาจมีความเสี่ยง ด้านความปลอดภัยดังกล่าวเป็นประจำทุกปี ซึ่งในปี 2565/66 มีผู้ค้าเข้าร่วมโครงการทั้งหมด 14 ราย



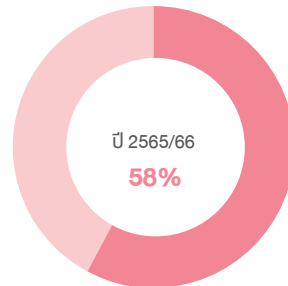
จำนวนผู้ค้าทั้งหมดที่ได้รับการสนับสนุนในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข



สัดส่วนของผู้ค้าที่ประเมินผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นจริง / ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรุนแรงที่บริษัทฯ ให้การสนับสนุนในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข



จำนวนผู้ค้าทั้งหมดในโครงการเสริมสร้างศักยภาพ



สัดส่วนของผู้ค้ารายสำคัญในโครงการเสริมสร้างศักยภาพ



นวัตกรรม

(GRI 3-3)



นวัตกรรมเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักที่เป็นรากฐานของกลยุทธ์ทางธุรกิจของ VGI และเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ของบริษัท เพื่อเป็น “ผู้นำโซลูชันส์แห่งอนาคต (Pioneering Solutions for Tomorrow)” ที่มาพร้อมกับระบบนิเวศแบบบูรณาการอย่างเต็มรูปแบบ VGI ยึดมั่นต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและความเป็นเลิศด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์และโซลูชันส์ที่เป็นนวัตกรรมหรือมูลค่าเพิ่ม ซึ่งจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งยังดึงดูโอกาสใหม่ๆ ให้แก่ธุรกิจ

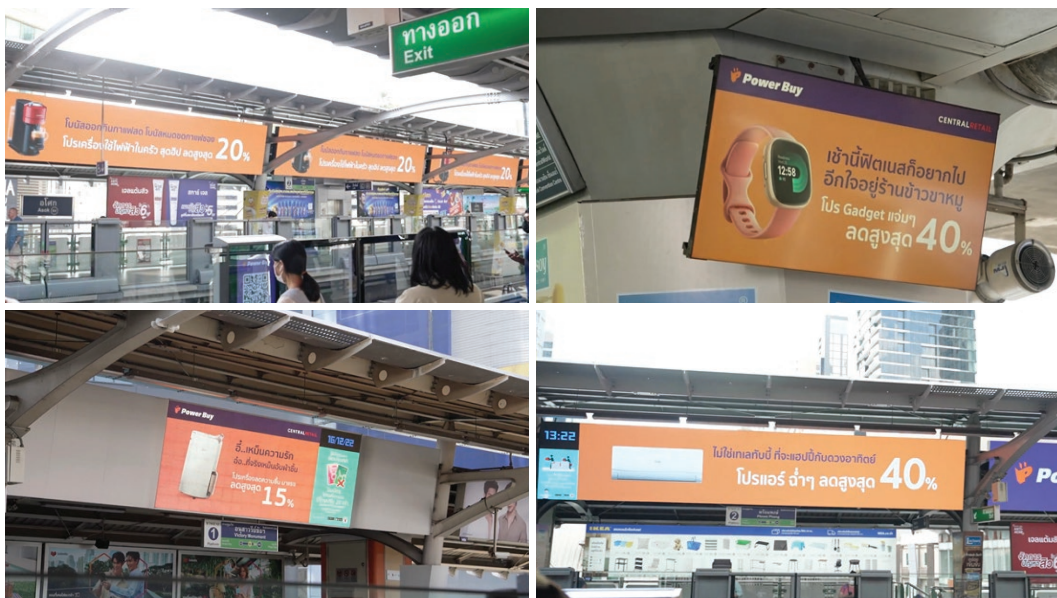
VGI Digital Lab



VGI Digital Lab เป็นผู้ให้บริการทั้งมีเดียออนไลน์และออนไลน์โซลูชันส์ และผลิตภัณฑ์การตลาดดิจิทัลที่ก่อตั้งขึ้นในปี 2560 ซึ่ง VGI Digital Lab ใช้เทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลในการนำเสนอแบรนด์ต่าง ๆ ด้วยชุดข้อมูลบุคคลกว่า 200 มิติข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลประชากรศาสตร์ จุดประสงค์ในการซื้อ สินค้าที่ซื้อ พฤติกรรมการเดินทาง ความเป็นเจ้าของ และพฤติกรรมการใช้ดิจิทัล โดยจะทำให้สามารถกระตุ้นแคมเปญการตลาดของแบรนด์บนเครือข่ายโซเชียลมีเดียของกลุ่มเป้าหมายได้ ทำให้เข้าถึงผลลัพธ์ทางธุรกิจได้ดีขึ้น โดยนวัตกรรมของ VGI Digital Lab ในปี 2565/66 มีดังนี้

1. “programmatic Digital Out-of-Home Media (pDOOH)”

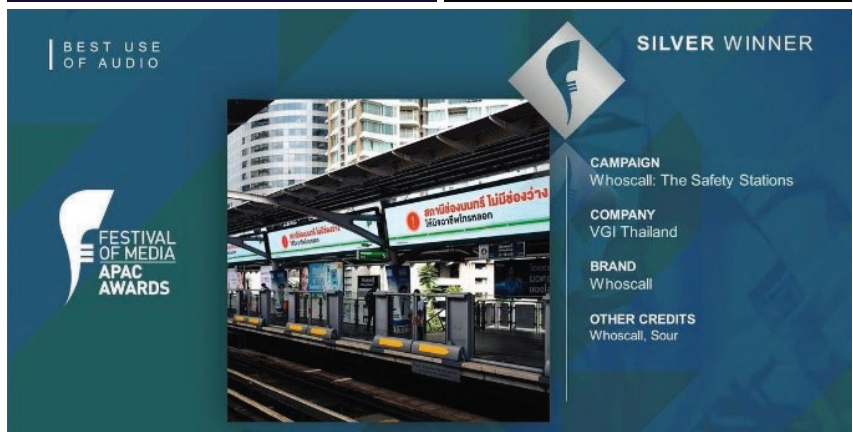
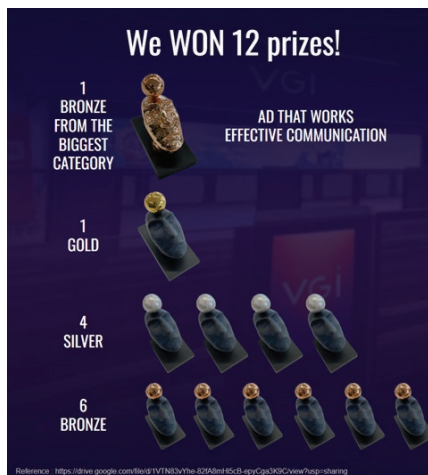
VGI ได้เปิดตัวแคมเปญทดลอง “programmatic Digital Out-of-Home Media (pDOOH)” บนเครือข่ายรถไฟฟ้าบีทีเอสเป็นครั้งแรกในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2565 โดย pDOOH เป็นแคมเปญที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักโฆษณา ผ่านการใช้แพลตฟอร์มที่มีนวัตกรรมการเลือกเกณฑ์ลักษณะเฉพาะของผู้ชม ผสมผสานกับสถานที่ เวลา และสภาพอากาศ ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นเหมือนชุดคำสั่งในการหยิบเอาผลิตภัณฑ์ ไปโรมันซ์ และข้อความที่ตรงกับบริบท ณ เวลานั้น ๆ มากที่สุดมาแนะนำ สำหรับผลการทดสอบแคมเปญโดยใช้ pDOOH พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่ได้เห็นโฆษณานั้น ๆ จะได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากเดิมผ่าน Hyper Personalised Advertising มากกว่า 400 ชั้นที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองอัตโนมัติอยู่ตลอดเวลา ซึ่งช่วยให้เกิดการจดจำแบรนด์และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น pDOOH จึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือการตลาดที่ช่วยให้แบรนด์สามารถสื่อสารได้ตรงกับความสนใจของความรู้สึกของผู้บริโภค ณ เวลานั้น ๆ ถือเป็นการสร้าง Awareness, Engagement, Conversion ไปจนถึงทลาย Pain Point ของสื่อออกบ้านที่มีมาตั้งแต่ในอดีต



2. การสนับสนุนพื้นที่สื่อเพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจในเรื่องของความปลอดภัยผ่าน “Whoscall: The Safety Stations”

เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมาสังคมไทยกำลังประสบปัญหาเรื่องการถูกล่อลวงจากมิจฉาชีพผ่านโทรศัพท์มือถือ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของไอเดียผลงานโฆษณา “Whoscall: The Safety Stations” ที่ต้องการเตือนคนไทยให้รู้เท่าทันถึงมิจฉาชีพ ผ่านการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัย โดยวางกลยุทธ์การสื่อสารที่เน้น Customisation Content แบบเข้าใจง่าย แปลกใหม่ สนุกสนาน และน่าจดจำ ด้วยการเลือกใช้สื่อโฆษณาบนพื้นที่สถานีและในรถไฟฟ้ามหานครที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางและหลากหลาย เป็นสื่อหลักของแคมเปญ โดยนำลูกเล่นของเสียงประกาศบนสื่อโฆษณาในรถไฟฟ้ามหานครที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่รองรับการออกแบบตามช่วงเวลา สถานี และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารจนเกิดเป็นไอเดียของข้อความต่าง ๆ เช่น “สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ ทั้งชาติปลอดภัยจากแก๊งคอลเซนเตอร์” “สถานีนาเนา พี่ ป้า น้า อา รู้กันเบอร์แปลกกัน...บ้านน่า” ฯลฯ ซึ่งนำไปสู่การสร้าง Impact Awareness ได้อย่างยอดเยี่ยม

โดยแคมเปญนี้นอกจากจะสร้างความรับรู้และความเข้าใจเรื่องความปลอดภัยในการรับข่าวสารแล้ว ยังได้รับรางวัลจากสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทยในเวที Adman Awards & Symposium 2022 ถึง 12 รางวัล อาทิ รางวัลระดับ Gold จากหมวด Use of Audio การใช้เสียงในสื่อโฆษณากลางแจ้ง ระดับ Silver ในหมวด Corporate Purpose and Social Responsibility และรางวัลแคมเปญโฆษณาที่สร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นได้ตามวัตถุประสงค์ของการโฆษณา ฯลฯ และยังคว้ารางวัลสุดยอดผลงานครีเอทีฟสาขา “Best Use of Audio การใช้เสียงในสื่อโฆษณาอย่างสร้างสรรค์” ในระดับ Silver จากงาน Festival of Media APAC Awards Ceremony 2023 รางวัลระดับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ค้นหาแคมเปญโฆษณาที่มีการออกแบบการสื่อสารการตลาดที่โดดเด่นและมีความเป็นสุดยอดด้านความสร้างสรรค์ในแต่ละสาขา ผ่านการประเมินและตัดสินโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในวงการเอเจนซีและนักการตลาดผู้มีชื่อเสียงจากแบรนด์ระดับโลก โดย VGI ในฐานะผู้นำด้านการให้บริการสื่อโฆษณาที่ครอบคลุมแบบ 360 องศา เชื่อมโลกออฟไลน์และออนไลน์ไว้ด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ ยังคงมุ่งหน้าสร้างสรรค์คอนเทนต์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การสื่อสารที่ทันสมัยยิ่งขึ้น พร้อมทั้งจะเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับมาตรฐานคุณภาพของธุรกิจสื่อสารการตลาดและวงการโฆษณาของไทยต่อไป ทั้งนี้สามารถชมคลิปวิดีโอของโฆษณา “Whoscall: The Safety Stations” ได้ที่ <https://www.youtube.com/watch?v=f3VUfjzadrU>



แรมบิท แคร่ ผู้นำแพลตฟอร์มโบรกเกอร์ประกันภัย (InsurTech) และผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน (FinTech) ออนไลน์ของประเทศไทย เปิดตัว “CareOS ระบบปฏิบัติการความเคร่” ซึ่งถือเป็นเทคโนโลยีอัจฉริยะเฉพาะของแรมบิท แคร่ ที่ให้บริการด้านการเปรียบเทียบประกันภัยและผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างครบวงจรระบบแรกในประเทศไทย โดยระบบจะรวบรวม วิเคราะห์ คัดเลือก และเปรียบเทียบความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งประมวลผลจากข้อมูลของลูกค้าเป็นหลักให้ตรงกับความต้องการเฉพาะบุคคล ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้ไวภายใน 30 วินาที เพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้าและสร้างแคมเปญการตลาดที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมตรงกับไลฟ์สไตล์และความต้องการ และยังสามารถเสนอแพ็คเกจราคาของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงเพื่อการตัดสินใจที่ตอบโจทย์มากที่สุด

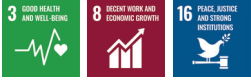
ปัจจุบัน แรมบิท แคร่ มีผลิตภัณฑ์แผนประกันและสินเชื่อที่หลากหลายและครอบคลุมมากกว่า 40,000 แผนประกัน ผลิตภัณฑ์ทางการเงินมากกว่า 50 ตัวเลือก จากพาร์ตเนอร์รวมมากกว่า 50 บริษัทชั้นนำ และผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกว่า 30 ใบ จากพาร์ตเนอร์ธนาคาร โดยลูกค้าสามารถเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์และชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง รวมถึงบริการผ่อนชำระ พร้อมระบบบริการลูกค้าอย่างครบวงจรผ่านการ โทร.และแชตตลอด 24 ชั่วโมง โดยที่ปรึกษากว่า 800 คน คอยให้คำปรึกษาเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการเฉพาะบุคคลและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้าได้อย่างแท้จริง โดยในเดือนกรกฎาคม 2565 ที่ผ่านมามีผู้สมัครบัตรเครดิตผ่านแรมบิท แคร่ กว่า 30,000 คน และได้รับการอนุมัติบัตรเครดิตกว่า 6,000 คน จากธนาคารในระบบ ถือว่ามีอัตราการอนุมัติบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นถึง 5 เท่า ซึ่งมากกว่าอัตราการอนุมัติบัตรเครดิตในตลาดทั่วไป ความสำเร็จดังกล่าวเกิดจากประสิทธิภาพของ CareOS ในการจับคู่โปรไฟล์ของลูกค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การรวมระบบกับพาร์ตเนอร์และการออกแบบ UX ที่ใช้งานง่าย โดยมีตัวกรองบัตรตามไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้และคำอธิบายผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตที่ครบถ้วน





ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

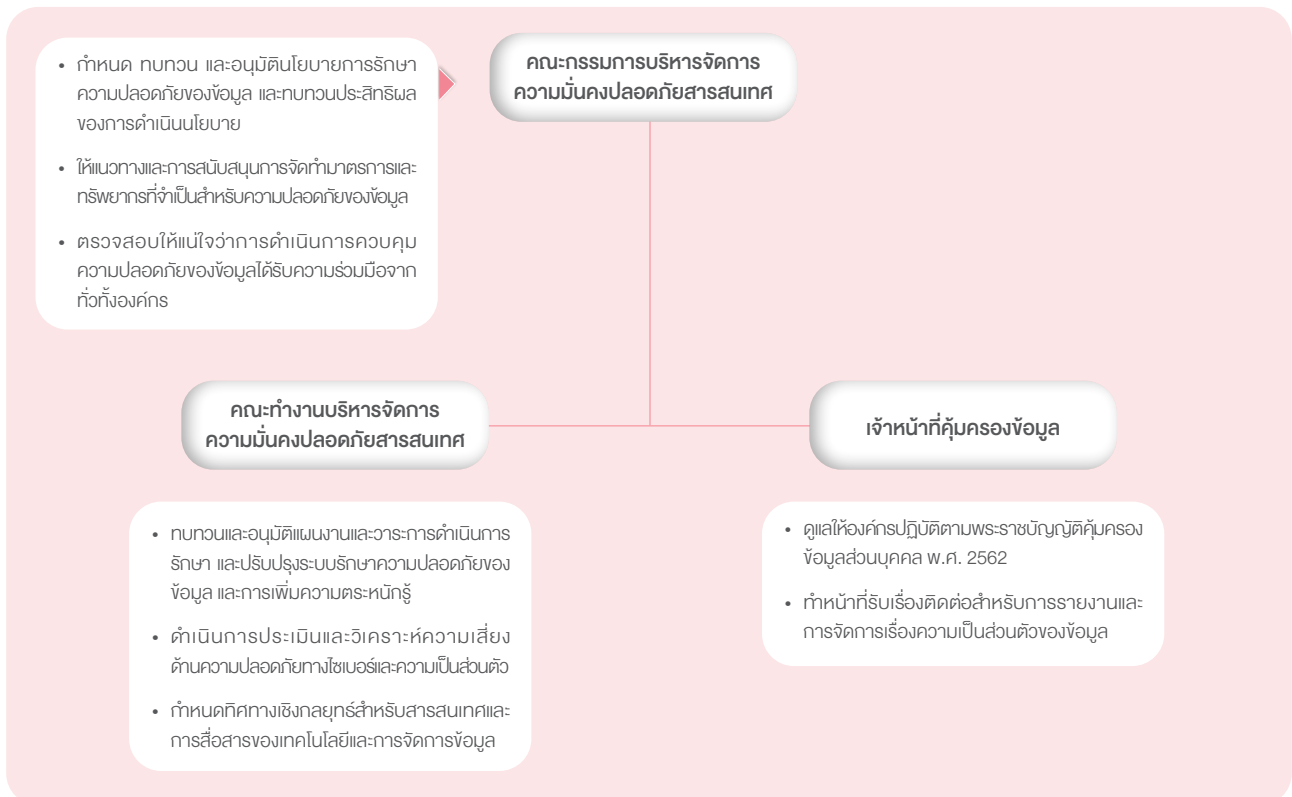
(GRI 2-1, 3-3, 418-1)



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2565/66	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืนปี 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย*: ไม่มีกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า</p> <p>เป้าหมาย 100%</p> <p>ผลการดำเนินงาน 100%</p> <p>* เป้าหมายเป็นส่วนหนึ่งของดัชนีชี้วัดค่าตอบแทนผู้บริหาร</p>	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานภาครัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

จากความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและการพึ่งพาเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันนั้น อาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์และความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล VGI จึงตระหนักถึงความสำคัญของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อป้องกันผลกระทบจากความเสียดังกล่าวต่อการดำเนินธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย ในการนี้ บริษัทฯ จึงยึดมั่นปฏิบัติตามนโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และกำหนดมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต่าง ๆ พร้อมทั้งยังเสริมสร้างความรู้ความตระหนักของพนักงานเกี่ยวกับภัยคุกคามความปลอดภัยทางไซเบอร์อีกด้วย

การกำกับดูแลความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและทางไซเบอร์



การจัดการความปลอดภัยของข้อมูล

ภายใต้ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล กลุ่มระบบที่มีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากลักษณะธุรกิจนั้น เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเพื่อเป็น กรอบการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว ตลอดจนเพื่อให้แน่ใจถึงความสอดคล้อง ตามข้อกำหนดด้านกฎระเบียบและสัญญาณที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศของบริษัทฯ ทุกคนจะต้องปฏิบัติตามนโยบาย ดังกล่าว และหากมีเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยที่เกิดจากการละเลยไม่ปฏิบัติตามก็จะมีผลกระทบทางวินัย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีระบบบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล ดังนี้



การวิเคราะห์

- การใช้วิธีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและประเมินแผนการจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ



การประเมิน

- นำการประเมินความเสี่ยงมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการโครงการ และวงจรการพัฒนาธุรกิจ



การควบคุม

- วิธีการจัดการความเสี่ยงนั้น ประกอบด้วย การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง การถ่ายโอนความเสี่ยง การลดความเสี่ยง หรือการยอมรับความเสี่ยง ซึ่งในการลดความเสี่ยงนั้น จะต้องมีการเลือก และดำเนินการตามแนวทางควบคุมเพื่อลดระดับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้



การตรวจสอบ

- มีการบันทึกผลลัพธ์ของการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลและแผนการ ควบคุมความเสี่ยง
- มีการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ VGI ยังได้จัดทำนโยบายความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โดยขอบเขตการบังคับใช้นั้นครอบคลุมถึงพนักงานและ ผู้ที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานในนามของบริษัทฯ ซึ่งนโยบายนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบในการกำหนดแนวปฏิบัติทำงานในการรักษาความมั่นคง ปลอดภัยด้านสารสนเทศของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดและระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ครอบคลุมถึงโครงสร้างความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของบริษัทฯ ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร การบริหารจัดการทรัพยากร การควบคุมการเข้าถึง การเข้ารหัสข้อมูลทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการดำเนินงาน ด้านการสื่อสาร ความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการภายนอก การบริหารจัดการเหตุการณ์ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ความมั่นคงปลอดภัย สารสนเทศของงานบริหารจัดการเพื่อสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ รวมไปถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนด โดยนโยบายฉบับนี้จะได้รับการ ทบทวนและกำหนดให้มีการตรวจสอบความสอดคล้องตามข้อกำหนดโดยผู้ตรวจสอบทั้งภายในและภายนอก

VGI ยังจัดทำประเมินช่องโหว่ทางเทคนิคของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นประจำ และมีการกำหนดให้มีการตรวจสอบระบบ โดยผู้ตรวจสอบ ทั้งนี้ ระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทฯ ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ISO 27001:2013 นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจและแผนการกู้คืนข้อมูลทางสารสนเทศ เพื่อให้มั่นใจในความพร้อม ของข้อมูลและการบริหารหลังจากการหยุดชะงักที่อาจเกิดขึ้นกับกระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง

การปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

การปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้า พนักงาน คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้น นับเป็นสิ่งหนึ่งที่ VGI ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยบริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายความเป็นส่วนตัวเพื่อให้การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรนั้น สอดคล้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ตลอดจนมีการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับข้อกำหนดในกฎระเบียบดังกล่าวเพื่อเพิ่มความตระหนักรู้แก่พนักงาน และในปี 2565/66 บริษัทฯ ได้มีการจัดหลักสูตรอบรมดังกล่าวให้คณะกรรมการบริษัทได้เตรียมพร้อมและเพิ่มพูนความรู้ในการบังคับใช้ของกฎระเบียบอีกด้วย ทั้งนี้ VGI จะใช้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ภายใต้นโยบายความเป็นส่วนตัวที่ได้รับความยินยอมเท่านั้น โดยในปี 2565/66 บริษัทฯ ไม่ได้มีการใช้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ และไม่ได้รับคำขอข้อมูลของลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายใด ๆ (คำร้องขอข้อมูลของลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐเป็น 0%) และในกรณีที่มีการร้องขอข้อมูล VGI จะให้ความร่วมมือดังกล่าวเพื่อดำเนินการตามคำสั่งของหน่วยงานรัฐ



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับลูกค้า



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับฝ่ายทรัพยากรบุคคล



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับการประชุมผู้ถือหุ้น



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับการใช้กล้องโทรทัศน์วงจรปิด



นโยบายความเป็นส่วนตัว
บริษัท บีเอสเอส โฮลดิ้งส์ จำกัด





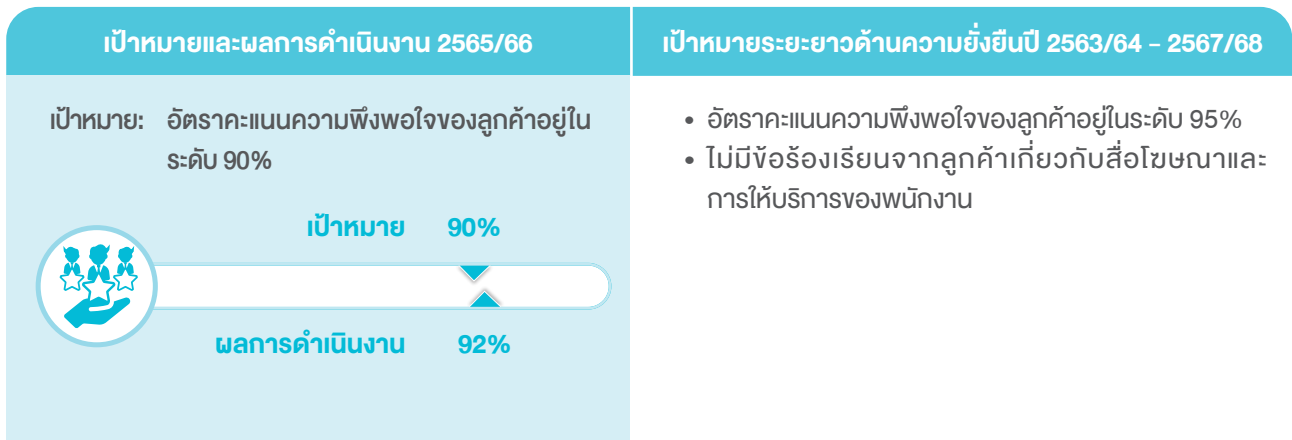
ด้านสังคม

- การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี
- สิทธิมนุษยชน
- การพัฒนาสังคมและชุมชน
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา



การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

(GRI 3-3)



VGI ให้ความสำคัญกับลูกค้าขององค์กรเป็นอย่างยิ่ง ด้วยตระหนักดีว่าความสัมพันธ์ที่มีต่อลูกค้าคือกุญแจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพบปะ กระชับความสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการรับฟังและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้ VGI เข้าใจความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า และสามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทฯ เป็นปัจจัยสำคัญต่อผลประกอบการทางธุรกิจขององค์กร

กลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

VGI มุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าตลอดทุกขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ บริษัทฯ จึงยึดปฏิบัติตามแนวทางการสร้างแบรนด์อย่างมีจริยธรรม การส่งมอบและตรวจสอบงาน ตลอดจนการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพทันสมัย และตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ นอกจากนี้ VGI จะแจ้งเฉพาะข้อมูลของสินค้าและบริการของบริษัทฯ ในระหว่างการทำการตลาดที่ถูกต้องโดยไม่มีการกล่าวอ้างที่เกินจริง หรือใช้ประโยชน์จากความเปราะบางทางตลาด และ VGI ยังมีระบบการตรวจสอบคุณภาพงานก่อนส่งงานให้ลูกค้า การติดตาม แก้ไขงานในกรณีพบเหตุบกพร่อง ชำรุด หรือเสียหายภายในเวลาอันรวดเร็วที่เกี่ยวข้องกับสื่อโซเชียล และมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาเป็นประจำเพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ในส่วนของธุรกิจบริการด้านดิจิทัล บริษัทฯ มีกระบวนการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาประสบการณ์การใช้บริการของลูกค้าอีกด้วย



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านจริยธรรมทางการสร้างแบรนด์และการตลาด

นอกจากนี้ VGI ยังมีแนวทางการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพอื่น ๆ ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมร่วมกับลูกค้า การจัดทำประเมินความพึงพอใจของลูกค้าประจำปี และกำหนดช่องทางการติดต่อที่ลูกค้าสามารถแจ้งข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของบริษัทฯ เช่น Facebook, Twitter, Instagram หรือโทร. 0-2273-8884 #0 และกำหนดแนวทางการจัดการข้อร้องเรียนเพื่อให้สามารถตอบสนองกับลูกค้าได้อย่างทันก่วงที โดยข้อร้องเรียนดังกล่าวจะถูกแจ้งไปยังต้นสังกัดหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการตรวจสอบและดำเนินการแก้ไข ซึ่งผลการจัดการจะถูกแจ้งกลับไปยังผู้ร้องเรียนอย่างรวดเร็วที่สุด



การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

แคมเปญเอาใจแฟนลูกหนัง ยิ่งตรงคอนเทนต์วิเคราะห์ผลบอลโลก 2022 ผ่านสื่อจอดีจิทัล

VGI ร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์พีพีทีวี เอชดี 36 ส่งตรงคอนเทนต์ข่าวกีฬาชั้นนำระดับโลกขึ้นบนแพลตฟอร์มสื่อโซเชียลมีเดียของ VGI อาทิ จอบนรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) จอบนสถานีชานชาลา จอบริเวณประตูกันชานชาลา รวมถึงจอภายในอาคารสำนักงานทั่วกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมทั้งสิ้นกว่า 3,500 จอ โดยได้นำร่องด้วยคอนเทนต์กีฬาเอาใจแฟนลูกหนังอย่าง FIFA World Cup 2022 หรือศึกฟุตบอลโลก 2022 ที่มาพร้อมกับบทวิเคราะห์คู่บอล ผลการแข่งขัน ความเคลื่อนไหวจากสนาม ตารางโปรแกรมการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีการอัปเดตคอนเทนต์ข่าวสารตลอดทั้งวันเพื่อให้ผู้โดยสารบีทีเอสไม่พลาดทุกสถานการณ์สำคัญ โดยการร่วมเป็นพันธมิตรกับสื่อคุณภาพอย่างพีพีทีวี เอชดี 36 ทำให้ VGI สามารถส่งมอบประสบการณ์การเดินทางที่เหนือกว่า ด้วยการนำเสนอคอนเทนต์ข่าวกีฬาชั้นนำระดับโลก สร้างความรู้และความบันเทิงให้แก่ประชาชนที่สัญจรด้วยบีทีเอส เพื่อเป็นการต่อยอดพันธกิจของบริษัทฯ ในการเป็นผู้นำในการออกแบบประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้บริโภคอยู่เสมอ ยิ่งไปกว่านั้นการจับมือกันในครั้งนี้ยังช่วยขยายฐานผู้ชมคอนเทนต์ข่าวของพีพีทีวีให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคชาวกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้หลายล้านคนต่อวันอีกด้วย



สำนักข่าวเคลื่อนที่ “ONE NEWS” เพื่อประชาชน

VGI พร้อมด้วยบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และบริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด ได้เปิดตัวสำนักข่าว “ONE NEWS” เจาะกลุ่มผู้ชมทุกช่องทางทั้ง On Air และ Online รวมถึงเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มสื่อโซเชียลมีเดียของ VGI กว่า 3,500 จอทั่วกรุงเทพฯ และปริมณฑล แบ่งเป็นจอบนสถานีและจอบนรถไฟฟ้าบีทีเอส รวมกว่า 2,000 จอ ตึกสำนักงานชั้นนำ อาทิ อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ และอาคารอื่น ๆ 195 อาคาร กว่า 1,500 จอ ที่ผ่านสายตาผู้ชมรวมกันกว่า 3.3 ล้านคนต่อวัน สำหรับการผนึกความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ของ VGI และสำนักข่าว ONE NEWS ที่มีฐานการเข้าถึงผู้ชมจากทุกช่องทาง 31.5 ล้านคน/เดือนในครั้งนี้จะสามารถขยายฐานผู้ชม พร้อมสร้างมูลค่าเพิ่มและประสบการณ์ใหม่ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงให้แก่ประชาชน นอกจากนี้ยังถือเป็นการปูทางเพื่อนำไปสู่โอกาสทางธุรกิจที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคส่วนมากในอนาคตได้อีกด้วย โดยช่องข่าว ONE NEWS อัปเดตคอนเทนต์ผ่านสื่อดังกล่าวตลอดทั้งวันเพื่อให้ชาวกรุงเทพฯ และปริมณฑล ท้าวกินต่อทุกเหตุการณ์สำคัญ





การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี

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

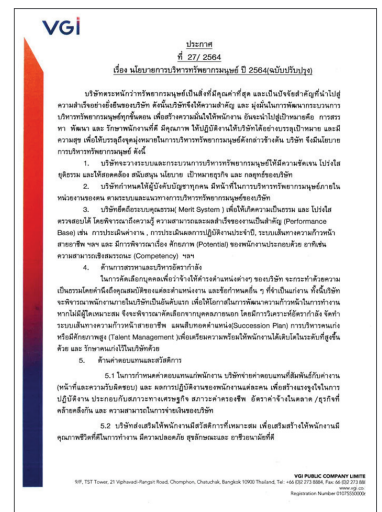


เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2565/66	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืนปี 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย*: อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับไม่น้อยกว่า 90%</p> <p>เป้าหมาย 90%</p> <p>ผลการดำเนินงาน 86%</p> <p>* เป้าหมายเป็นส่วนหนึ่งของดัชนีชี้วัดค่าตอบแทนผู้บริหาร</p>	<ul style="list-style-type: none"> อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับไม่น้อยกว่า 90%

VGI ตระหนักดีว่า พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าเป็นอย่างยิ่งขององค์กรในการช่วยขับเคลื่อนบริษัทไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานและการปรับตัวให้เข้ากับทิศทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดย VGI มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน และรักษาพนักงานไว้เพื่อขับเคลื่อนบริษัทฯ ไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน

การจัดการทรัพยากรมนุษย์

พนักงานมีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ การกิจ และกลยุทธ์ขององค์กร ไปบนเส้นทางความสำเร็จ โดยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของ VGI นั้น เป็นไปตามนโยบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ถูกกำหนดไว้และคู่มือที่เกี่ยวข้อง โดยนโยบายดังกล่าวครอบคลุมทุกแง่มุมของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ทั้งโครงสร้างองค์กร การจัดหา และการจ้างงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม การประเมินประสิทธิภาพ การพัฒนาทุนมนุษย์ สถานที่ทำงานที่ปลอดภัย การคุ้มครองสิทธิมนุษยชน และพนักงานสัมพันธ์ ซึ่งการบริหารทรัพยากรมนุษย์อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทฯ ทั้งนี้ VGI ทำงานอย่างหนักเพื่อให้แน่ใจว่า ผู้มีความสามารถที่สุดนั้นจะถูกดึงดูดและรักษาไว้เพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตทางธุรกิจขององค์กร บริษัทฯ จึงมีการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานทุกคนและมีการสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน นอกจากนี้ VGI ยังพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนให้พนักงานเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถของตนอย่างเต็มที่



การพัฒนาทุนมนุษย์

VGI ได้จัดให้มีหลักสูตรการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถและทักษะของพนักงาน โดยหลักสูตรการฝึกอบรมมุ่งเน้นไปที่ 4 ประเด็นสำคัญ ดังนี้



ความเฉียบแหลมในเชิงธุรกิจ (Business Acumen)

- มีความเข้าใจงานและธุรกิจเป็นอย่างดี สร้างพันธมิตร และมองเห็นภาพกว้าง



จิตนวัตกรรม (Innovation Mind)

- มีความกล้าคิด ทดลอง เรียนรู้ พัฒนาและริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ



การทำงานร่วมกัน (Collaboration)

- ให้ความร่วมมือ มีส่วนร่วม รับฟัง แลกเปลี่ยน แบ่งปัน เพื่อส่วนรวม



ยกระดับศักยภาพ (Leverage Capabilities)

- มุ่งมั่น พัฒนา และยกระดับศักยภาพตนเองเสมอ

นอกจากนี้ VGI ยังนำความสามารถเชิงสมรรถนะหลักมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดทำแผนพัฒนาพนักงานเพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาความสามารถของตนเองเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพระยะยาว โดยการอบรมที่ VGI จะแบ่งออกเป็น 3 หลักสูตร ประกอบด้วย

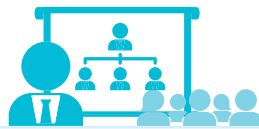
1



หลักสูตรกลาง:

เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ
และความสามารถของพนักงาน
ตลอดจนสร้างมุมมองเชิงบวก
ในการทำงาน

2



หลักสูตรบริหารจัดการ:

หลักสูตรฝึกอบรมระดับหัวหน้างาน
เกี่ยวกับการจัดการงาน
และผู้ใต้บังคับบัญชา

3



หลักสูตรเฉพาะสายงาน:

หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนา
พนักงานในความสามารถ
และความรู้ที่เจาะจง
กับหน้าที่การงาน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการติดตามดูแลผลตอบแทนจากการลงทุนในทุนมนุษย์ ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ที่สะท้อนมูลค่าผลตอบแทนของทุนมนุษย์ของบริษัทฯ จากการลงทุนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้ ในปี 2565/66 VGI ได้จัดให้มีการฝึกอบรมโดยชั่วโมงการอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานหนึ่งคนคือ 22.5 ชั่วโมง ซึ่งหลักสูตรการฝึกอบรมที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

- PDPA Training สำหรับพนักงาน
- Critical Thinking
- Safety Risk Assessment
- Workforce Analysis

ตัวอย่างหลักสูตรการฝึกอบรมปี 2565/66:

1. Key Instructor Safety Training

ในปี 2565/66 VGI ได้จัดหลักสูตรฝึกอบรม 6 วัน เพื่อพัฒนาพนักงานและสร้างเป็น Safety Trainer ภายในองค์กรที่สามารถถ่ายทอดความรู้เรื่องความปลอดภัยสำหรับผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ของบีทีเอสได้ โดยพนักงานสามารถปรับปรุงศักยภาพของตนเองให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ถือเป็น การเพิ่มผลิตภาพในตนเอง ผู้เข้าอบรมจะได้ฝึกฝนทักษะการเป็นวิทยากร ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยรับหน้าที่เป็นวิทยากรด้านความปลอดภัยในการทำงานในพื้นที่ระบบรถไฟฟ้าบีทีเอส เพื่อให้ความรู้แก่พนักงานและผู้บริหาร ถือเป็น การเพิ่มผลิตภาพให้แก่พนักงานและองค์กร ในปีแรกนี้สร้างความคุ้มค่าให้แก่องค์กร คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 27,108 บาท



2. How to achieve 2,400 MB target

หลักสูตรการฝึกอบรมนี้ เป็นหลักสูตรต่อยอดจากหลักสูตร VGI's Sales Training เพื่อต่อยอดการพัฒนาทักษะและมุมมองแก่ทีมฝ่ายขายและฝ่ายที่เกี่ยวข้องให้บรรลุเป้าหมายในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มรายได้ระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงทำความเข้าใจมุมมองของ Advertiser, Planner, Buyer ต่อสื่อออนไลน์ (Out-of-Home Media หรือ OOH) ในแง่มุมต่าง ๆ โดยเรียนรู้ทักษะต่าง ๆ อาทิ

- การวิเคราะห์การใช้จ่ายของอุตสาหกรรมสื่อ
- การทำความเข้าใจสื่อเอเจนซี
- วิธีการคิดวิเคราะห์สิ่งที่ควรทำในการขายสื่อโฆษณาทั้งสื่อขนาดใหญ่และขนาดเล็ก
- VGI กับการเป็นผู้นำโซลูชันส์แห่งอนาคต

ซึ่งการจัดอบรมใช้เวลา 6 ชั่วโมง โดยมีพนักงานเข้าร่วมทั้งสิ้น 26 คน หลักสูตรนี้ทำให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจโครงสร้างหน้าที่ หลักการทำงานและการวางแผนสื่อของเอเจนซี เพื่อจะได้เข้าถึงผู้ที่มีส่วนตัดสินใจในการเลือกสื่อโฆษณา และสามารถนำข้อมูลด้านต่าง ๆ มาวางแผนสร้างความแตกต่างและ Competitive Advantage ให้แก่ทีมต่อไปได้ โดยสามารถคิดประมาณการในการเพิ่มรายได้จากการนำความรู้จากการอบรมไปปฏิบัติได้เท่ากับ 4,580,000 บาท



ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้บุคลากรของเราสามารถทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยพนักงาน VGI ได้รับค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่ยุติธรรมและเหมาะสม ซึ่งมากกว่าข้อกำหนดตามกฎหมายในส่วนที่เป็นไปได้ อีกทั้ง VGI ยังมอบสวัสดิการและผลประโยชน์ดังต่อไปนี้ให้แก่พนักงานทุกคน ได้แก่

- กองทุน อันได้แก่ เงินชดเชย กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กองทุนประกันสังคม กองทุนสวัสดิการฌาปนกิจ กองทุนสหกรณ์ออมทรัพย์ บีทีเอส
- เงินช่วยเหลือในกรณีทุนการศึกษาของบุตรพนักงาน
- การส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการประกันสุขภาพ การตรวจสุขภาพประจำปี และการจัดหาห้องปฐมพยาบาล
- การดูแลครอบครัวอันรวมถึงการลาคลอดโดยได้รับค่าจ้าง 53 วัน และการลาเพื่อทำหน้าที่บิดาในระหว่างกรรยาคลอดบุตร โดยได้รับค่าจ้าง 10 วัน ซึ่งเกินมาตรฐานบังคับตามกฎหมาย
- ชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่นและตัวเลือกในการทำงานนอกเวลา

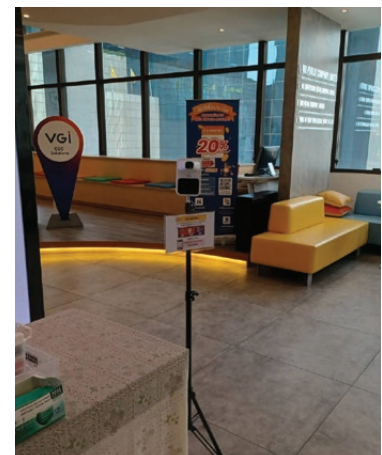
ทั้งนี้ VGI ได้แต่งตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน เพื่อเป็นตัวแทนของพนักงานทั้งหมดที่มีอำนาจในการต่อรองเจรจาด้านสวัสดิการกับบริษัทฯ



การดูแลพนักงานในสถานการณ์โควิด 19

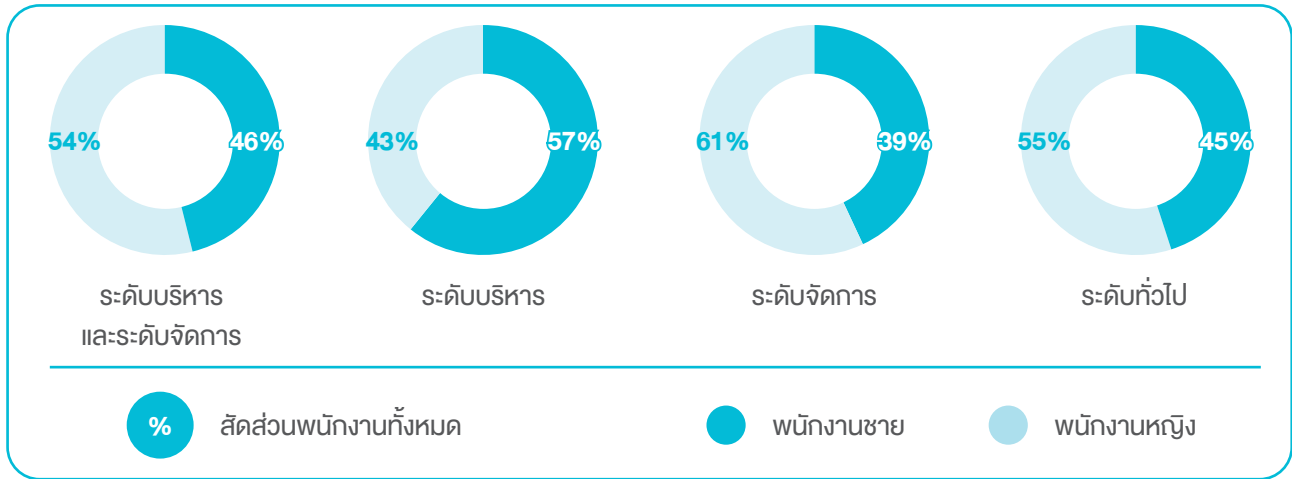
ท่ามกลางสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ความปลอดภัยและการดูแลสุขภาพของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับ VGI ซึ่งตั้งแต่ช่วงปี 2563 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้มีการออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรคโควิด 19 ดังนี้

- พนักงานทุกคนต้องฉีดวัคซีนเข็มร่างกายก่อนเข้าสถานที่ทำงานอย่างเคร่งครัด โดยผู้ที่ฉีดได้เกิน 37.5 องศา จะไม่ได้รับอนุญาตให้เข้าพื้นที่ทำงานของ VGI
- จัดสรรชุดตรวจโควิด 19 อย่างรวดเร็ว (Rapid Test) สำหรับพนักงาน เพื่อตรวจและรายงานผลเป็นประจำทุกสัปดาห์
- จัดให้มีเจลฆ่าเชื้อทุกทางเข้าและรอบสิ่งอำนวยความสะดวกของ VGI เพื่อส่งเสริมการรักษาความสะอาดตัวเองและสุขอนามัยในสถานที่ทำงานอย่างสม่ำเสมอ
- บังคับใช้มาตรการที่เข้มงวดเพื่อให้พนักงานทุกคนสวมหน้ากากอนามัยและเว้นระยะห่างทางสังคม โดยมีหน้ากากอนามัยสำรองให้ หากจำเป็น
- จัดทำประกันโควิด 19 ให้แก่พนักงานทุกคน เพื่อประกันความเสี่ยงด้านสุขภาพที่อาจเกิดขึ้น และลดภาระทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นจากการติดเชื้อไวรัส
- สนับสนุนวัฒนธรรมการประชุมทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-meeting) ในการประชุมภายในทั้งหมด
- กำหนดมาตรการเมื่อตรวจพบการติดเชื้อโควิด 19 รวมถึงการทำงานที่บ้านตามความเหมาะสม
- สนับสนุนพนักงานด้านการเดินทางไปที่สำนักงานและรักษาสุขภาพแวดล้อมในการทำงานให้ถูกสุขอนามัย โดยทำการฆ่าเชื้อพื้นที่ทำงานเป็นประจำ และยืดหยุ่นเวลาเข้างาน เพื่อให้พนักงานที่เดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะสามารถหลีกเลี่ยงการขนส่งสาธารณะที่แออัด
- จัดให้มีชุดป้องกันโรคโควิด 19 ซึ่งประกอบด้วยยาที่เกี่ยวข้องสำหรับพนักงานทุกคน



ความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก

VGI ให้ความสำคัญกับพนักงานที่หลากหลายและวัฒนธรรมการไม่แบ่งแยก โดยบริษัทฯ เชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าความหลากหลายและการรวมเป็นหนึ่งเดียวกันจะสร้างที่ทำงานที่มีพลวัต โดยพนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติต่อความชอบทางเพศ เพศ เชื้อชาติหรือชาติพันธุ์ สัญชาติ ประเทศต้นกำเนิด หรือภูมิหลังทางวัฒนธรรม ซึ่งบุคลากรที่มีความหลากหลายทางเพศ มีสิทธิได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ของบริษัทฯ อย่างเท่าเทียม เช่น กองทุน ลาเพื่ออุปการกิจศพครอบครัว และการลาป่วยเพื่อผ่าตัดแปลงเพศ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยไม่คำนึงถึงเพศ



นอกจากนี้ หากพบเจอพฤติกรรมเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดในบริษัทฯ สามารถรายงานได้ผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแส ตามคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ ซึ่งผู้รายงานจะได้รับการคุ้มครองจากการรายงานดังกล่าว นอกจากนี้ ผู้รายงานยังสามารถรายงานเป็นลายลักษณ์อักษรหรือด้วยวาจาต่อหัวหน้างานและฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะมีการดำเนินการตามกระบวนการสอบสวนที่กำหนดไว้และส่งต่อไปยังผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และแจ้งให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารทราบตามความเหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทฯ จะมีการดำเนินการแก้ไขหรือดำเนินการทางวินัยตามเห็นสมควรจากข้อสรุปของการสอบสวนดังกล่าว โดยในกรณีการละเมิดจะมีการดำเนินคดีทางกฎหมายตามความเหมาะสม



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

ความพึงพอใจในองค์กรของพนักงาน

VGI จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยบริษัทฯ ได้นำผลสำรวจดังกล่าวมาวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงแนวทางการส่งเสริมความพึงพอใจของพนักงาน รวมถึงจัดทำหลักสูตรพัฒนาศักยภาพพนักงาน และดูแลให้พนักงานทุกคนรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในงานของตนเอง ซึ่งในปี 2565/66 พนักงานทุกคนได้ทำแบบสำรวจเสร็จสิ้น และได้ผลความผูกพันที่ 86% ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายประจำปี 75%





สิทธิมนุษยชน

(GRI 3-3, 412-1)



สิทธิมนุษยชนเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานในความเป็นมนุษย์ที่ทุกคนพึงได้รับอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม การละเมิดสิทธิมนุษยชนอาจส่งผลกระทบต่อการค้าและภาพลักษณ์ขององค์กร VGI จึงให้ความสำคัญสูงสุดต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร โดยการยึดหลักสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการเกิดเหตุการณ์การละเมิดสิทธิมนุษยชน

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

VGI กำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อเป็นมาตรฐานในการบริหารจัดการสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร ซึ่งครอบคลุมความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ที่จะป้องกันไม่ให้เกิดการค้ามนุษย์ การบังคับใช้แรงงาน แรงงานเด็ก การเลือกปฏิบัติ และการคุกคามหรือล่วงละเมิดทุกรูปแบบ ทั้งทางเพศและอื่น ๆ อีกทั้งสนับสนุนและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนในเรื่องเสรีภาพในการสมาคม สิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง และค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้จัดทำนโยบายเรื่องการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดต่อสิทธิของบุคคลอื่น และนโยบายเรื่องความหลากหลายและการยอมรับความหลากหลาย เพื่อสนับสนุนความหลากหลายและเคารพสิทธิมนุษยชนของพนักงาน

สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน



การบริหารจัดการสิทธิมนุษยชน



VGI ดำเนินการตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านตามหลักการชี้แนะขององค์กรสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน เพื่อประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงบริษัทย่อยที่ VGI มีอำนาจการบริหาร และได้จัดทำมาตรการเพื่อบรรเทาและแก้ไขผลกระทบต่าง ๆ เหล่านั้นในกรณีที่มีการละเมิดขึ้น ทั้งนี้ VGI ได้เปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Disclosure Report) ไว้ในเว็บไซต์ของบริษัทฯ

สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับรายงานผลการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิทธิมนุษยชน

VGI ส่งเสริมการสร้างความรู้ในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนให้แก่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับมาโดยตลอด โดยในปี 2565/66 บริษัทฯ ได้จัดการฝึกอบรมสองชั่วโมงผ่านรูปแบบออนไลน์โดยสถาบันภายนอก เพื่อให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับข้อมูลด้านสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน รวมถึงความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญและเกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าของทางประกอบธุรกิจ เช่น การเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิดในที่ทำงาน นอกจากนี้ พนักงานยังได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการของการตรวจสอบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน นโยบายเรื่องการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดต่อสิทธิของบุคคลอื่น และนโยบายเรื่องความหลากหลายและการยอมรับความหลากหลาย

ในกรณีที่เกิดการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเหตุหรือเบาะแสผ่านช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียนที่บริษัทฯ ได้กำหนด เพื่อดำเนินการตามกระบวนการสืบสวนสอบสวนข้อเท็จจริง โดยในปี 2565/66 บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการแจ้งเหตุเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน และไม่มีเหตุการณ์การเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิดที่เกิดขึ้น



การเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชน

การสนับสนุนพื้นที่สื่อโฆษณาด้านสิทธิมนุษยชน



โครงการ “โอกาศ” เป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นพื้นที่สร้างโอกาสในการทำงานให้แก่ผู้พันโทซึ่งถือเป็นกลุ่มเปราะบางที่ต้องการโอกาสและการยอมรับจากสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งโอกาสในการกลับเข้าสู่การทำงานที่สุจริต ซึ่งในปัจจุบันสังคมยังคงมีการตีตราบุคคลกลุ่มนี้อยู่ สิ่งนี้เป็นต้นเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้พันโทจำนวนมากไม่น้อยตัดสินใจจะกระทำผิดซ้ำ เนื่องจากไม่ได้รับโอกาสในการทำงาน ด้วยเหตุนี้ VGI จึงได้แบ่งปันพื้นที่สื่อเพื่อสนับสนุนโครงการประชาสัมพันธ์ที่ชื่อว่า “ใจต้องสู้ YOU ทำได้” เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการให้ผู้พันโท รวมถึงขยายความร่วมมือไปยังองค์กร ห้างร้าน หรือบุคคลทั่วไปที่ต้องการจะมอบโอกาสให้แก่ผู้พันโท สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการได้ที่ www.okasthailand.com



การพัฒนาสังคมและชุมชน

(GRI 3-3)



VGI ตระหนักดีว่าการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนนั้น บริษัทฯ จะต้องเป็นองค์กรที่ดีที่สามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับสังคมได้อย่างเป็นสุข บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นดำเนินงานควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อการพัฒนาปรับปรุงชุมชนและสังคม เพราะการได้รับการยอมรับและความไว้วางใจคือส่วนสำคัญต่อการเติบโตทางธุรกิจของ VGI

ทิศทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

VGI กำหนดรูปแบบความคิดริเริ่มด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและกิจกรรมพัฒนาสังคมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยในปี 2565/66 VGI ได้กำหนดโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมที่มุ่งเน้นปรับปรุงสาธารณสุข สนับสนุนการพัฒนาทางการศึกษา และสร้างจิตสำนึกเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่สังคมเกี่ยวกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ จากกิจกรรมดังกล่าว บริษัทฯ มุ่งสนับสนุนและเพิ่มจำนวนพนักงานอาสา รวมถึงส่งเสริมการรับรู้ทางสังคมเชิงบวกและความพึงพอใจต่อองค์กร

ทิศทางกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของ VGI (VGI's CSR Strategic Direction)



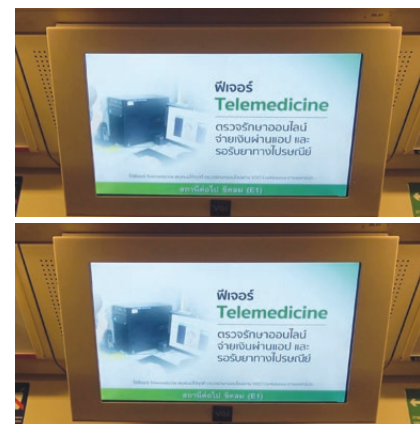
การส่งเสริมสาธารณสุข



VGI ได้กำหนดกิจกรรมส่งเสริมสาธารณสุขด้วยวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน โดยในปี 2565/66 ได้มีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

การสนับสนุนพื้นที่สื่อเพื่อส่งเสริมกิจกรรมสาธารณสุข

ในปี 2565/66 VGI ประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่สำคัญผ่านสื่อของบริษัทฯ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการส่งเสริมกิจกรรมด้านสาธารณสุข โดยบริษัทฯ สนับสนุนพื้นที่สื่อให้แก่โครงการเปิดตัวแอปพลิเคชัน "หมอ กทม." โดยผู้ใช้สามารถรับบริการได้ด้วยตนเองผ่านสมาร์ทโฟน เพื่อตอบโจทย์การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ หรือ New Normal โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 สำหรับแอปพลิเคชัน "หมอ กทม." ภายใต้โครงการ Smart OPD ที่สามารถใช้ได้กับโรงพยาบาลในสังกัดสำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร ครอบคลุมครบทั้ง 11 แห่ง เป็นการอำนวยความสะดวกให้ประชาชนได้เข้าถึงบริการทางการแพทย์ได้อย่างสะดวก รวดเร็วมากขึ้น และยังแจ้งเหตุการเจ็บป่วยฉุกเฉินที่สามารถแจ้งพิกัดได้อย่างรวดเร็ว



การสนับสนุนการพัฒนาทางการศึกษา



VGI ส่งเสริมการเข้าถึงโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียม และสนับสนุนการพัฒนาการศึกษาของชุมชน โดยมุ่งหวังให้สังคมได้รับประโยชน์จากการเข้าถึงการศึกษาที่เพิ่มขึ้นและได้ใช้อุปกรณ์การเรียนและสถานศึกษาที่ปรับปรุงผ่านกิจกรรมที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการในปี 2565/66 ดังนี้

โครงการ 1 วัน 1000 รอยยิ้ม

VGI ได้เล็งเห็นถึงปัญหาเรื่องความเหลื่อมล้ำและให้ความสำคัญกับการเข้าถึงการศึกษาและเทคโนโลยีอย่างเท่าเทียมสำหรับคนในประเทศเสมอมา VGI และชมรม VGI อาสา จึงได้จัดกิจกรรมส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ชื่อโครงการ “1 วัน 1000 รอยยิ้ม” เพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาผ่านการมอบเงินสนับสนุนการศึกษาและอุปกรณ์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ อาทิ เครื่องดนตรี คอมพิวเตอร์ แกะยาวชนโรงเรียนบ้านดงยางนารายณ์ ตำบลจอมศรี อำเภอพิบูลย์ จังหวัดอุดรธานี เป็นมูลค่าทั้งสิ้นกว่า 200,000 บาท รวมถึงเข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าและปรับปรุงสนามเด็กเล่นในครั้งนี้ด้วย



สำหรับโครงการ “1 วัน 1000 รอยยิ้ม” นั้นเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ การร่วมเป็นอีกหนึ่งพลังในการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่คนในสังคม โดย VGI เชื่อว่าการส่งต่อและขยายโอกาสทางการศึกษาต่าง ๆ จะสามารถส่งเสริม พัฒนาทักษะ และศักยภาพของคนในประเทศได้อย่างยั่งยืน อันจะเห็นได้จากความสำเร็จของการจัดโครงการดังกล่าวตลอดทั้ง 16 ครั้งที่ผ่านมา พบว่า เยาวชนและประชาชนในพื้นที่ที่ VGI ได้เข้าไปช่วยเหลือนั้นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังเช่นตัวอย่างจากการเข้าเยี่ยมเพื่อติดตามผลของโครงการ 1 วัน 1000 รอยยิ้ม ณ โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 14 ตำบลค่ายบกหวาน อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย พบว่าทางโรงเรียนได้นำอุปกรณ์ต่าง ๆ ไปต่อยอดเพื่อส่งเสริมการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงโควิด 19 ที่บุคลากรต้องมีอุปกรณ์การเรียนการสอนแบบออนไลน์ นอกจากนี้ยังกลายเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และศูนย์เทคโนโลยีของคนในพื้นที่อีกด้วย ความสำเร็จดังกล่าวจะเป็นตัวผลักดันให้บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างมีศักยภาพควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์โอกาสดี ๆ เพื่อตอบแทนสู่สังคมอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต



การสนับสนุนอุปกรณ์การศึกษาสำหรับพระสงฆ์

VGI ร่วมกับชมรม VGI อาสา จัดทำโครงการ CSR ประจำปี 2565 ณ วัดท่าพง ตำบลปากเปรี้ยว อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี มอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ พร้อมติดตั้ง เพื่อใช้ประโยชน์ในกิจกรรมภายในวัด และอุปกรณ์การเรียนการสอน พร้อมของอุปโภคบริโภค เพื่อใช้เป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาของพระสงฆ์ที่มาศึกษาพระธรรมวินัย (นักธรรมตรี โท เอก) จำนวน 60 รูป ซึ่งสอดคล้องตามความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการพัฒนาการศึกษาอย่างเท่าเทียมให้แก่ประชาชนทุกภาคส่วน



สนับสนุนเครื่องอุปโภค บริโภค เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะและคุณภาพชีวิตให้แก่เด็กและเยาวชน ณ สถานสงเคราะห์เด็กพิการทางสมองและปัญญา

ชมรม VGI อาสา ยังได้จัดโครงการ 1 วัน 1000 รอยยิ้ม ครั้งที่ 16 ภายใต้ชื่อ “น้องอ้อมที่เมืองโอง @ราชบุรี” ส่งมอบเครื่องอุปโภค บริโภค เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะและคุณภาพชีวิตให้แก่เด็กและเยาวชน ณ สถานสงเคราะห์เด็กพิการทางสมองและปัญญา จังหวัดราชบุรี เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนสังคมในด้านการสร้างโอกาสให้แก่ผู้พิการในประเทศให้ได้รับความเท่าเทียม สามารถมีส่วนร่วมทางสังคมได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องตามเป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างมีศักยภาพควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืนสู่สังคมอย่างครอบคลุมในหลากหลายมิติต่อไป



โครงการคลังหนังสือดิจิทัลลอยฟ้า

VGI ร่วมกับบริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วยหน่วยงานพันธมิตรหลัก ได้แก่ ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) (OKMD) และสถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ได้จัดตั้งคลังหนังสือดิจิทัลลอยฟ้า หรือ “Learning Station” ณ สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส สนามกีฬาแห่งชาติ ในวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2565 ซึ่งคลังหนังสือดิจิทัลลอยฟ้า จัดทำขึ้นในรูปแบบห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ (Online Library) พร้อมมี WiFi ให้บริการ เพื่อให้เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ผู้โดยสารและประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงคลังความรู้ที่เหมาะสมและเป็นจุดเริ่มต้นของการเรียนรู้ที่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ และต่อยอดได้ต่อไปในอนาคต อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนนโยบายของภาครัฐด้านการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ของประชาชน (Public Learning Centre) ตามแนวทางการปฏิรูปประเทศ ยิ่งไปกว่านั้นผู้โดยสารยังสามารถสแกน QR Code และดาวน์โหลด E-book ต่าง ๆ สำหรับอ่านผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอสได้อีกด้วย สำหรับหนังสือในคลังสถานีแห่งความรู้ดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรุงเทพมหานคร



การปกป้อง ฟื้นฟู และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม



VGI ตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ ในปี 2565/66 บริษัทฯ จึงได้จัดทำกิจกรรมเพื่อปกป้อง ฟื้นฟู สิ่งแวดล้อม รวมถึงกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกของสังคมเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม

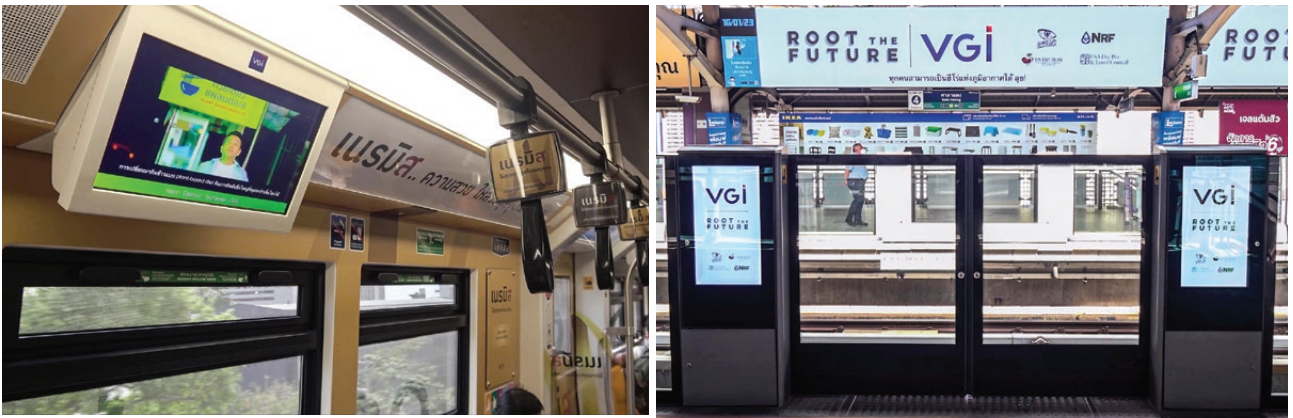
Hop On BTS

VGI ร่วมกับบีทีเอส กรุ๊ป สร้างการรับรู้ผ่านสื่อจอดิจิทัลของ VGI และการแปลงโฉมขบวนรถไฟฟ้าบีทีเอส ภายใต้แคมเปญพิเศษ “Hop On BTS” เพื่อขอบคุณผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีส่วนร่วมในการลดโลกร้อนและที่มีส่วนช่วยต่อสู้กับวิกฤตสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งเชิญชวนผู้คนให้เดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งเป็นรูปแบบการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



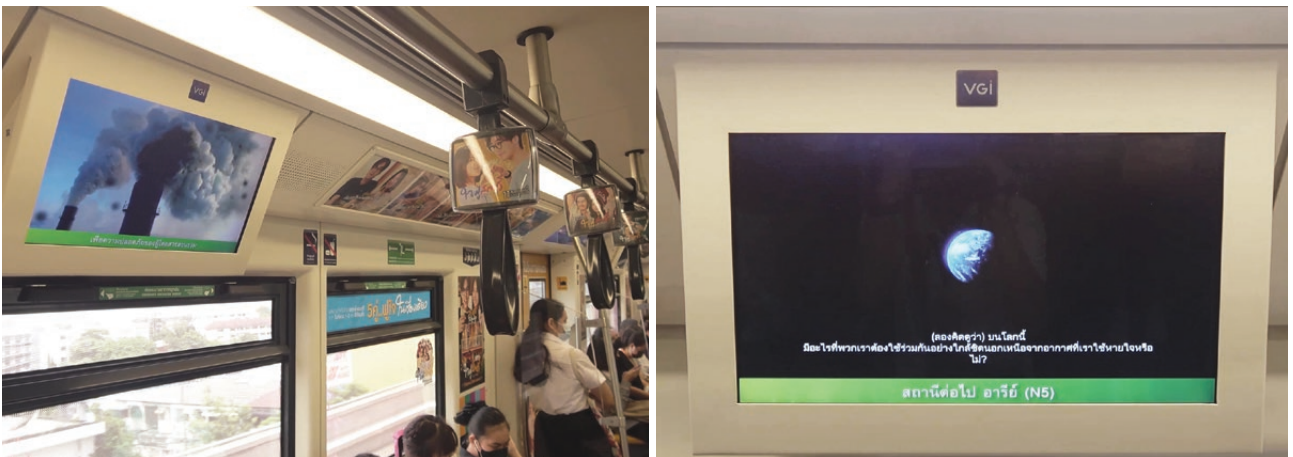
Climate Hero

ในฐานะผู้ประกอบการสื่อโฆษณา VGI เล็งเห็นถึงพลังของสื่อในการเป็นกระบอกเสียงเปลี่ยนแปลงสังคมในวงกว้าง VGI จึงได้ร่วมมือกับ Root The Future ซึ่งเป็นองค์กรสนับสนุนการดำเนินชีวิตภายใต้แนวคิดความยั่งยืน เพื่อนำเสนอคอนเทนต์ปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมกับแคมเปญ “Climate Hero” สร้างการตระหนักรู้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืนด้วยการลดการสร้าง Carbon Footprint ผ่านสื่อจอดีจิทัลของ VGI โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความตระหนักรู้แก่สังคมและประชาชน ให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อร่วมลดมลพิษได้ง่าย ๆ ผ่านการใช้ชีวิตประจำวัน อาทิ การเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะอย่างรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งใช้พลังงานสะอาดอย่างพลังงานไฟฟ้าที่จะทำให้ผู้โดยสารทุกท่านมีส่วนช่วยในการลดการปล่อยคาร์บอน ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก (Climate Change) นอกจากนี้ยังมีอีกหลากหลายวิธีที่ทุกคนสามารถร่วมเป็นหนึ่งในฮีโร่ช่วยโลกในการลด Carbon Footprint ไม่ว่าจะเป็นการลดการทำลายสิ่งแวดล้อม การรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า หรือการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคเนื้อสัตว์หันมาบริโภค Plant-based Food แทนเนื้อสัตว์ ซึ่งเป็นวิธีในการช่วยโลกได้ง่าย ๆ ที่สามารถเริ่มต้นได้จากตัวเราเอง



The Air We Share: International Day of Clean Air for blue skies

VGI ได้ตระหนักถึงการสร้างจิตสำนึกในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยได้สนับสนุนพื้นที่สื่อสำหรับโครงการ International Day of Clean Air for blue skies ซึ่งองค์การสหประชาชาติได้กำหนดให้วันที่ 7 กันยายนของทุกปี เป็นวันสากลเพื่ออากาศสะอาดสำหรับท้องฟ้าที่สดใส เพื่อสร้างความตระหนักรู้และให้เล็งเห็นถึงความสำคัญของอากาศบริสุทธิ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อสุขภาพ การผลิตเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม





อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

(GRI 3-3, 403-1, 403-2, 403-6, 403-9)



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2565/66	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืนปี 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย: ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน</p> <p>เป้าหมาย 100%</p> <p>ผลการดำเนินงาน 100%</p>	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานและคู่ค้าได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานความปลอดภัย 100% ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน

VGI ตระหนักดีว่า ความรับผิดชอบต่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ตั้น เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ VGI จึงมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่ไม่มีอุบัติเหตุ โดยใส่ใจต่อความปลอดภัยของพนักงานและสังคมเป็นหลัก โดยบริษัทฯ ดำเนินการเพื่อพัฒนาความปลอดภัย สุขภาพ และสวัสดิภาพของพนักงานในทุกสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง VGI จึงได้กำหนดนโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ซึ่งมีผลบังคับใช้กับพนักงาน ผู้รับเหมา และคู่ค้า รวมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยบริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยและเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย ซึ่งมีหน้าที่บริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยขององค์กร ทั้งนี้ VGI ดำเนินการจัดการและพัฒนาระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยขององค์กรอย่างต่อเนื่องตามข้อกำหนดขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน ISO 45001 รวมไปถึงกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ทำการประเมินและจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานสำหรับธุรกิจสื่อโฆษณาเป็นประจำ โดยกระบวนการประเมินความเสี่ยงประกอบด้วย

- การวิเคราะห์และการประเมินกิจกรรมการทำงาน
- การใช้ลำดับชั้นของการควบคุมและกำหนดแผนปฏิบัติการเพื่อจัดอันตรายและลดความเสี่ยง
- การดำเนินการและประเมินความคืบหน้า เพื่อป้องกันความเสี่ยงต่อสุขภาพ
- การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ พนักงานสามารถรายงานเหตุการณ์และสถานการณ์อันตรายจากการทำงานได้ระหว่างการประชุมด้านความปลอดภัยประจำเดือน หรือสามารถจัดทำรายงานอุบัติการณ์เพื่อดำเนินการสืบสวนสอบสวนดังขั้นตอนที่กำหนดไว้ในระเบียบปฏิบัติงาน บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้พนักงานรายงานข้อกังวลที่เกี่ยวข้องกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยผ่านช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียนตามที่บริษัทฯ ได้กำหนดตามคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ โดยผู้รายงานจะได้รับการคุ้มครองจากการตอบโต้ อีกทั้งในสถานการณ์ที่เชื่อว่าจะก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือเจ็บป่วย พนักงานมีสิทธิหยุดงานและแจ้งให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไปได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กร เพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินด้านสุขภาพ เช่น วิกฤตโรคระบาด ที่อาจทำให้ธุรกิจหยุดชะงักได้

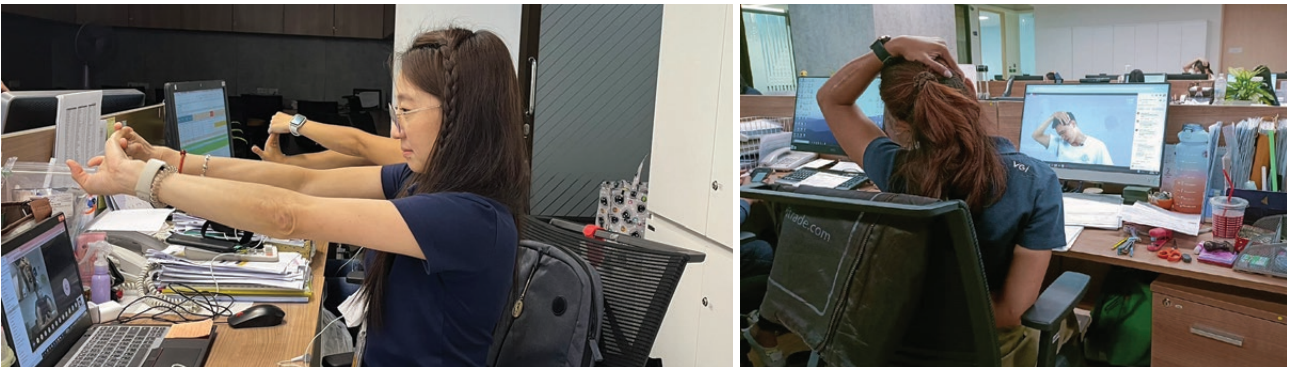
นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ยังคาดหวังให้คู่ค้ารักษามาตรฐานการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยตามที่ประกาศผ่านจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง โดยความปลอดภัยและอาชีวอนามัยนั้นเป็นหนึ่งในเกณฑ์ที่บริษัทฯ ใช้ในการประเมินคู่ค้าในกระบวนการจัดซื้อและเป็นส่วนหนึ่งของข้อกำหนดในสัญญาการจัดซื้อจัดจ้าง



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

วัฒนธรรมองค์กรด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

VGI ดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพต่าง ๆ ให้แก่พนักงาน เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ โดยโครงการดังกล่าว ได้แก่ การตรวจสุขภาพประจำปี ฟิตเนส และคลาสออกกำลังกายต่าง ๆ เช่น ชมรมวิ่ง โยคะ และการเต้นแอโรบิก



นอกจากนี้ VGI ยังจัดให้มีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เพื่อปลูกฝังความตระหนักรู้และลดเหตุการณ์อันไม่พึงประสงค์ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการปฏิบัติงานที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานและผู้เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยหลักสูตรฝึกอบรมนี้จัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปีสำหรับพนักงานทุกคน ซึ่งมากกว่าความถี่ 2 ปี อันเป็นข้อกำหนดตามกฎหมาย ในปี 2565/66 การจัดอบรมดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 378 คน ประกอบด้วยพนักงาน 151 คน และผู้รับเหมา 227 คน รวมไปถึง VGI ยังจัดให้มีการฝึกอบรมพหุวิธีไฟให้แก่พนักงานทุกคนเป็นประจำทุกปีร่วมกับเจ้าของอาคารอีกด้วย





ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา

(GRI 3-3)



ในฐานะผู้นำการตลาด Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชันส์ VGI ตระหนักดีว่าสื่อโฆษณาและการตลาดนั้นจะเข้าถึงผู้คนและชุมชนในวงกว้าง ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการกำกับดูแลเนื้อหาที่ใช้โฆษณาเพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาดังกล่าวมีความถูกต้องเป็นความจริง และสอดคล้องตามข้อกำหนดกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดี เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการร้องเรียน การเรียกคืน และค่าปรับต่าง ๆ

ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณาและการโฆษณา

VGI ได้กำหนดมาตรการและแนวทางการปฏิบัติด้านสื่อโฆษณาที่เหมาะสม ผ่านนโยบายด้านความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา ซึ่งครอบคลุมจรรยาบรรณแห่งการโฆษณา และการนำเสนอสื่อต่าง ๆ โดยบริษัทฯ จะตรวจสอบให้มั่นใจว่าเนื้อหาที่ใช้โฆษณาบนสื่ออื่น มีความถูกต้อง เหมาะสม เป็นความจริง และไม่ขัดต่อข้อกำหนด กฎหมาย และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะไม่นำเสนอเนื้อหาสื่อโฆษณาที่อาจเปรียบหรือก่อให้เกิดความวุ่นวายต่อกลุ่มเปราะบางอย่างกลุ่มเยาวชน เนื้อหาที่จะช่วยทำให้เกิดความขัดแย้งทางศาสนาและเชื้อชาติ และสื่อที่แสดงถึงความรุนแรงและภาพลามกอนาจาร นอกจากนี้ บริษัทฯ จะไม่แสดงเนื้อหาที่เบี่ยงเบนหรือเกินความจริงในลักษณะที่เป็นเท็จที่มีวัตถุประสงค์เพื่อหลอกลวงสังคม ทั้งนี้ ข้อความคำเตือนจะถูกนำเสนอสำหรับเนื้อหาสื่อโฆษณาที่อาจก่อให้เกิดความขัดเคืองหรือมีความรุนแรง เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลือกดูได้ตามความเหมาะสม และเพื่อให้สอดคล้องตามแนวทางการโฆษณานั้น บริษัทฯ จะตกลงตามข้อกำหนดและเงื่อนไขกับลูกค้าและแบรนด์ต่าง ๆ ในทุกการทำธุรกิจร่วมกัน และได้กำหนดให้มีขั้นตอนในการตรวจสอบเนื้อหาของสื่อโฆษณาโดยฝ่ายกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหานั้นสอดคล้องตามกฎหมาย แนวปฏิบัติ และข้อกำหนดของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในกรณีที่พบว่าเนื้อหาไม่เป็นไปตามแนวปฏิบัติของบริษัทฯ VGI ขอสงวนสิทธิ์ทั้งหมดเพื่อปฏิเสธที่จะเผยแพร่เนื้อหาสื่อโฆษณาดังกล่าวดังกล่าวข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ได้ตกลง



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณาและการโฆษณา



ด้านสิ่งแวดล้อม

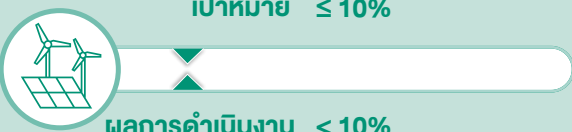
- กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน
- การจัดการของเสีย



กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน

(GRI 3-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-3, 305-5)



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2565/66	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืนปี 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย: รักษาระดับการใช้ไฟฟ้าไม่ให้สูงขึ้นเกิน 10% เมื่อเทียบกับปี 2562</p> <p>เป้าหมาย ≤ 10%</p>  <p>ผลการดำเนินงาน < 10%</p>	<ul style="list-style-type: none"> รักษาระดับการใช้พลังงานไฟฟ้าไม่ให้เพิ่มขึ้นเกิน 10% เมื่อเทียบกับปีฐานปี 2562 ใช้แพลตฟอร์มโฆษณาขององค์กรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายในการสร้างความตระหนักรู้แก่ประชาชนไม่น้อยกว่า 1 ล้านคนต่อปี

ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นปัญหาสำคัญระดับโลกอย่างปฏิเสธไม่ได้ VGI จึงมุ่งมั่นที่จะรับมือกับทั้งความท้าทายและโอกาสอันมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการอนุรักษ์พลังงาน โดยในฐานะผู้ให้บริการ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชันส์ VGI ไม่เพียงตั้งใจที่จะจัดการกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอันมาจากกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทฯ เท่านั้น แต่ยังมีมุ่งมั่นสร้างพันธมิตรในสังคมเกี่ยวกับความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านแพลตฟอร์มสื่อโฆษณาของบริษัทฯ อีกด้วย โดย VGI ยึดถือการปฏิบัติตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในการดำเนินงาน ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงการอนุรักษ์พลังงาน พิจารณาการนำพลังงานสะอาดมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านการเผยแพร่บริการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสู่สาธารณะในช่องทางสื่อต่าง ๆ ของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ VGI ยังให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศนั้น อาทิ การเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนของสภาพอากาศที่รุนแรงและภัยธรรมชาติ ที่อาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางธุรกิจของ VGI ได้ ดังนั้น เพื่อจัดการกับความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเหล่านี้ VGI จึงดำเนินกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร เพื่อทบทวนปัจจัยเสี่ยงที่มีอยู่และที่เกิเกิดขึ้นใหม่อันเกี่ยวข้องกับผลกระทบของสภาพอากาศที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งบริษัทฯ ได้กำหนดแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กร รวมไปถึงแผนฟื้นฟูจากภัยพิบัติเพื่อจัดการกับเหตุการณ์สภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย

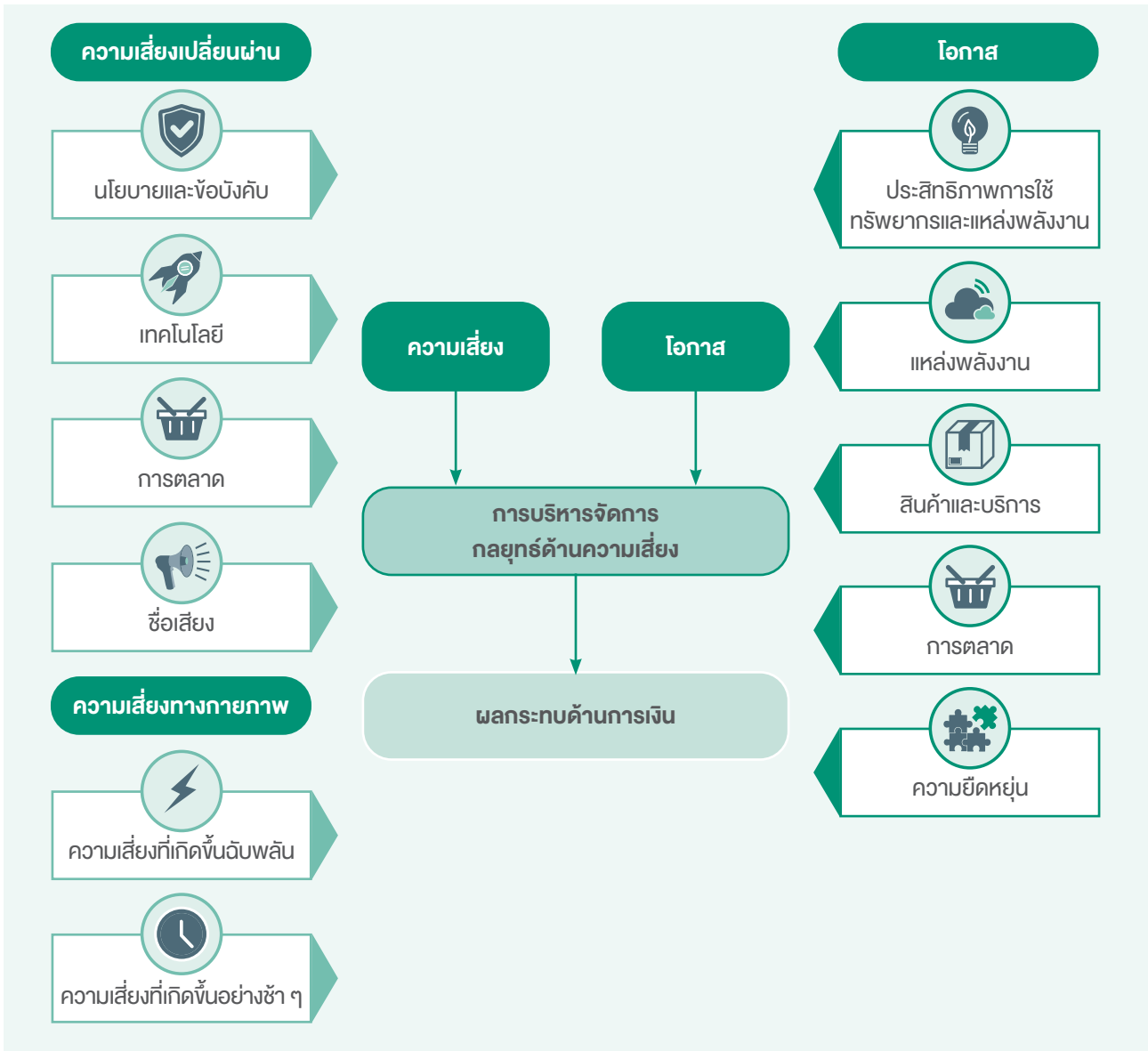


สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

การประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

VGI ตระหนักดีถึงความจำเป็นในการยกระดับความสำคัญและความโปร่งใสของความเสี่ยงทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ดังนั้นจึงจัดทำ การประเมินความเสี่ยงและโอกาสของธุรกิจอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือ Climate Risk Assessment รวมถึงการจัดทำรายงาน TCFD ตามคำแนะนำของคณะทำงานด้านการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) เพื่อเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ และนำไปใช้ในการบริหารจัดการความเสี่ยงภายในบริษัทฯ และเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้ลงทุนต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่ออนุรักษ์พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรมาอย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงและโอกาสของบริษัทฯ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



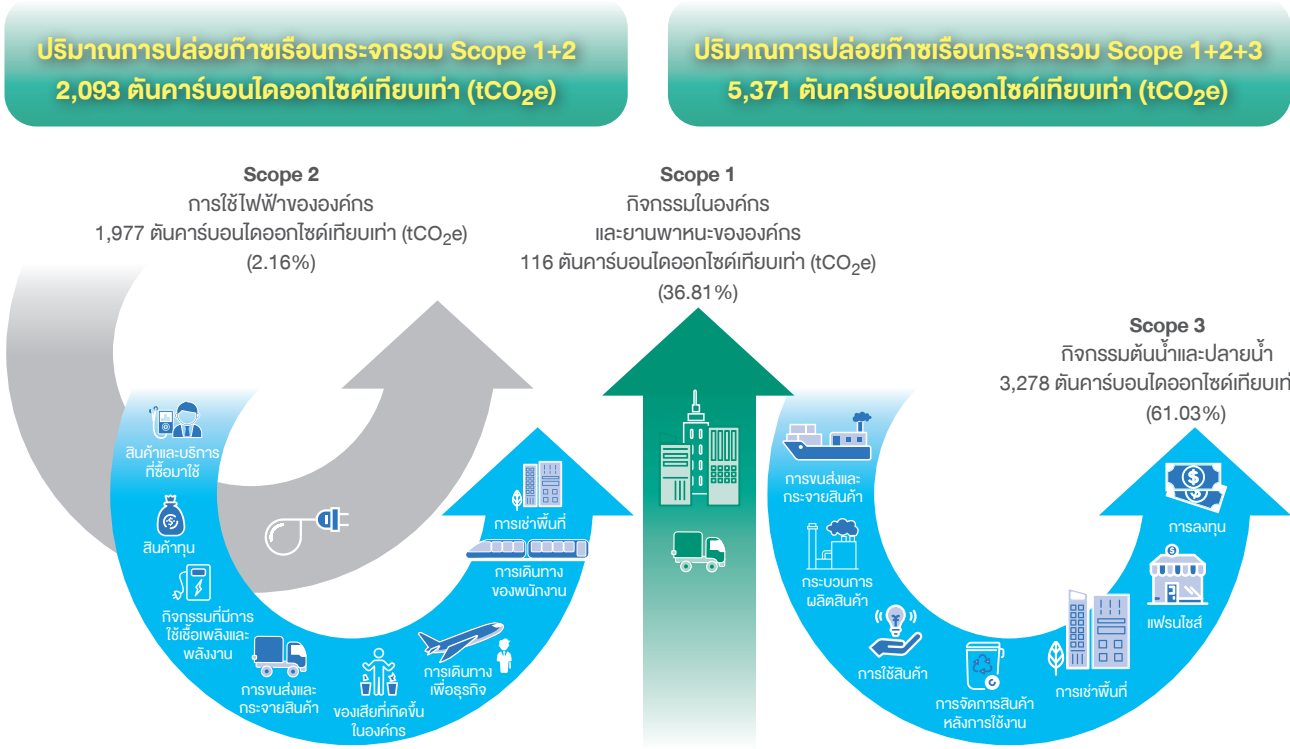
สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับรายงาน TCFD



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับรายงาน Climate Risk Assessment



ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรในปี 2565/66



โครงการอนุรักษ์พลังงานและส่งเสริมการลดก๊าซเรือนกระจก

VGI ร่วมใจปลูกป่าชายเลน

ในปี 2565/66 คณะตัวแทนผู้บริหารและพนักงาน VGI ได้ร่วมกันปลูกต้นไม้ทางเป็นจำนวน 250 ต้นตลอดแนวชายฝั่งทะเลในพื้นที่อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง เพื่อเป็นแนวป้องกันคลื่นทะเลกัดเซาะชายฝั่ง และเพื่อช่วยรักษาระบบนิเวศและแหล่งทรัพยากรธรรมชาติตามแนวชายฝั่ง อีกทั้งยังสามารถสร้างแหล่งอาหารให้แก่สัตว์น้ำและชุมชนบริเวณใกล้เคียง ซึ่งรวมเป็นพื้นที่สีเขียวทั้งหมดกว่า 1,600 ตารางเมตร





Carbon Neutral

VGI มุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอย่างจริงจัง โดยในปี VGI ได้ทำการคำนวณ ทวนสอบ และขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร พร้อมทั้งได้รับการรับรองฉลาก Carbon Neutral จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. โดย VGI ได้ชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรผ่านการเข้าร่วมโครงการสนับสนุนคาร์บอนเครดิตที่ผ่านการรับรองจาก อบก. นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดหาพลังงานสะอาดจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน 10% ของการดำเนินธุรกิจ โดยการใช้ใบรับรองเครดิตการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificate, REC)



แพลตฟอร์มสื่ออันเป็นแรงบันดาลใจ

ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจสื่อโฆษณา VGI ยังคงใช้เครือข่ายสื่อโฆษณาของบริษัทฯ เผยแพร่ข้อมูลเพื่อสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ชมทั่วประเทศเกี่ยวกับผลสืบเนื่องของอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อไป โดยบริษัทฯ ตระหนักดีว่าการแก้ไขปัญหามลพิษและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด



โครงการ 1 วัน 1000 รอยยิ้ม ครั้งที่ 13 ร่วมใจปลูกป่าที่บ้านนาจาน จังหวัดยโสธร

คณะตัวแทนผู้บริหารและพนักงานได้มอบทุนการศึกษาและอุปกรณ์การเรียนให้แก่โรงเรียนบ้านนาจาน อำเภอเลิงนกทา จังหวัดยโสธร ในกิจกรรมครั้งนี้ยังได้ร่วมกับคณะครูและนักเรียนทำการปลูกป่าบริเวณโดยรอบโรงเรียนและพื้นที่สาธารณะบริเวณใกล้เคียงของโรงเรียนเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว รวมทั้งเป็นแหล่งศึกษาและแหล่งอาหารของนักเรียนและชุมชนโดยรอบโรงเรียน รวมจำนวนต้นไม้ทั้งหมด 100 ต้น

ขอเชิญชวนพวกเราชาววีจีไอ

มีส่วนร่วมในโครงการ ดังนี้

- 1** **SAME WAY SAVE WORLD (Carpool)**
ทางเดียวกัน ไปด้วยกัน
- 2** **ตัวไป... ไฟดับ**
ปิดอุปกรณ์ไม่จำเป็น ปิดเมื่อไม่ใช้งาน

เมื่อลดการใช้หรือการประหยัดพลังงาน และการแก้ไขปัญหามลภาวะ-โลกร้อนด้วยการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ข้อมูลอ้างอิง : ประกาศที่ 13/2565 และ ประกาศที่ 14/2565

สำนักงานอนุรักษ์พลังงาน

VGI ได้เริ่มรณรงค์การลดการใช้พลังงานภายในพื้นที่สำนักงาน โดยไฟฟ้าและเครื่องปรับอากาศที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ตั้งแต่ปี 2564 จะถูกปิดเป็นเวลาหนึ่งชั่วโมงในช่วงเที่ยงของทุกวันทำการ ทำให้สามารถประหยัดพลังงานไฟฟ้าไปได้ทั้งหมด 44,700 kWh หรือเทียบเท่ากับปริมาณ 23 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e) ที่ลดลง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ประกาศการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกของพนักงานและสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการลดผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยการปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อไม่ได้ใช้งาน

SAME WAY SAVE WORLD

VGI ตระหนักถึงปัญหาการปล่อยคาร์บอนที่เกิดจากการเดินทางของพนักงานมายังที่ทำงาน บริษัทฯ จึงได้จัดทำแคมเปญ “SAME WAY SAVE WORLD” เพื่อสนับสนุนให้พนักงานติดรถกันไปทำงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนที่ไม่จำเป็นจากการเดินทางโดยรถยนต์ โดยตั้งแต่เริ่มโครงการในปี 2564 สามารถช่วยหลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเดินทางของพนักงาน ได้ทั้งหมด 27 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e)



การลดการใช้ไฟฟ้าบนสถานีรถไฟฟ้า

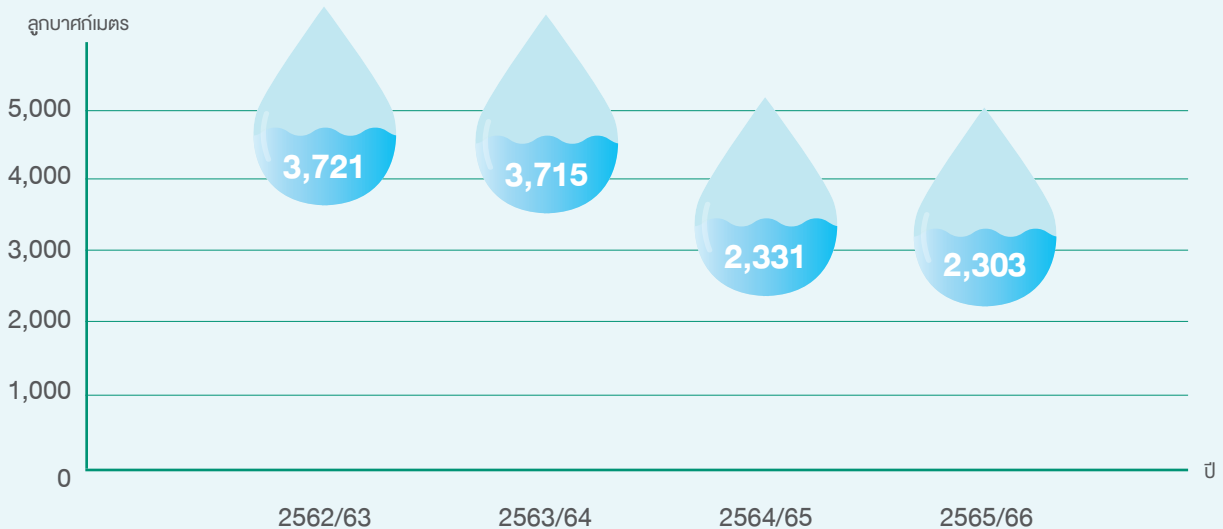
VGI ประหยัดการใช้ไฟฟ้าจากสื่อโฆษณาของบริษัทฯ บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยการเปลี่ยนหลอดไฟฟลูออเรสเซนต์เป็น หลอดไฟ LED มาตั้งแต่ปี 2556 และดำเนินการปิดไฟหลังเวลาทำการ ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ถึง 7.70 ล้านบาท

การบริหารจัดการน้ำ

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจหลักของ VGI เป็นการให้บริการการตลาดแบบ Offline-to-Online โซลูชันส์ จึงมีเพียงการใช้น้ำจาก อาคารสำนักงานที่บริษัทฯ ตั้งอยู่เท่านั้น โดย VGI มีการสื่อสารแก่พนักงานเรื่องการประหยัดน้ำและใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ปริมาณการใช้น้ำของ VGI มาจากการใช้น้ำประปาทั้งหมด โดยในปี 2565/66 มีการใช้น้ำ 2,303 ลูกบาศก์เมตร

การใช้น้ำขององค์กรในปี 2565/66

ปริมาณการใช้น้ำประปาปี 2562/63 - 2565/66 (ลูกบาศก์เมตร)






การจัดการของเสีย

(GRI 3-3, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5)



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2565/66	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืนปี 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย: เปลี่ยนการนำขยะที่จะถูกฝังกลบหรือเผาทำลาย ด้วยการนำกลับมาใช้ประโยชน์ 30% ของปริมาณขยะทั้งหมด</p> <p>เป้าหมาย 30%</p>  <p>ผลการดำเนินงาน 54%</p>	<ul style="list-style-type: none"> เปลี่ยนการนำขยะที่จะถูกฝังกลบหรือเผาทำลาย ด้วยการนำกลับมาใช้ประโยชน์ 30% ของปริมาณขยะทั้งหมด สร้างคุณค่าให้ขยะโดยการเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีเป้าหมายในการลดปริมาณการสร้างขยะอย่างน้อย 10%

VGI ให้ความสำคัญในการลดของเสีย การปฏิบัติด้านการจัดการของเสียที่สอดคล้องตามกฎระเบียบ และการนำเศษซากกิจกรรมเวียนมาใช้ในกิจกรรมทางธุรกิจ โดยตระหนักว่าการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพเป็นวาระสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง ทั้งนี้ VGI มีความมุ่งมั่นในการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพและประยุกต์ใช้แผนเศรษฐกิจหมุนเวียนของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยของเสียที่เกิดจากการดำเนินงานของ VGI เองโดยทั่วไปแล้วจะเกิดจากกิจกรรมในสำนักงานที่ถูกกำจัดโดยฝ่ายบริหารอาคารตามข้อผูกพันในสัญญา และป้ายไว้นิลที่ใช้แล้วซึ่งเกิดจากธุรกิจสื่อโฆษณาของบริษัทฯ โดยจะถูกจัดเก็บไว้ในพื้นที่ หรือนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีระบบการกำกับและติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับของเสียโดยทั่วไป นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ยังปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการลดขยะตามหลักการ 3R คือ ลดของเสียให้น้อยที่สุด (Reduce) นำของเสียกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และนำไปผ่านกระบวนการหรือแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

หลักการลดของเสีย 3R ของ VGI



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม



ข้อมูลการจัดการของเสียขององค์กรในปี 2565/66



โครงการการลดของเสีย

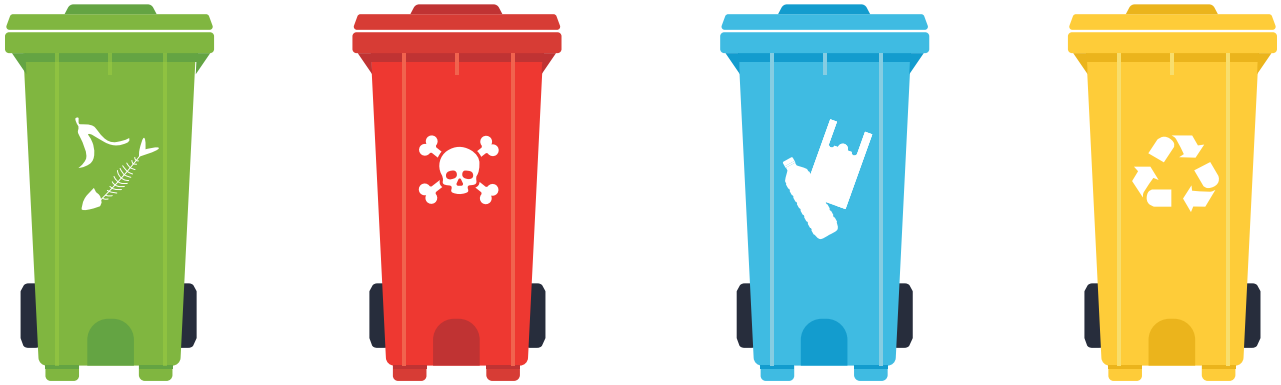
กิจกรรมเก็บขยะริมหาด โครงการ VGI Protect the Ocean : Clean Up the Beach

ในปี 2565/66 VGI ได้นำคณะตัวแทนผู้บริหารและพนักงานเก็บขยะตลอดแนวชายฝั่งทะเลบริเวณหาดแสงจันทร์ในพื้นที่อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง เพื่อลดขยะจากบนฝั่งไหลลงสู่ท้องทะเล และป้องกันอันตรายที่อาจเกิดต่อสัตว์น้ำและระบบนิเวศใต้ท้องทะเลเป็นระยะทาง 300 เมตร รวมเก็บขยะได้ทั้งสิ้น 25 กิโลกรัม แบ่งเป็นขยะทั่วไป 60% กล่องโฟมใส่อาหาร 15% ขวดพลาสติก 18% ขวดแก้ว 3% ขวดพลาสติก 4%



การคัดแยกประเภทขยะ:

VGI ทำการคัดแยกประเภทของขยะที่เกิดจากกิจกรรมภายในสำนักงานก่อนที่จะส่งกำจัดโดยฝ่ายบริหารอาคาร บริษัทฯ ได้จัดให้มีถังขยะเฉพาะสำหรับขยะประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ขยะทั่วไป เศษอาหาร ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย ซึ่งบริษัทฯ สนับสนุนการคัดแยกขยะเพื่อสร้างความตระหนักของพนักงานเกี่ยวกับความสำคัญของบทบาทและความร่วมมือในการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ



โครงการอพไซเคิลไว้นิลจากป้ายโฆษณาที่ใช้แล้ว

VGI ยังคงอพไซเคิลไว้นิลที่ใช้แล้วจากป้ายโฆษณา ตามความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการลดขยะ-โดยการประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยในปี 2565/66 ขยะไว้นิลจำนวน 16 ตันของ VGI ได้ถูกเปลี่ยนจากการถูกกำจัดไปเป็นการอพไซเคิลเพื่อผลิตเป็นกระเป๋าดูหนัง รวมถึงแจกให้แก่โรงเรียนในโครงการจิตอาสาต่าง ๆ ของ VGI



โครงการ VGI รัชนี้ำ รัชนีโลก

VGI ได้จัดให้มีเครื่องกรองน้ำเพื่อให้พนักงานได้ดื่มน้ำที่สะอาด พร้อมทั้งได้แจกขวดน้ำเพื่อลดการซื้อน้ำบรรจุขวดพลาสติกของพนักงาน ซึ่งจะช่วยเป็นส่วนหนึ่งในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอีกด้วย ที่ผ่านมามีภาวะที่เกิดจากขวดพลาสติกประมาณ 40% ต่อปี โดยหลังจากดำเนินโครงการ VGI รัชนี้ำ รัชนีโลก จะสามารถลดขยะประเภทขวดพลาสติกในองค์กรลงไปได้ประมาณ 35% แต่จะยังคงเหลือขยะขวดพลาสติกจากบุคคลภายนอกที่เข้ามาติดต่อกันในบริษัทฯ อยู่ที่ 5%

โครงการ รัชนี้ำ รัชนีโลก

สนับสนุนให้พนักงานประหยัดน้ำ และลดการใช้ขวดน้ำพลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง
โดยร่วมกับ Coway แจกขวดน้ำให้แก่พนักงานทุกคน
ตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม 2565

โครงการ รัชนี้ำ รัชนีโลก



SUSTAINABILITY REPORT 2022/23

VGI Public Company Limited



NO. 1 OF THE TOP 1% AND AN “INDUSTRY MOVER” UNDER MEDIA, MOVIES & ENTERTAINMENT SECTOR IN THE WORLD

We are delighted to have been included in the S&P Global Sustainability Yearbook 2023 for the second consecutive year. We are notably the first and only company in Thailand to be selected as a member in this category, who have been ranked world’s number 1 for the first time and named among the top 1% of companies in the Media, Movies & Entertainment sector and also named an “Industry Mover”.



Most Innovative (O2O) Marketing Campaigns & Solutions Award under the Technology Category for the first year from the Global Economics Awards 2022 organised by the Global Economics



The Most Innovative O2O Solutions for Advertising, Payment and Distribution Platforms for the 3rd consecutive year by International Finance



ASEAN Asset Class PLCs as part of ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) 2021 for the first year awarded by ASEAN Capital Markets Forum



Thailand’s Top Corporate Brands Award under Media Category for the 6th year awarded by the Faculty of Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University and in collaboration with the Stock Exchange of Thailand (“SET”)



Most Creative Media Award for Whoscall: The Safety Stations Campaign from Adman Awards & Symposium 2022 hosted by the Advertising Association of Thailand



Best Investor Relations Award for the 2nd year and Outstanding Investor Relations Award for the 4th consecutive years from SET Awards 2022 by SET and Money & Banking Magazine



Included in the short list of Best in Communications Sector for the first year of IR Magazine Awards South East Asia 2022 for the first time by IR Magazine



Included into MSCI Small Cap Indices for the 3rd consecutive year by the Morgan Stanley Capital International (MSCI) Index



Included into SET100 Index during a period of January 2023 to June 2023



Included in the Thailand Sustainability Investment (THSI) List of SET for the 2nd time consecutive year in 2022, underscoring the Company’s commitment to sustainable business practices and responsibility towards all stakeholders



Model Sustainability Organisation in the Thai Capital Market for Supporting the Disabled Award 2022 for the first time awarded by the Securities and Exchange Commission (SEC)



Received an “Excellent” Corporate Governance scoring for the 7th consecutive year in 2022 by the Thai Institute of Directors (IOD)

Contents

01



About This Report	79
Message from the Chairman	81
Ambition and Strategy	82
VGI Ecosystem and Value Chain	83
VGI Business Value Chain	86

02



SUSTAINABILITY DEVELOPMENT AT VGI	
Materiality Assessment	88
Stakeholder Engagement	92
Sustainable Development Policy and Goals	96
Sustainability Awards and Achievements in 2022/23	98

03



GOVERNANCE AND ECONOMIC DIMENSION

Corporate Governance and Business Conduct	100
Risk and Crisis Management	108
Supply Chain Management	112
Innovation	117
Information Technology Security and Personal Data Privacy	120

04



SOCIAL DIMENSION

Customer Relationship Management	124
Human Resources Development and Well-being	126
Human Rights	131
Social and Community Development	133
Occupational Health and Safety	138
Responsibility Towards Advertising and Media Content	140

05



ENVIRONMENTAL DIMENSION

Climate and Energy Strategy	142
Waste Management	147

06



SUSTAINABILITY PERFORMANCE SUMMARY

Sustainability Performance Result	152
GRI Content Index	174
Independent Assurance Statement	178
Survey of Reader's Opinions	180

About This Report

(GRI 2-1, 2-3, 2-5, 2-6, 3-1, 3-2)

VGI Public Company Limited (“VGI” or “the Company”) has been preparing an annual sustainability report since 2014 to communicate its vision, strategy, management, operation process, and the Company’s sustainability performance based on essential sustainability to all stakeholders and businesses, covering the Company’s operations and the performance progress in various dimensions. The Sustainability Report of 2022/23 includes the Company’s economic, social, and environmental performance between 1 April 2022 to 31 March 2023.

The report has been prepared in accordance with the GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards), which covers the evaluation of 13 material sustainability issues. VGI’s performance evaluation includes the Company’s business conduct in Thailand and other subsidiaries where VGI holds more than 50% of shares and controls its operations. The social and environmental performance indicators disclosed in this Sustainability Report are thoroughly verified by Lloyd’s Register Quality Assurance (LRQA) independent auditors to assure comprehensive data collection, accuracy, completeness, and reliability. The data verified in 2022/23 include: GRI 3, GRI 302-1, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5, GRI 403-9, and GRI 405-2.

In this regard, more details about the business nature, management structure, corporate governance, risk management, internal control, internal audit, and overall performance of VGI can be found at <https://investor.vgi.co.th/th/document/annual-reports>

For more information, please contact:

Company Secretary Office
VGI Public Company Limited

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

☎ +66 (0) 2273 8884

✉ Email: vgisustainability@vgi.co.th



Message from the Chairman

(GRI 2-22)

Dear Shareholders and Stakeholders,

VGI runs its business with the vision of becoming the Pioneering Solution for Tomorrow. Our primary focus is to ensure an impactful integration of the VGI ecosystem that remains resilient and customer oriented. Our priority is to revolutionise consumer experiences by leveraging our innovative services, all-encompassing ecosystem, and advanced digital technology. And in the pursuit of sustainable growth, VGI places great emphasis on leveraging multiple platforms and building strong partnerships. We remain dedicated to implementing our business strategies in accordance with the Sustainable Development Goals (SDGs), reflecting our unwavering dedication to responsible and impactful operations.

At VGI, significant importance is placed on sustainability and seamlessly integrating it throughout our entire value chain, which includes the ongoing relationship management with stakeholders. VGI's mission work to promote corporate sustainability and responsible business conduct for the betterment of society, communities, and the environment. Accordingly, the Company adheres to business practices under good corporate governance and business ethics principles to ensure fairness and confidence for all stakeholders. We deeply value our employees as our most valuable asset. To honour this, we continuously work to champion diversity, equality, and non-discrimination across the organisation. Since 2021, VGI has conducted comprehensive human rights audits, including human rights risk assessments related to business operations. Through our advertising media platform, we continue to promote content that benefits society and the nation which aims to raise awareness about sustainability and drive positive societal change.

VGI's environmental performance is focused on the continual improvement of energy efficiency and the reduction of greenhouse gas emissions throughout our business. We are incredibly proud to be **the world's first and only media and publishing company to be Carbon Neutral**. This year, VGI increased its use of clean energy from renewable sources by 10% of business operations through the procurement of Renewable Energy Certificates (RECs). This demonstrated our contribution to Thailand's commitment to achieving carbon neutrality by 2050 and net zero greenhouse gas emissions by 2065 under the Paris Agreement.

VGI's unwavering commitment to sustainable development has earned us recognition and certification from agencies both in domestic and international level. This year, we are proud to be selected as a member of the Sustainability Index published in the 2023 Sustainability Yearbook organised by S&P Global for the second consecutive year. In addition to our inclusion, **we were ranked number one globally for the first time in the media, film, and entertainment industry category**. VGI has also been rated "Industry Mover" as the organisation with the highest development in sustainability within the media, film, and entertainment industry. Moreover, this year marks our 2th consecutive year as a listed member within the Thailand Sustainability Investment (THSI) by the Stock Exchange of Thailand (SET) and awarded with an "excellent" or **5-stars rating on corporate governance from the Thai Institute of Directors Association (IOD)**. This achievement is a testament to our commitment to sustainable development and responsible practices.

As we reflect on our achievements, I would like to extend our heartfelt gratitude to all executives and employees for their awareness and dedication to driving the organisation towards sustainable development. I also want to express our sincerest appreciation to all stakeholders, customers, shareholders, and communities for their trust, belief, and continuous support for VGI. With your invaluable cooperation, I have complete faith that VGI will undoubtedly continue to thrive and champion our sustainable business in years to come.



Keeree Kanjanapas

Chairman

Ambition and Strategy

(GRI 2-23)

Vision

- Pioneering Solutions for Tomorrow

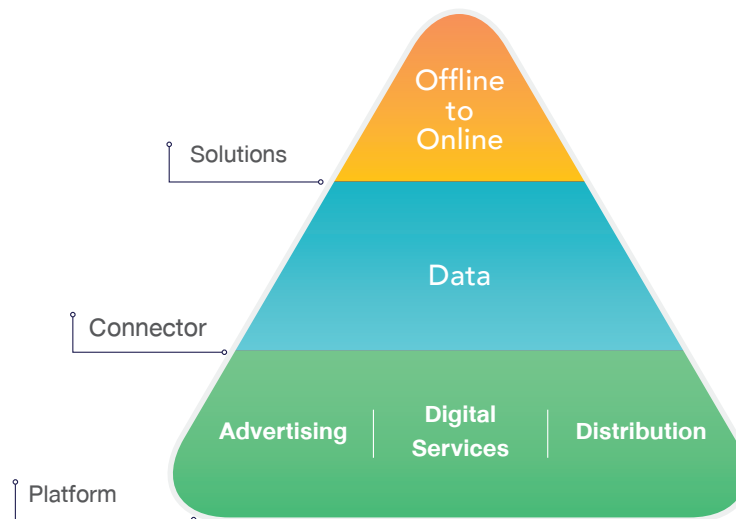
Mission

- Design pioneering experience for consumers
- Create pioneering platform for brands
- Build pioneering and sustainable business for stakeholders, social, and environment

Strategy

VGI aims to be the marking leader in providing Offline-to-Online (“O2O”) Marketing Solutions. The Company continued to build on the foundations of its business model established by acquisitions and partnerships. Its strategy is clear, strengthening the integration of its offline to online platform, spanned by the continual enrichment of VGI’s data sources, to provide optimal O2O Solutions for its clients.

Core Value



Values

We believe in long-term value creation. Creating sustainable value for our shareholders, partners, and society is our fundamental principle. Unmarked set by hunsa.



Growth

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



Innovation

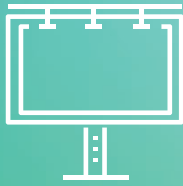
We commit to digital, technologies, and R&D excellence to develop and launch new generation products and solutions that meet ever-changing consumer demands.

VGI Ecosystem and Value Chain

(GRI 2-6)



VGI is an Offline-to-Online (“O2O”) Marketing Solutions provider, encompassing Advertising, Digital Services and Distribution businesses. The Company aims to be a leader in creating new experiences for consumers, meeting the needs of advertisers and brands with unique solutions through the Company’s ecosystem. Moreover, the Company is committed to growing the business and creating sustainability for all groups of stakeholders.



Media Business



Mass Transit Media

High potential to reach and communicate with millions of media audiences using urban public transport.

Outdoor Media

Covering areas across the country, reaching a large audience of advertising media, which helps create awareness and brand recognition effectively through Master Ad Public Company Limited and PlanB Media Public Company Limited.

Office Buildings Media

Advertisement distribution that reaches office workers groups, with the largest office building network of over 196 office buildings in Bangkok and over 1,563 elevator monitors.



Digital Services



Rabbit Care

Thailand's leading's online insurance (InsurTech) and financial products (FinTech) comparison platform.

Rabbit Cash

A digital lending provider, creating easy solutions for consumers to access funding through online platform.

Payment

Offline and online payment on the mass transit system and retail stores comprises of 1) Rabbit Card and 2) Rabbit LINE Pay ("RLP"). Currently, Rabbit Card reached 15.0 mn cards and RLP served more than 10.4 mn users.



Distribution



Kerry Express (Thailand) Public Company Limited (“KEX”)

Thailand’s number 1 express delivery services and is a member of Kerry Logistics Network Limited’s global network in which S.F. Holding Company Limited is a major shareholder.

Fanslink Communication Company Limited

Thailand’s leading company in brand management and multi-platform commerce by providing end-to-end commercial services and go-to-market strategy for brands.

Jaymart Group Public Company Limited

A holding company in mobile retail and wholesale distributor, debt collection and management, property development, personal loan business and potential new business, which supplement distribution business in both offline and online.

Super Turtle Public Company Limited “TURTLE”*

This fast-growing company focuses on providing convenience and value to Thai customers, conducting 3 types of businesses; retail, commercial space rental, and publishing / book business.

Remark:

*Nation International Edutainment Public Company Limited changed its name to TURTLE on 27 April 2023.

VGI Business Value Chain

(GRI 2-6)

VGI continually pursues business opportunities through strategic alliances and ecosystem integration in advertising media platforms, digital services, and distribution businesses. Under VGI’s main advertising media business, the Company continues to develop advertising media channels to meet the needs of advertisers and brands. In addition, the spending data analysis from VGI’s digital services can also enhance advertising media service by reaching target customers and encouraging more customers’ engagement with the brand. Moreover, this ecosystem also paves access to consumers’ behaviours and interests through their various offline and online transaction in digital services business, which will help develop and strengthen the Company’s database in more depth. This creates a deeper awareness of the product by building a stronger relationship between the development and the consumer, encouraging more purchases or service appliances. As for the distribution business, the Company has developed various products and services to meet the needs of consumers, providing advertising services on parcel delivery vehicles and sample delivery services to consumers. In addition, VGI’s digital services business also complements and boosts its distribution business by offering cashless payment services to consumers.





Sustainability Development at VGI

- Materiality Assessment
- Stakeholder Engagement
- Sustainable Development Policy and Goals
- Sustainability Awards and Achievements
in 2022/23

Materiality Assessment

(GRI 3-1)

Enterprise materiality assessment is conducted on an annual basis, taking into consideration both internal and external factors that cover Company's risk and impact issue and stakeholders' expectation. Internal factors include impacts of economic, social, and environmental risks and opportunities that may arise across VGI's operations and value chain. External factors in identifying material issues consist of global trends, external stakeholder opinions, and sustainability issues of concern in the same industry. The assessment is conducted based on the principle of double materiality which is the concept where the Company assesses ESG impact on the Company (internal) and the Company's ESG impact from activities throughout the value chain towards stakeholder groups. The criteria on assessing the impacts are based from the Company's Enterprise Risk Management criteria, therefore issues can later be integrated when assessing the Company's risk factors. In addition, it is verified by a third-party assurance provider, and integrated in the Company's Enterprise Risk Management process. Material issues are prioritised and ranked based on their overall impact and the results are signed off by the Board of Directors. The Company has implemented the principles of GRI Standards 2021 on sustainability disclosure (GRI 3: Material Topics 2021). The content selection and materiality assessment process can be summarised as follows:



Understand the Organisation's Context

VGI reviewed the organisation's business activities, sustainability context, and the relationship they have with stakeholders throughout the value chain. Moreover, the Company analysed global sustainability trend and international standards across the industry to compile sustainability issues that are relevant to the Company's business and stakeholders throughout the value chain. The following factors were taken into consideration for identifying sustainability issues:

- Global Reporting Initiative (GRI Standards)
- S&P Global ESG Indices
- MSCI Index
- Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
- SET THSI Index
- Global trends for media, movies, and entertainment industry



Identify Actual and Potential Impacts

The Company discussed with internal departments and external stakeholders to identify actual and potential impacts of material issues on the Company, stakeholders, economy, environment, and human rights, covering both positive and negative impacts.



Assess the Significance of the Impacts

VGI conducted an assessment to evaluate the significance of its identified impacts which determined by the scale of impact, scope of impact, likelihood of impact, and irremediable nature of impact. In addition, the Company conducted an expert testing by integrating data from the expert interview.














Prioritise the Most Significant Impacts for Reporting

VGI then prioritised the sustainability material issues by considering 2 criteria: (1) significance to stakeholders, and (2) significance of impact on business in economic, social, and environmental dimensions. The issues were prioritised to high, medium, and low priority. The result of sustainability material issues was presented to the Sustainability Committee, by the recommendations of the Executive Committee, to review and validate the prioritisation of the materiality assessment results and to be endorsed by the Board of Directors to ensure its consistency in the context of VGI's strategy.

Positive Significant Materiality Issue Level

Materiality Topics	Positive Impact Level
Major Positive Impact	
Corporate Governance and Business Conduct	
Responsibility of Content	
Community Development	
Health and Safety	
Human Rights	
Climate Strategy	
Moderate Positive Impact	
Customer Relationship Management	
Supply Chain Management	
Minor Positive Impact	
Risk and Crisis Management	
Waste Management	
Innovation	
Information Security and Data Privacy	

Negative Significant Materiality Issue Level

Materiality Topics	Negative Impact Level
Major Negative Impact	
Health and Safety	
Supply Chain Management	
Corporate Governance and Business Conduct	
Information Security and Data Privacy	
Moderate Negative Impact	
Human Resource and Well-being	
Climate Strategy and Energy Strategy	
Community Development	
Responsibility of Content	
Waste Management	
Minor Negative Impact	
Human Rights	
Risk and Crisis Management	

Sustainability Material Issues

Material Issues	GRI Standards 2021	Scope of Impact		Sustainability Development Goals (SDGs)
		Internal	External	
GOVERNANCE AND ECONOMIC DIMENSION				
1. Corporate Governance and Business Conduct	Management of Material Topics (GRI 3-3) Anti-corruption (GRI 205-2, GRI 205-3) Public Policy (GRI 415-1)	+/-	+/-	16, 17
2. Supply Chain Management	Management of Material Topics (GRI 3-3) Supplier Environmental Assessment (GRI 308-1) Supplier Social Assessment (GRI 414-1, GRI 414-2)	+/-	+/-	5, 8, 16
3. Risk and Crisis Management	Management of Material Topics (GRI 3-3)	+/-	+/-	8, 16
4. Innovation	Management of Material Topics (GRI 3-3) Waste (GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5)	+	+	8, 9
5. Information Security and Data Privacy	Management of Material Topics (GRI 3-3) Customer Privacy (GRI 418-1)	+/-	+/-	3, 8, 16
SOCIAL DIMENSION				
6. Customer Relationship Management	Management of Material Topics (GRI 3-3)	+	+	8, 9, 11, 17
7. Human Resource Development and Well-being	Management of Material Topics (GRI 3-3) Employment (GRI 401-1, GRI 401-2, GRI 401-3) Training and Education (GRI 404-1, GRI 404-2, GRI 404-3) Diversity and Equal Opportunity (GRI 405-1, GRI 405-2)	-		3, 4, 5, 8, 10
8. Human Rights	Management of Material Topics (GRI 3-3)	+/-	+/-	3, 5, 8, 19
9. Community Development	Management of Material Topics (GRI 3-3) Economic Performance (GRI 201-1)	+/-	+/-	3, 4, 8, 9, 13
10. Health and Safety	Management of Material Topics (GRI 3-3) Occupational Health and Safety (GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-6, GRI 403-9)	+/-	+/-	3
11. Responsibility of Content	Management of Material Topics (GRI 3-3)		+/-	12, 16
ENVIRONMENTAL DIMENSION				
12. Climate Strategy and Energy Strategy	Management of Material Topics (GRI 3-3) Energy (GRI 302-1, GRI 202-4) Emission (GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-5)	-	-	3, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 17
13. Waste Management	Management of Material Topics (GRI 3-3)	+/-	+/-	3, 6, 9, 11, 12, 13, 17

Remark:

+ refers to Positive Impact.

- refers to Negative Impact.

Stakeholder Engagement

(GRI 2-12, 2-29)

VGI believes that each group of stakeholders is of significant importance to the organisation’s sustainable development and long-term success. Therefore, the Company ensures that internal and external stakeholders are treated appropriately and equitably. In addition, a policy regarding stakeholder participation has been established as a guideline for identifying stakeholders, indicating stakeholders' material expectations, and developing stakeholder engagement, communication, and notification throughout the value chain of the business. The identification of stakeholders is based on the impact they may receive from the Company's operations and the Company's dependence on the stakeholders.



VGI has divided its stakeholders into 6 groups, both inside and outside the organisation, and has also provided communication channels and engagement methods to respond to stakeholder expectations as follows:

Shareholders / Investors	
Engagement Channels	Annual general meeting of shareholders News report via mass communication and online platforms
	Reports on the operating results on a quarterly and annual basis by disclosing the same on VGI's website and SET Various communication channels, such as website, Facebook, email, telephone
Key Stakeholder Interests	Conduct business with transparency and accountability, including having good and efficient corporate governance Consistently disclose information regarding operating results
	Operate business with growing, stable, and sustainable results Respect the rights of shareholders and treat shareholders equally
	Company management and protecting the rights of shareholders during COVID-19 pandemic crisis
Company Responses	Conducted business with transparency in accordance with relevant laws, Corporate Governance Policy and Code of Conduct Ensured standardised practices on good corporate governance and anti-corruption through group-wide employee training
	Assessed the anti-corruption risk of the Company and renew membership of the Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC)



Employees

Engagement Channels



CEO message via internal communication channels



Annual satisfaction and engagement surveys



Internal communication channels, e.g. VGI LINE Official Account and Intranet, and common areas in the office



Comment box

Key Stakeholder Interests



Treat employees equitably, respecting fundamental human rights under international standards, laws, rules, and regulations



Provide career growth



Consistently train and develop employee capabilities



Provide appropriate remuneration and welfare



Provide a hygienic working environment according to occupational health and safety guideline

Company Responses



Employee engagement survey result at 86%



Set up a Safety, Occupational Health, and Work Environment Committee to support the employees



Established a Human Rights Policy, conducted human rights due diligence process, and provided human rights training



Organised various training programmes to enhance employee capabilities



Provision of employee support programmes to foster employees' health and well-being



Customers

Engagement Channels



Annual satisfaction survey



Collecting complaints, suggestions, and comments via complaint channels



Building customer relations, e.g. organising activities to strengthen relations with customers



Providing Company's information through social networks

Key Stakeholder Interests



Present products with quality that meet customers' expectations at a fair and appropriate price



Continuously improve quality and types of products and services



Provide accurate and adequate information for customers' decision making



Protect customer personal data

Company Responses



Customer satisfaction survey result at 90%



Continuously developed products and gaining external recognition, such as being awarded the "Most Innovative O2O Marketing Solutions for Digital Services and Distribution Platforms" as the leading company with the most innovative platform



Business Partners

Engagement Channels



Selection procedure and performance assessment of business partners



Meeting with business partners

Key Stakeholder Interests



Transparent, fair, and accountable procurement



Comply with contractual agreements

Company Responses



Business partners signed acknowledgment to Supplier Code of Business Conduct, which covers operational economic, social, and environmental issues.



Business partners received safety training prior to performing work.



Government Agencies

Engagement Channels



Report performances following the frequency defined by government agencies



Communicating with government officials to create correct understanding



Continuous participation in activities, seminars, and projects from government agencies

Key Stakeholder Interests



Comply with the law, rules, and regulations



Disclose comprehensive operational information on a regular basis



Join projects or joint associations initiated by government agencies

Company Responses



Strictly complied with relevant laws and regulations



Disclosed information of operational performances following the prescribed timeframe that exceeds regulatory requirements, for transparency



Participation to ESG initiatives and projects organised and endorsed by government agencies



Communities, Society, and Environment

Engagement Channels



Communication platforms including whistleblowing channel



Organisational management that takes into account environmental protection



Organise activities with communities



Use of advertising platforms to publicise news that are useful to the public

Key Stakeholder Interests



Societal, community, and environmental development



Minimise impacts on environment due to business operation



Coexist with the community in a sustainable manner



Take part in cultivating people's moral values in conserving the environment

Company Responses



Set environmental goals which cover waste reduction, sustainable use of energy, and creating a creative platform to be a voice for the larger society



Conducted various waste management and energy reduction initiatives



Offered free-of-charge media spaces to raise awareness on environment and societal development

Scan this QR code for Stakeholder Engagement Policy.



Sustainable Development Policy and Goals

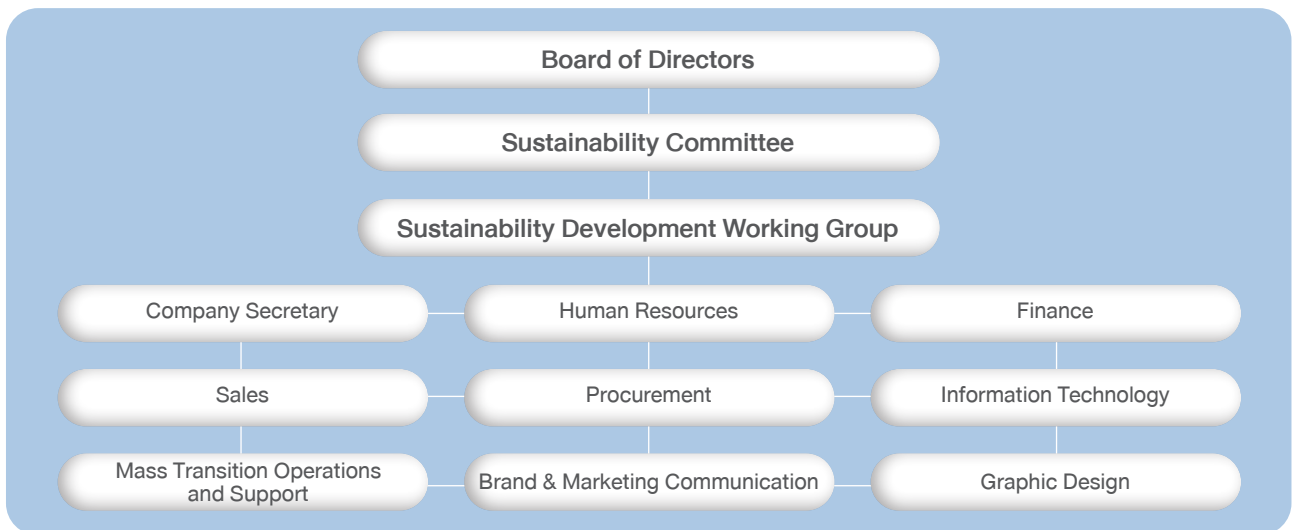
VGI is committed to conducting its business with responsibility towards sustainability topics to maximise the benefits for all stakeholders along the value chain. The Company follows the principles of sustainable development according to the sustainable development policy that covers operational guidelines in seven main areas covering economy, society, and environment. The Company encourages its directors and employees to adhere to its consistent and sustainable development policy. VGI is well aware that good corporate governance results in the Company's sustainable growth and creates added value for the Company and its shareholders in the long term. To elevate the guidelines for good corporate governance and to help drive the implementation of social, community, and environmental responsibility, as well as laying a solid anti-corruption foundation for the Company, VGI's Board of Directors Meeting commenced on 20 March 2015, has resolved to approve the appointment of "Corporate Governance Committee". The Committee's mission is to consider, define, review, and improve VGI's corporate governance and business ethics policies, corporate social responsibility policy, and policies and guidelines on anti-corruption and bribery, to propose to the Board of Directors for approval. The Committee is also responsible for supervising compliance with policies, manuals, and guidelines.

The Company also places significant importance on expanding the scope of responsibilities of the Corporate Governance Committee to cover corporate sustainability principles and goals, which is an extension of the principles of good corporate governance. For this reason, the Board of Directors' meeting commenced on 13 February 2023, and resolved to approve the change of the name of the Corporate Governance Committee to "Sustainability Committee" and amended this charter to be consistent with the said resolution.



Scan this QR code for Sustainability Committee Charter.

In addition to implementing sustainability management in all aspects, VGI has also appointed a sustainability development working group responsible for consideration of policies and plans related to sustainability, setting business sustainability goals to continuously improve the Company's sustainability performance, handling information disclosure to the public, including promoting awareness of sustainable development throughout the organisation. The Sustainability Development Working Group comprises representatives from various internal functions: Human Resources Department, Finance Department, Sales Department, Procurement Department, Information Technology Department, Mass Transition Operations and Support Department, Brand & Marketing Communication Department, Graphic Design Department, and Company Secretary Department. In addition, sustainability performance will be reported to the VGI Sustainability Development Committee quarterly.



Scan this QR code for Sustainable Development Policy.

Furthermore, VGI has set economic, social, and environmental sustainability goals to support the Company's commitment to sustainability. The details of each goal are as follows:

Sustainability Material Issues	2020/21 – 2024/25 Long-Term Sustainability Targets	SDGs
 Corporate Governance and Business Conduct	<ul style="list-style-type: none"> All of the Company's employees, including those of main subsidiaries, attend business ethics training sessions No significant warning or audits from regulators are presented. The result of corporate governance assessment is marked as "excellent". 	 
 Risk and Crisis Management	<ul style="list-style-type: none"> Risk management is carried out in accordance with the COSO - ERM 2017 framework. 	 
 Supply Chain Management	<ul style="list-style-type: none"> 100% of the Company's suppliers sign acknowledgement to the Supplier Code of Business Conduct, which addresses operational controls over economic, social, and environmental aspects. 	    
 Information Security & Data Privacy	<ul style="list-style-type: none"> Zero cases of breach of clients' information security Zero complaints from government agencies, clients or relevant parties about the wrongful use of personal data 	  
 Customer Relationship Management	<ul style="list-style-type: none"> Customer satisfaction score at 95% No complaints from customers about advertising material and staff service 	   
 Human Resources Development and Well-Being	<ul style="list-style-type: none"> Employee engagement rate with organisation is not less than 90%. 	    
 Occupational Health and Safety	<ul style="list-style-type: none"> 100% of the Company's employees and suppliers receive training in accordance with safety standards. Zero accident 	 
 Climate & Energy Strategy	<ul style="list-style-type: none"> Maintaining the level of 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 	        
 Waste Management	<ul style="list-style-type: none"> 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% 	      

Sustainability Awards and Achievements in 2022/23



VGI was ranked as a “Top 1%” and achieved the world’s highest score of 85/100 in PUB Media, Movies & Entertainment sector for the first time from the S&P Global Sustainability Yearbook 2023. It is ranked as an “Industry Mover” as the organisation with the highest development in sustainability in the Media, Movies, & Entertainment industry.



VGI is Thailand’s first and only media company with zero carbon emissions, certified with the Carbon Neutral label from the Thailand Greenhouse Gas Management Organisation (Public Organisation) or TGO. VGI has offset the organisation’s greenhouse gas emissions through participation in a carbon credit support programme certified by the TGO. It also procures clean energy from renewable sources for 10% of its business operations using a Renewable Energy Certificate (REC).



Included into MSCI Small Cap Indices for the 3rd consecutive year by the Morgan Stanley Capital International (MSCI) Index.



Certified as a member of the Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC) since 2014, and has successfully renewed its CAC membership.



VGI has, for the second year running, been included in the Thailand Sustainability Investment (THSI) list of the Stock Exchange of Thailand (SET) under the Service Industry group for the year 2022, underscoring the Company’s achievements in the pursuit of sustainability, and its commitments to the Environmental, Social, and Governance or ESG principles as well as corporate responsibility towards all stakeholders, a constant priority of VGI.



Received the “2022 Sustainability Model Organisation in the Thai Capital Market in Outstanding Support for Persons with Disabilities” from the Securities and Exchange Commission.



Excellent Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2022 for the 7th consecutive year by Thai Institute of Directors (IOD).



Received the ASEAN Asset Class PLCs assessment result from the ASEAN Corporate Governance Scorecard Virtual Awards organised by the ASEAN Capital Market Forum to evaluate and rank the corporate governance of listed companies in 6 ASEAN countries.



Governance and Economic Dimension

- Corporate Governance and Business Conduct
- Risk and Crisis Management
- Supply Chain Management
- Innovation
- Information Technology Security
and Personal Data Privacy



Corporate Governance and Business Conduct

(GRI 2-9, 2-26, 3-3, 205-2, 205-3, 415-1)



Progress Towards 2022/23 Goals	Long-term Sustainable Development Goals from 2020/21 – 2024/25
<p>Target*: All of the Company’s employees under VGI Group attend business ethics training session.</p> <div data-bbox="178 642 756 777"> <p style="text-align: right;">Target 100%</p> <p style="text-align: center;">Performance 100%</p> </div> <p>* Targets are linked to executive compensation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • All of the Company’s employees under VGI Group attend 100% of business ethics training session. • No significant warnings or investigations from regulators. • The result of corporate governance assessment is marked as “excellent”.

Corporate Governance

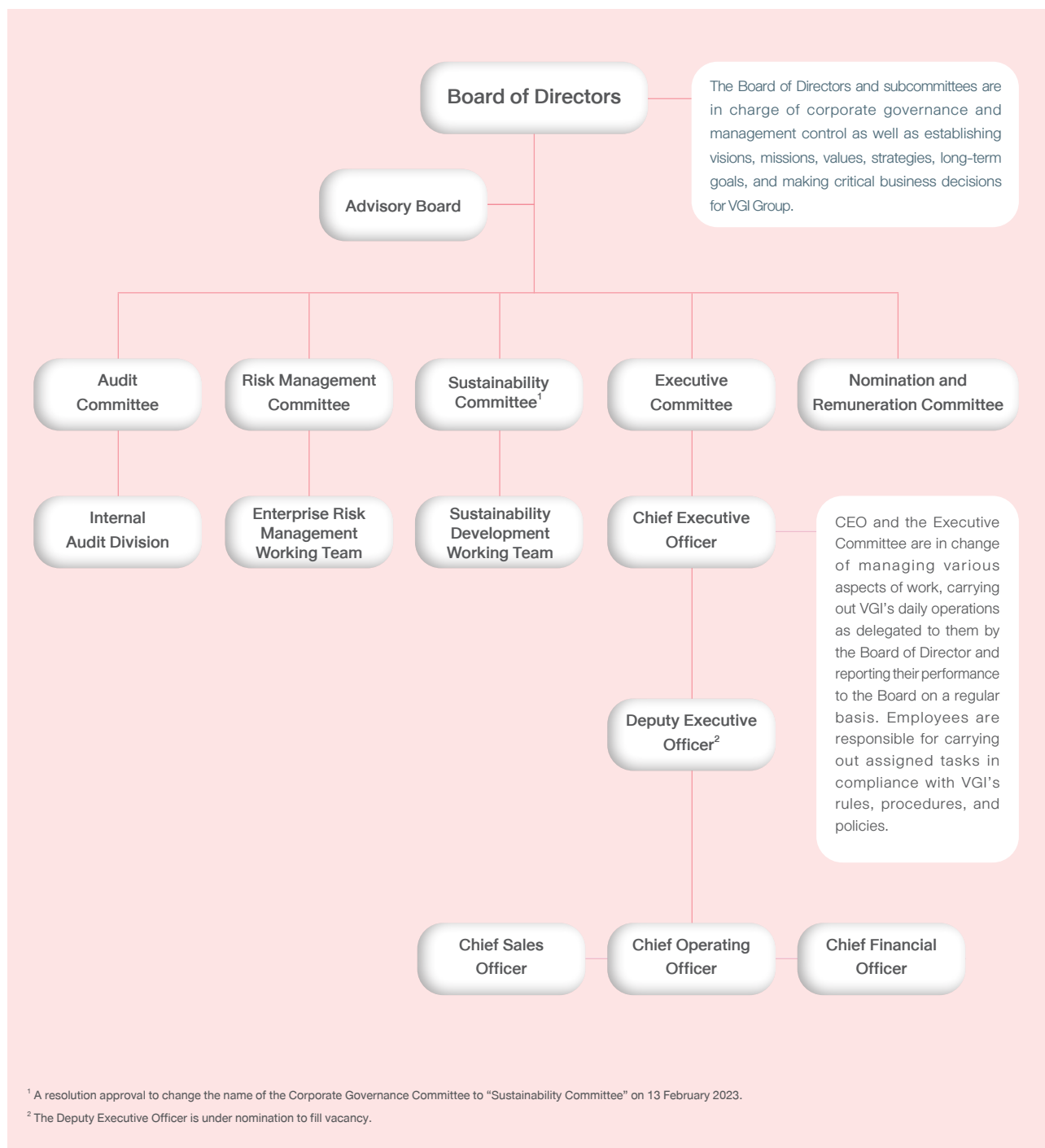
Good corporate governance, including honest and transparent operations, is the cornerstone of business operations and sustainable growth. To ensure fairness and confidence to all stakeholders, VGI has set up a business structure, management and corporate governance system that support and comply with sound corporate governance principles of the Stock Exchange of Thailand, the Securities and Exchange Commission, the recommendations of the Thai Institute of Directors Association, and various international standards. The Board of Directors has prepared and announced corporate governance policy and code of conduct to set a working direction for directors, executives, and employees at all levels to acknowledge and adhere to as a guideline for performing their duties. The guidelines are reviewed by the Board of Directors annually to ensure that changing environment and business conditions are addressed.



Scan this QR code for Corporate Governance Policy and Code of Conduct.

Corporate Governance Structure

The Board of Directors, management structure, and each party's duties and responsibilities are crucial in continuously promoting and supporting the Company's sustainable development and business growth.



Further information on corporate governance is provided in VGI's 56-1 One Report under "Corporate Governance" section.

Board Composition

The Board of Directors plays a primary role in controlling the Company's good corporate governance. Therefore, the committee selection criteria must consider the all-around qualifications: independence, knowledge, experience, and expertise. They must not be based on gender, race, ethnicity, origin, nationality, or cultural background.



Scan this QR code for Board Diversity Policy.

Business Conduct

VGI realises that conducting business with transparency and good business ethics is essential to promote corporate sustainability development, including building stakeholder's confidence. The Board of Directors has prepared and published a corporate governance policy and code of conduct to adhere to as a guideline for directors, executives, and employees at all levels, including subsidiaries. This concludes with comprehensive requirements for the human rights treatment of shareholders, customers, employees, business partners, commercial competitors, and creditors. It also includes social responsibility, environment, occupational health and safety, anti-corruption, anti-money laundering, political activities, non-infringement of intellectual property, confidentiality, data privacy, trading of securities, conflict of interest, reporting or whistleblowing and disciplinary actions. The Board of Directors, executives, and employees at all levels have signed and acknowledged this code of conduct.



VGI focuses on enhancing employees' thorough understanding to comply with good corporate governance principles and business ethics consistently. Both new and existing employees of VGI must learn about policies and guidelines in the corporate governance handbook and always be ready to take a test after learning. All employees participated in 2022/23 training, and 100% of the employees passed the test with an average score of 9/10.

Anti-corruption

VGI is committed to fighting against corruption and all forms of bribery. It also encourages the Board of Directors, executives, and employees at all levels of the Company and its subsidiaries, including other related persons, to not participate in corruption, whether directly or indirectly, in any way. VGI strictly operates its business following the anti-corruption guidelines and communicates the policy of no gifts to employees and related parties for their acknowledgement and compliance. The Company reviews anti-corruption measures annually to ensure that such measures can prevent, detect, and respond appropriately and adequately to the organisation's corruption risk.

In addition, VGI has been certified as a member of the Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC) since 2014, which confirms the Company's commitment to no tolerance for corruption in any form. On 30 June 2020, the Company completed an anti-corruption risk assessment and was certified for renewal of CAC membership, which will expire on 29 June 2023.

Scan this QR code for Anti-Corruption Measures.





HAPPY NEW YEAR 2023

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน) ("วีจีไอ") มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมทางธุรกิจ และให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและการตัดสินใจบนทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม

วีจีไอจึงกำหนดนโยบายการงดรับของขวัญ (No Gift Policy) โดยขอความร่วมมือจากทุกท่านกรุณางดเว้น การรับของขวัญ/ของกำนัลในช่วงเทศกาลปีใหม่หรือโอกาสอื่นใด

ขั้นตอนการรับของขวัญ ของกำนัล

กรณีที่ได้รับของขวัญ/ของกำนัล และไม่สามารถส่งกลับคืนแก่ผู้ให้ได้ ให้ปฏิบัติตามขั้นตอน ดังนี้

- 1

ของกำนัลมีมูลค่าเกิน 1,000 บาท ผู้รับจัดทำบันทึกสำหรับการขออนุมัติการรับ เพื่อเสนอผู้บังคับบัญชาอนุมัติ
- 2

ผู้บังคับบัญชาสอบถามว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่
- 3

ผู้รับจัดส่งบันทึกพร้อมภาพถ่ายให้แก่ฝ่ายธุรการเพื่อรวบรวมนำไปบริจาคเพื่อการกุศล

ขั้นตอนการให้ของขวัญ ของกำนัล

การให้ของขวัญ/ของกำนัล สามารถกระทำได้ในช่วงเทศกาลหรือโอกาสพิเศษตามประเพณีนิยมและมอบในนาม วีจีไอ เท่านั้น



ของขวัญของกำนัล ต้องอยู่ในรูปแบบของบัตรของขวัญวีจีไอ จากฝ่ายการตลาดหรือในช่องทางอื่นๆ หรือ สินค้าทางการค้าที่มีมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท



มีราคาและมูลค่าที่เหมาะสม ไม่เป็นเงินสด ชอแชนแนล เช่น เชื้อของขวัญ หรือสินค้าการกุศล (Gift card)



กรณีติดต่อบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ต้องไม่ผูกขาดเป็นราย



เป็นไปตามกฎระเบียบและแนวทางการปฏิบัติงานผู้บังคับบัญชา

- 1

ผู้ขอจัดทำบันทึกสำหรับการขออนุมัติ พร้อมแนบเอกสารประกอบการพิจารณา
- 2

มีหลักฐานการให้เพื่อใช้ในการเบิกเงิน
- 3

- ฝ่ายบัญชีสอบถามหลักฐานอนุมัติก่อนทำจ่าย
 - ฝ่ายตรวจสอบภายในตรวจสอบกระบวนการให้ของขวัญหรือของกำนัล เป็นประจำทุกปี

ท่านสามารถขอแบบฟอร์มการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และ Download บันทึกภายในสำหรับการขออนุมัติ การให้และบันทึกภายในสำหรับการขออนุมัติการรับ ได้ที่

Intranet → VGI INFORMATION → 06 มาตรฐานด้านการทุจริตคอร์รัปชัน

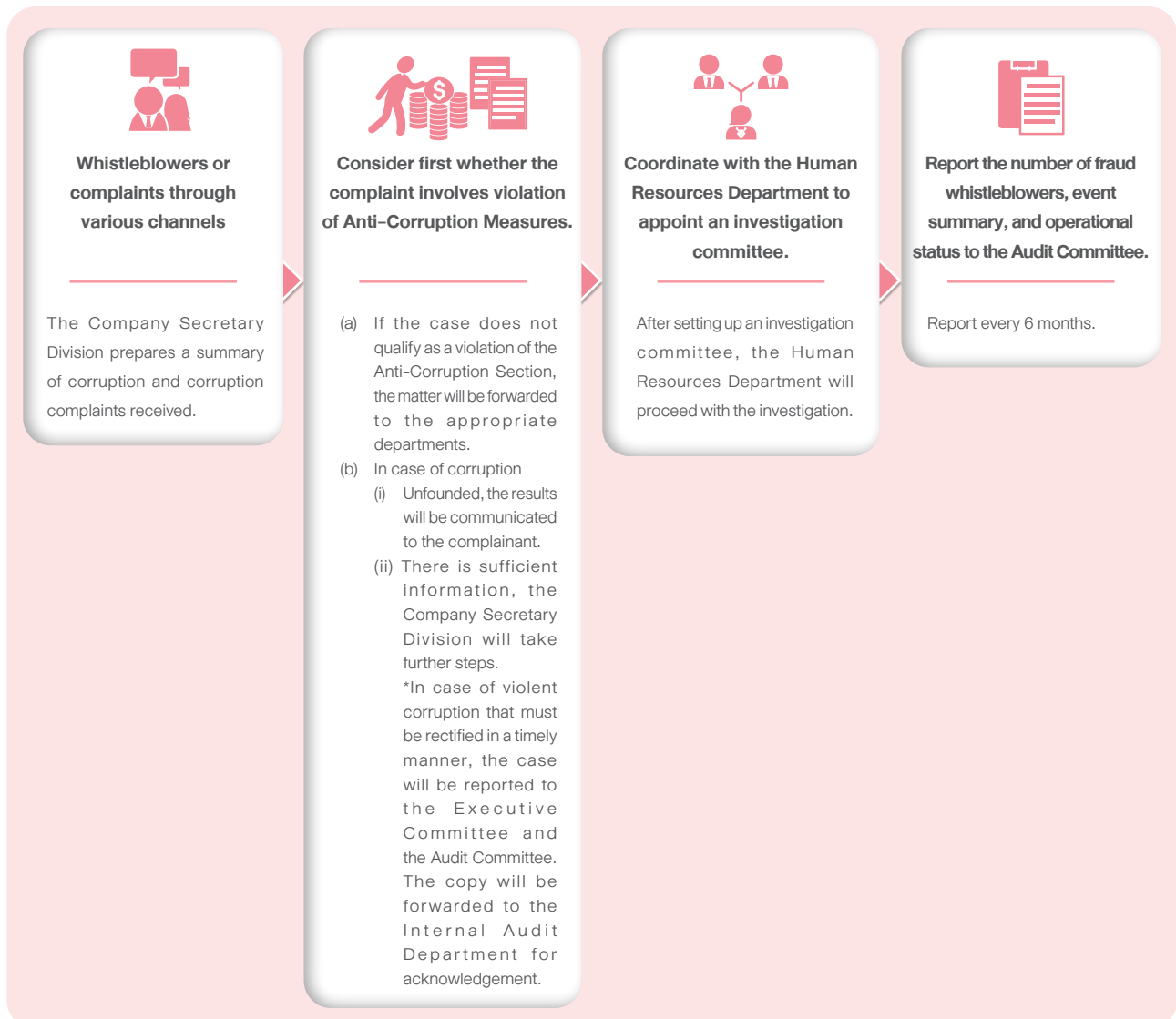


Whistleblowing

VGI encourages employees and stakeholders to take part in monitoring the Company's compliance against applicable laws and regulations, corporate governance principles and business conduct, established policies and the Code of Conduct. Whistleblowing channels are established for grievance report against any suspected violation of the laws, ethics, Code of Conduct, or any behaviour implicative of corruption or misconduct.



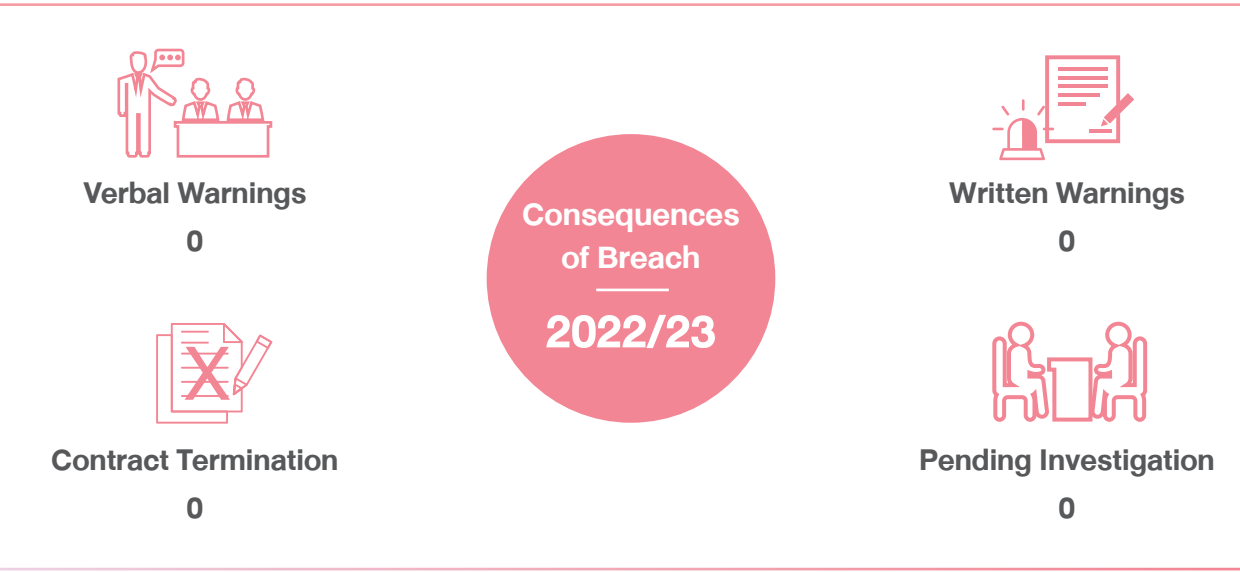
Process of Handling Complaints



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 informant and keep the information of the complainant and the informant confidential. Additional references to investigation procedures and whistleblowing channels can be found in Anti-Corruption Measures. In 2022/23, VGI has not received any reports, or complaints on violations to the Code of Conduct.



0 Case
of significant violations of environmental regulations or laws in the past 4 years



VGI and Public Policy

VGI has joined as a member and supports various organisations in Thailand to take part in helping to develop the country's economy, society, and environment for sustainable growth. In 2022/23, the Company did not make any contributions to and spending for political campaigns, political organisations, lobbyists or lobbying organisations, and other tax-except groups.

Type	Organisation	Topic	Objective of Relationship		Contribution Amount			
					2019/20	2020/21	2021/22	2022/23
Lobbying, interest representative or similar	N/A	N/A	N/A	N/A	-	-	-	-
Local, regional or national political campaigns / organisations / candidates	N/A	N/A	N/A	N/A	-	-	-	-
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.	305,766	123,720	80,630	69,846
Trade Association	Thai Listed Companies Association	Governance	Support	Obtain policies to ensure compliance with regulators' and government agencies' rules and guidelines.	16,050	26,750	30,750	26,750
Trade Association	Thai Investors Association	Governance	Support	Support the organisation's activities in providing general investors with knowledge and understanding of securities analysis.	-	-	-	-

Type	Organisation	Topic	Objective of Relationship		Contribution Amount			
					2019/20	2020/21	2021/22	2022/23
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.	125,000	300,000	-	12,500
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.	107,000	-	-	-
Other spending related to ballot measures or referendums	N/A	N/A	N/A	N/A	-	-	-	-
Total contributions and other spending					438,816	450,470	111,380	109,096



Risk and Crisis Management

(GRI 2-12, 3-3)



Progress Towards 2022/23 Goals	Long-term Sustainable Development Goals from 2020/21 – 2024/25
<p>Target: Risk management is carried out in accordance with the COSO - ERM 2017 framework.</p> <div data-bbox="178 672 756 803"> <p style="text-align: right;">Target 100%</p> <p style="text-align: center;">Performance 100%</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> • Risk management training was provided for employees throughout the Company to enhance risk culture. • Risk management is carried out in accordance with the COSO - ERM 2017 framework.

VGI continually places importance on risk management within the organisation, which the Company realises is crucial in driving the Company to achieve its goals according to its business plans, strategies, and visions under the rapidly changing business situation, highly competitive market, and unexpected crisis including emerging risk situations and uncertainties of various businesses that may occur in the future.

Therefore, the Company systematically manages risks to create business opportunities, reduce potential losses, and deal with risk issues that may affect business operations. To meet and guarantee value to all stakeholders, the Company also expects all employees to share responsibility for managing corporate risks, which is one of the critical factors in driving corporate culture in risk management.

Risk Governance

VGI operates according to the Company's risk management policy guidelines, along with the guidelines of the Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission (COSO). The Board of Directors has established a risk management committee to support risk supervision and play a vital role in assessing, analysing, and managing risk efficiently. The Committee must report the evaluation and performance to the Board of Directors at least once a year. In addition, the risk management committee has established a risk management working group, which consists of representatives from in all lines within the organisation to inspect and operate the risk control to be within the acceptable risk level of the organisation (Risk Appetite) in all aspects. The Company's Risk Management Committee also has a role in communicating and coordinating with the audit committee on annual risks and internal control. The audit committee and internal audit department are separate from the risk management unit.

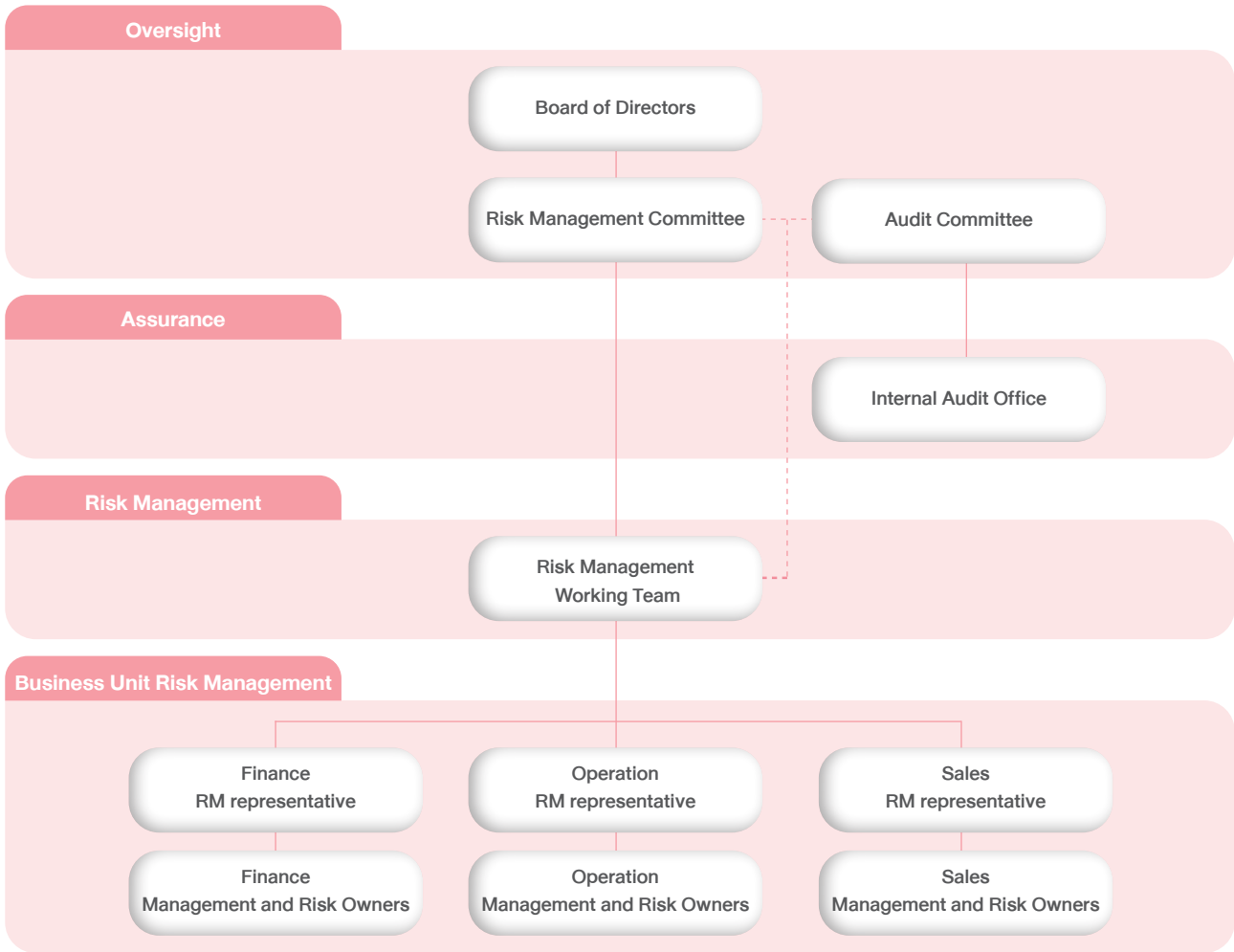


Scan this QR code for Risk Management Policy.



Scan this QR code for Enterprise Risk Management Policy.

Risk Management Structure



Risk Management Process




VGI analyses and divides risks into four aspects, consisting of (1) Strategic Risks, (2) Operational Risks, (3) Financial Risks, and (4) Compliance Risks. The risks are assessed through a budgetary impact indicator, and the impact cannot be assessed in monetary terms. This impact covers the impact on corporate governance, the safety of those involved in the organisation, Human Resources, and the environment.




Further information on risk management is available in VGI's 56-1 One Report under "Risk Management" section.



Emerging Risks

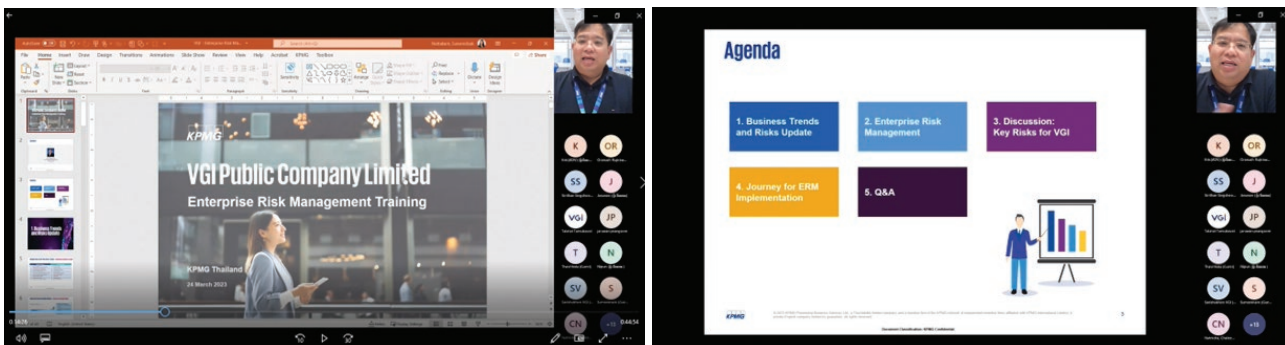
VGI not only focuses on managing significant risks but also elevates guidelines and measures to manage and respond to risks promptly by reviewing the issues and trends of emerging risks that may affect or lead to business opportunities for the Company annually. In 2022/23, the Company has identified three business-related risks as follows:

Emerging Risks	 Personal Data and Privacy Handling Risk	 Pandemic Variant Risk	 Extreme Weather Risk from Climate Change
Category	Technological Risk	Societal Risk	Environmental Risk
Source of Risk	Macroeconomics Risk	Natural Risk	Natural Risk
Magnitude	Significant	Significant	Significant
Timeframe of Impact	Short - Medium Term (0 - 2 years)	Short - Medium Term (0 - 2 years)	Long-term (3 - 5 years)
Description	<p>Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019), a regulatory requirement that governs personal data protection, comes into force on 1 June 2022. The prescribed regulation strengthens the obligations and liability of companies to ensure ultimate protection and the security of its sensitive data. Furthermore, challenges to protect personal data are growing as cyberthreats are becoming more prevalent.</p>	<p>Pandemic refers to the massive and rapid spread of infectious diseases or variant viruses across large regions that impact substantial numbers of people. Pandemic can have significant impacts to the global public health and the economy.</p>	<p>Climate change is expected to increase the frequency, intensity, and impacts of some types of extreme weather events. Consequences of extreme weather including flooding, extreme heat, and precipitation could lead to direct costs from physical damage and restoration of assets, infrastructures, and business interruption losses.</p>
Impact	<p>As Offline-to-Online Marketing Solutions provider, VGI utilises and computes various types of personal information. In the event of losses or damage to this valuable personal information, it could lead to a lawsuit and penalties in monetary form, as stated by the law, for illegal actions, all of which could potentially damage the Company's credibility and reputation among its stakeholders, all of which could eventually lead to the Company's losses in business opportunities and income. Hence, it is crucial to establish measures for customers' personal information protection.</p>	<p>Even though most of the population has adapted to the ongoing pandemic, the chances of emerging pandemics in the future are there. The impact they might have on business operations, day-to-day living, and possible lockdown regulations and travel restrictions stated by the government will indeed affect VGI's OOH advertising business due to the change in consumers' behaviour towards the online and e-commerce market from the lockdown. The alternatives the consumers may find can significantly affect VGI's OOH advertising visibility, decreasing demand for VGI's services and products.</p> <p>Ultimately, the risk could greatly damage VGI's business operations and income. Moreover, the pandemic can also become a risk to bad health conditions for VGI's employees.</p>	<p>Extreme weather conditions such as flooding, extreme heat, and heavy rains may, directly and indirectly, physically damage assets and basic infrastructures and interrupt business operations, likely affecting VGI's OOH advertising business.</p> <p>Moreover, the risk of extreme weather changes can also lead to an increasing business investment budget. For example, heavy rains or flooding may cause physical damage to VGI's OOH advertising infrastructures, resulting in more budget on operational fees. Furthermore, extreme heat could shorten the life of vinyl advertising materials, causing more maintenance budget.</p>

Emerging risks	 Personal Data and Privacy Handling Risk	 Pandemic Variant Risk	 Extreme Weather Risk from Climate Change
Mitigation Actions	<p>VGI conducts employees' training on acknowledging the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019). The Company also maintains its cyber security system with international standards, certified by ISO 27001:2013. VGI also regularly tests its IT system to ensure the highest level of safety. The Company has established BPC and IT system disaster prevention plans for measurements to prevent system breakdown and personal information violation. VGI also utilises personal information protection policies for its customers to gain trust and confidence towards the Company's IT security system.</p>	<p>VGI continues creating new business cooperation through strategic investment with alliances to diversify its business operations and services. The Company ensures that through the difficulty and challenges OOH advertising providers might face during the pandemic, it can survive through its diverse business operations, such as digital services and online retail business, which are becoming increasingly popular due to consumers' behavioural shift towards online banking. Moreover, the Company has established Business Continuity Plan (BCP) to respond to any emerging crisis and emergency, such as the pandemic, which might interrupt the Company's business operation. Pandemic-related health measures are also put in place to ensure the excellent health of VGI's employees.</p>	<p>Through various environmental projects concerning energy saving and waste management from business operations, VGI helps prevent extreme weather changes. The Company places great importance on following the current conditions of extreme weather changes as a part of its risk management process. BPC and crisis revitalisation plans are also established to effectively manage the extreme weather changes that might interrupt the Company's business operations. Furthermore, the Company also has the Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) and extreme weather strategic planning. Lastly, the Company ensures diverse business operations in online payment and online retail to lessen the financial burden caused by extreme weather changes towards OOH advertising business operations.</p>

Risk Culture

Risk culture is a core value of effective corporate risk management. VGI aims to strengthen its corporate risk management throughout the organisation and expects its employees at all levels to be responsible for risk management in their daily business operations. In 2022/23, VGI conducted training regarding risk management to deepen the acknowledgement and knowledge towards risk management for related employees and executives of 29 persons. Moreover, the Company also arranges risk management training for the Board of Directors to understand the importance of corporate risk management.





Supply Chain Management

(GRI 2-6, 3-3, 308-1, 414-1, 414-2)



Progress Towards 2022/23 Goals	Long-term Sustainable Development Goals from 2020/21 – 2024/25
<p>Target: 100% of the Company’s suppliers sign acknowledgement to the Supplier Code of Business Conduct, which addresses operational controls over economic, social, and environmental aspects</p> <div style="text-align: right;"> <p>Target 100%</p>  <p>Performance 100%</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> • 100% of critical tier 1 suppliers are assessed for economic, social, and environmental risks. • 100% high ESG risk suppliers sign acknowledgement to Supplier Business Code of Conduct. • Zero supplier fatality

VGI continues to drive business growth transparently, with integrity and integrating sustainability principles throughout the value chain, by emphasising the importance of an effective supply chain management to ensure Environment, Social, and Governance (ESG) risks that may impact VGI’s reputation and trust from stakeholders are mitigated. VGI has established the Procurement Policy and Supplier Code of Conduct to set forth the Company’s sustainable expectations for suppliers. A supplier assurance process is conducted to ensure compliance to these principles which cover processes to identify and assess significant suppliers which are suppliers that are considered to be critical and have potential ESG risk. The process covers Supplier Classification, Supplier Screening, Significant Supplier Assessment, Supplier Corrective Action and Development. Suppliers should uphold integrity and work to minimise adverse impacts to the community and environment while safeguarding the health and safety of workers and the public.

Supply Chain Management Strategy

VGI operates the supply chain management ethically, with integrity, and sustainably as disclosed under the Procurement Policy and Supplier Code of Conduct by implementing an ESG Programme in which the management and reporting are overseen by the Board of Directors. The strategy takes into consideration and commitment to managing the supply chain with regards to aspects including quality of products and services, cost effectiveness, proper time delivery, alignment with the Company's ESG requirements, continuity of supply, ethical practices, human rights protection, environmental and safety consideration, and emergency response management.

To ensure that sustainability is embedded into the process of selecting suppliers, the Company incorporates specific weight for supplier’s ESG performance in the selecting process providing a strategic advantage should suppliers have good ESG practices. Suppliers must also achieve a minimum requirement on ESG criteria before being approved and will not be included if they cannot meet their corrective actions within an agreed period. These procurement practices will be periodically reviewed and assessed against the Supplier Code of Conduct and Procurement Policy so that there are no breaches in ESG requirements for approved vendors. Furthermore, VGI provides training to procurement and relevant teams to understand how their daily roles and responsibilities contribute to the Company's sustainability goals in supply chain management.



Scan this QR code for Procurement Policy.

Supplier Code of Business Conduct

VGI developed the Supplier Code of Business Conduct to communicate VGI's commitment to treat partners with principles of transparency, equality, and fairness. The Supplier Code of Business Conduct covers aspects including relevant environmental standards, human rights issues (e.g. child labour, fundamental rights, working conditions, remuneration), occupational health and safety, and business ethics. VGI encourages suppliers to drive these sustainability expectations with their own suppliers to promote sustainability throughout the whole value chain.

Scan this QR code for Supplier Code of Business Conduct.



ESG Supplier Risk Assessment and ESG Integration

VGI's supply chain management includes sourcing of products, services, and business processes from suppliers to support the Company's various business operations. VGI has a supplier risk management assurance system which assesses all suppliers on an annual basis to ensure adherence to the Company's principles. The desktop or on-site assessments are carried out following standards and methodologies which includes a systematic verification process in a form of Self-Assessment Questionnaire (SAQ), audits implement and scores will be reported, monitored, and updated consistently to ensure improvements in supplier performance.



Supplier Classification

VGI suppliers are subjected to sign acknowledgement to the Company's Supplier Code of Business Conduct and must assess their sustainability performances following the Company's supplier desk assessments with systematic verification of evidence i.e., Self-Assessment Questionnaire (SAQ) to identify significant suppliers which will be assessed further. This includes Environmental, Social, Governance and Business relevance aspects.



Supplier Screening

Suppliers that are classified as significant tier 1 suppliers must assess their sustainability performances following the Company's supplier desk assessments with systematic verification of evidence i.e., Self-Assessment Questionnaire (SAQ) to identify significant suppliers which will be assessed further. This includes Environmental, Social, Governance and Business relevance aspects as well as assessing country, sector, and commodity specific risks for suppliers. This evaluates their performance against VGI's expectations on suppliers' capability to manage ESG risks. The Company then reviews and analyses the questionnaire and suppliers that surpass the SAQ will be listed under the Company's Approved Supplier List (ASL). In addition to the supplier screening, suppliers whose goods, materials, services, or products have a significant impact on the competitive advantage, market success, or survival of the Company include:

- Suppliers with the risks of negative ESG impacts to the Company that relate to country-specific risk, sector-specific risk, and commodity-specific risk
- High volume suppliers
- Suppliers of critical components
- Non-substitutable suppliers
- Continuity of over 1 year of product and service provision



Significant Suppliers Assessment

Significant Suppliers that have the potential to cause ESG risks regarding transparency and fairness, environmental, social, and human rights impacts to VGI are categorised as high ESG risk suppliers. Onsite audit which was carried out by the purchasing company employees, or an independent 3rd party auditing using industry recognised initiatives (based on risk and assessments aligned with Sedex Members Ethical Trade Audit – SMETA methodology) organisation will be conducted for high ESG risk suppliers to assess their performances in terms of business continuity, reputation risk, and responsible operation. A total score would be reported the supplier and in the case that there are non-compliance, a corrective action plan would be issued which must be addressed within a set time.



Supplier Corrective Action and Development

Afterwards, VGI would review the result from the assessment and onsite audit, and request corrective actions plan from suppliers to resolve non-compliance issues. An agreed timeline would be set and the Company would regularly monitor and support remotely or on-site to ensure that suppliers with corrective action plans address their identified issues on time.

To ensure that all suppliers do not have risk, the Company provides training on supplier ESG programme to meet requirements, and technical support to develop and enhance ESG performance of suppliers. Moreover, suppliers can request to access their ESG performance and database of relevant peers to provide insight and indicate the Company's expectation and also competition in the market.

In 2022/23, VGI had a total of 123 tier 1 suppliers that surpassed the screening criteria, which accounts for a total procurement spending of THB 728 mn. Of all the suppliers, there were 24 significant tier 1 suppliers, accounting for a total procurement spending of 97.46% or THB 710 mn. There were 4 significant non-tier 1 suppliers in 2022/23.



Significant Tier 1 Suppliers



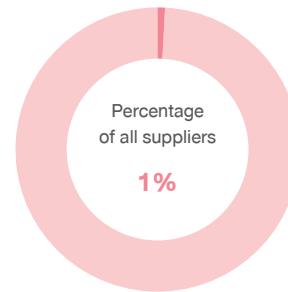
Significant Non-Tier 1 Suppliers



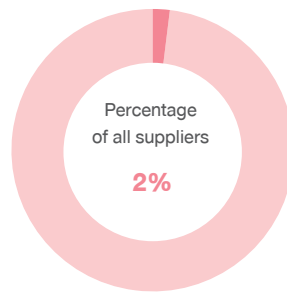
Suppliers Located in Thailand



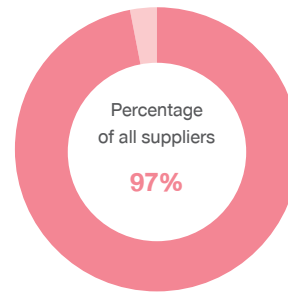
Suppliers Located Outside of Thailand



High Investment Project



Construction and Installation Work



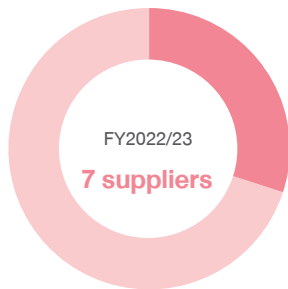
General Procurement

Out of the total significant tier 1 suppliers, 7 suppliers were classified as high ESG risk suppliers that underwent a desk or an onsite audit programme. The onsite audit assesses suppliers' operations for 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. The audit results are reported by categorising suppliers into 4 levels based on their ESG performances, following:

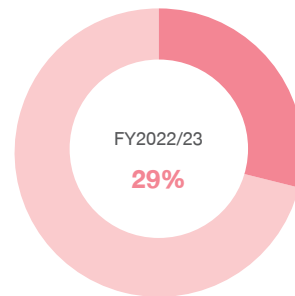


There was no supplier assessed with substantial actual / potential negative impacts and was terminated. Afterwards, VGI reviews the result from the assessment and onsite audit, and requests corrective actions plan from suppliers to resolve non-compliance issues. There was no suppliers that VGI supported in corrective action plan implementation.

Onsite audit results in 2022/23 portrayed that existing suppliers were not evaluated at or lower than Fair and Poor level and no human rights misconduct was found.



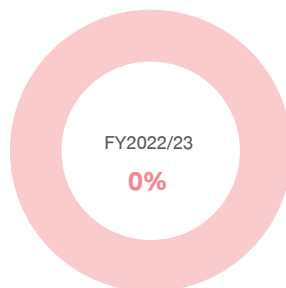
Total number of suppliers assessed via desk assessments / on-site assessments



Percentage of significant suppliers assessed



Number of suppliers assessed with substantial actual / potential negative impacts



Percentage of suppliers with substantial actual / potential negative impacts with agreed corrective action / improvement plan



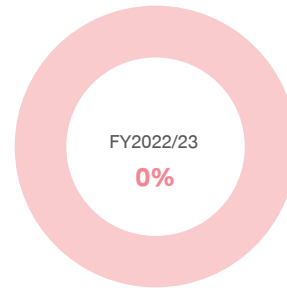
Number of suppliers with substantial actual / potential negative impacts that were terminated

Supplier Capacity Building

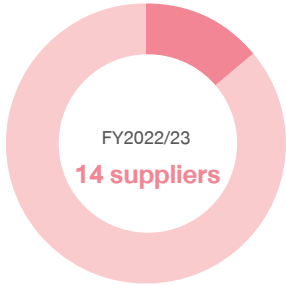
VGI strongly believes that sustainable supply chain management is the heart of building future rewarding business partners. The Company, therefore, focuses on collective sustainable development with all stakeholders and organises a capacity building programme. Trainings and in-depth technical support programmes are provided to systematically improve supplier practices and ESG performance. Moreover, VGI provided access to information on how other suppliers are performing and the guidance and support on the implementation of corrective and improvement actions. VGI arranged annual safety learning sessions for suppliers that work in construction, installation, and all safety-conscious projects. In 2022/23, a total of 14 suppliers participated in the capacity building programmes.



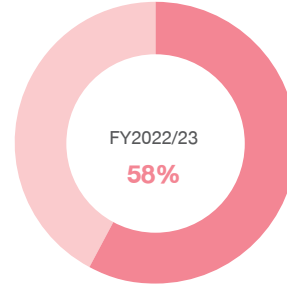
Total number of suppliers supported in corrective action plan implementation



Percentage of suppliers assessed with substantial actual /potential negative impacts supported in corrective action plan implementation



Total number of suppliers in capacity building programmes



Percentage of significant suppliers in capacity building programmes



Innovation

(GRI 3-3)



Innovation is one of the core elements that underpin VGI's business strategy and is a key force in driving the Company's vision of Pioneering Solutions for Tomorrow with a fully integrated ecosystem. VGI is committed to digital technology and R&D excellence, aiming to develop and launch innovative or value-added products and solutions that will meet consumers' ever-changing needs and also attract new business opportunities.

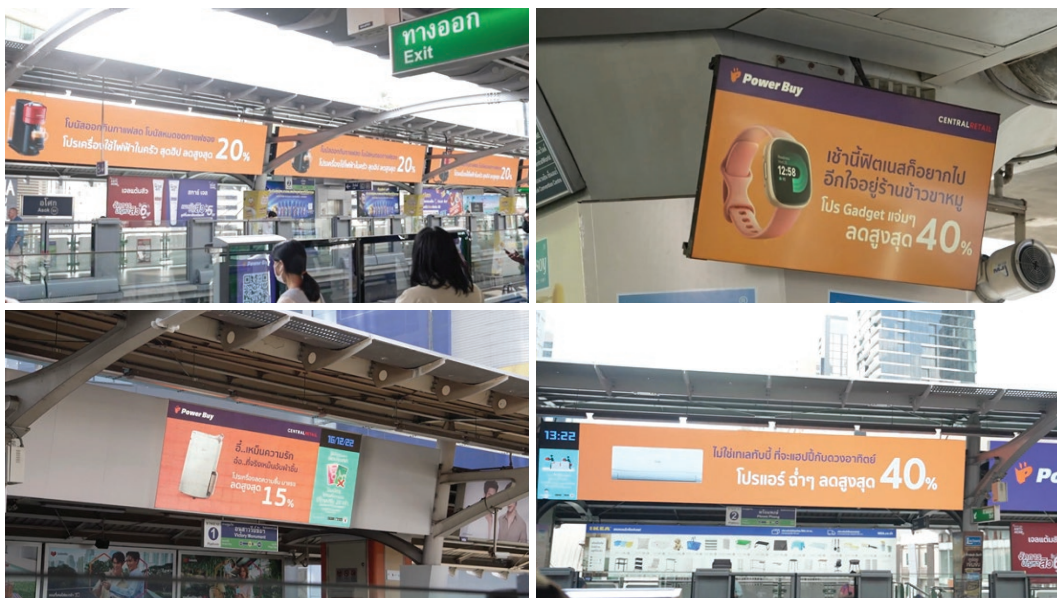
VGI Digital Lab



Founded in 2019, VGI Digital Lab provides offline and online media solutions and digital marketing products. VGI Digital Lab uses data-driven technology to showcase brands with a dataset of more than 200 individual dimensions, including demographic data, purchase purpose, purchased goods, travel behavior, ownership, and digital behaviour. The dataset above enables the Company to drive brand marketing campaigns on their target audience's social media networks, thus gaining better access to business results. The innovations of VGI Digital Lab in 2022/23 are as follows:

1. “programmatic Digital Out-of-Home Media (pDOOH)”

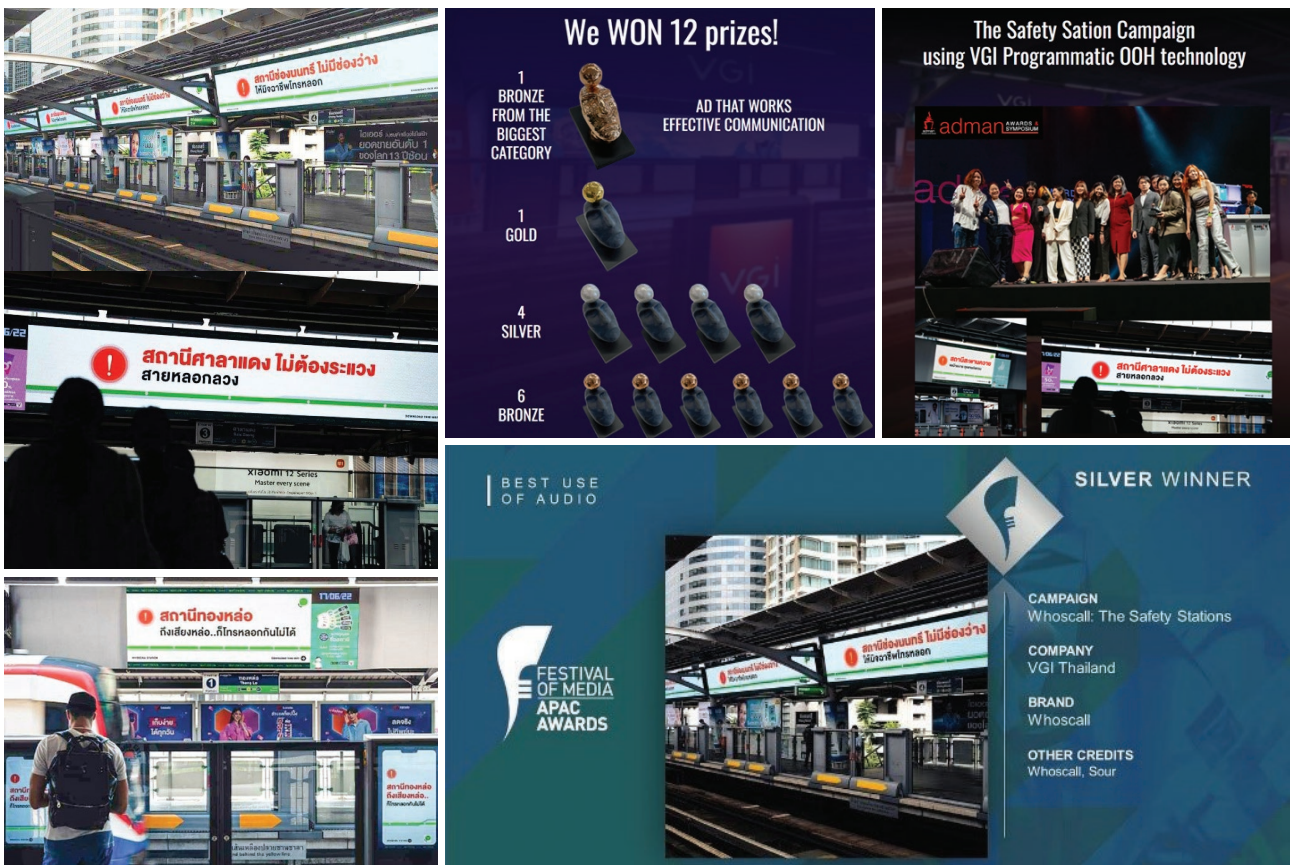
VGI has launched an experimental campaign, “programmatic Digital Out-of-Home Media (pDOOH),” on the BTS SkyTrain network for the first time in the fourth quarter of 2022. pDOOH is a campaign that meets the needs of advertisers through an innovative platform, choosing audience characteristics criteria combined with location, time, and weather. It acts as an algorithm to bring up the most relevant products, promotions, and messages at the best time. For the results of the campaign test using pDOOH, we found that the audience who had seen the advertisement got a distinctive experience through more than 400 pieces of Hyper Personalised Advertising that automatically change themselves all the time, which helps increase brand recognition and lead to easier purchase decisions. pDOOH is another marketing tool that helps brands communicate directly to the interests of consumers at that time. It is regarded as creating awareness, engagement, and conversion, and eliminating the pain point of out-of-home media that has existed since the past.



2. Supporting media spaces to raise awareness and understanding towards safety through “Whoscall: The Safety Stations”

In the past, Thai society has been experiencing the problem of scammers via mobile phones. This sparked the idea for the advertisement “Whoscall: The Safety Stations”, which aims to warn Thai people about scammers by creating awareness and understanding of safety through a communication strategy emphasising easy-to-understand Customisation Content, which is new, fun, and memorable. The content can reach a wide range of people by advertising media on BTS SkyTrain stations. Hence it has become the main media of the campaign. We combined the gimmicks of announcements on the BTS SkyTrain advertising media with technology that supports advertisement design according to time, station, and target groups we aim to communicate with. This ultimately led to various ideas and message creation. For example, “National Stadium Station: The whole nation will be safe from call centre gangs”, “Nana Station, aunties and uncles shall be one step ahead of a call from strangers”, etc., led to raising impact awareness excellently.

In addition to raising awareness and understanding of security in receiving news, this campaign also received 12 awards from the Advertising Association of Thailand in the 2022 Adman Awards & Symposium, such as the Gold award in the Use of Audio category, the use of sound in outdoor advertising media, Silver award in the Corporate Purpose and Social Responsibility category, and the award for the advertising campaign that creates change according to the objectives, etc. It also won the best creative award in the “Best Use of Audio, creative use of sound in advertising media” category at the Silver level from the 2023 Festival of Media APAC Awards Ceremony. This Asia-Pacific regional award recognises advertising campaigns with outstanding marketing communication design and excellence in creativity. Each category is evaluated and judged by a panel of experts in the agency industry and renowned marketers from world-class brands. VGI, as a leader in comprehensive 360-degree advertising media connecting the offline and online worlds, continues to focus on creating content and new technologies that provide a modern communication experience. VGI is ready to be a part of elevating the quality standards of the marketing communications business and the Thai advertising industry in the future. The video clip of the “Whoscall: The Safety Stations” advertisement can be viewed at <https://www.youtube.com/watch?v=f3VUfjzdrU>.



CareOS



Rabbit Care, Thailand's leading online insurance brokerage platform (InsurTech) and financial products (FinTech), has launched "CareOS, a care operating system", Rabbit Care's uniquely intelligent technology that provides Thailand's first comprehensive comparison system of insurance and financial products. The system will collect, analyse, select, and compare the value of the product, which primarily processes customer data to meet individual needs, allowing customers to select products and services that meet their needs within 30 seconds, facilitating customers and creating marketing campaigns that better meet their needs, leading to more confidence towards the products. CareOS offers a comprehensive range of products and services that match various lifestyles and needs and can also offer a wide range of product pricing packages in a fast and highly efficient manner, suitable for decision-making that needs prompt answers.

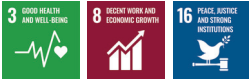
Rabbit Care offers a wide range of insurance and loan products covering over 40,000 insurance plans, 50 plus financial products from more than 50 leading partner companies, and more than 30 credit card products from 6 banking partners. Customers can purchase these products online and make payments through various channels, including instalment services. Rabbit Care also provides a comprehensive customer service system through calls and chats 24 hours a day, with more than 800 consultants ready to provide assistance to ensure customers select products that meet their individual needs and lifestyles. As of July 2022, over 30,000 people applied for credit cards through Rabbit Care, and more than 6,000 people were approved for credit cards from banks in the system. The credit card approval rate is five times higher than the credit card approval rate in the general market. This success is due to CareOS's efficiency in matching customer profiles to the right products, various partnerships, and easy-to-use UX design. It offers card filters based on user lifestyles and complete credit card product descriptions.

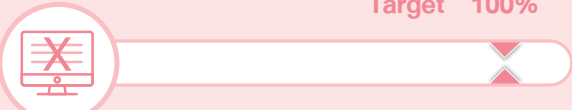




Information Technology Security and Personal Data Privacy

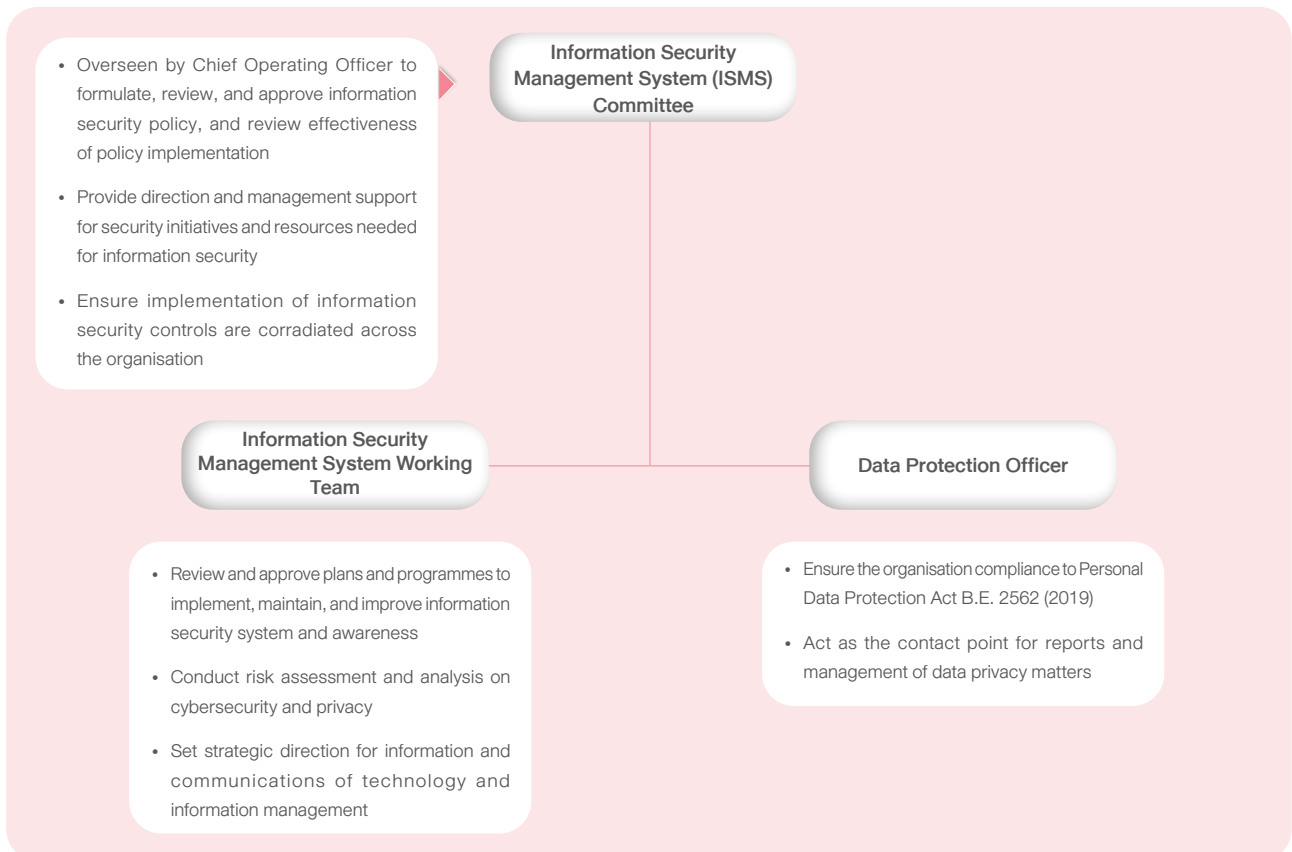
(GRI 2-1, 3-3, 418-1)



Progress Towards 2022/23 Goals	Long-term Sustainable Development Goals from 2020/21 – 2024/25
<p>Target: Zero cases of breach of information security or other cybersecurity incidents</p> <div style="text-align: right; margin-right: 50px;"> <p>Target 100%</p>  <p>Performance 100%</p> </div> <p>* Targets are linked to executive compensation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zero cases of breach of information security or other cybersecurity incidents • Zero complaints from outside parties and regulatory bodies • All employees received personal data protection training.

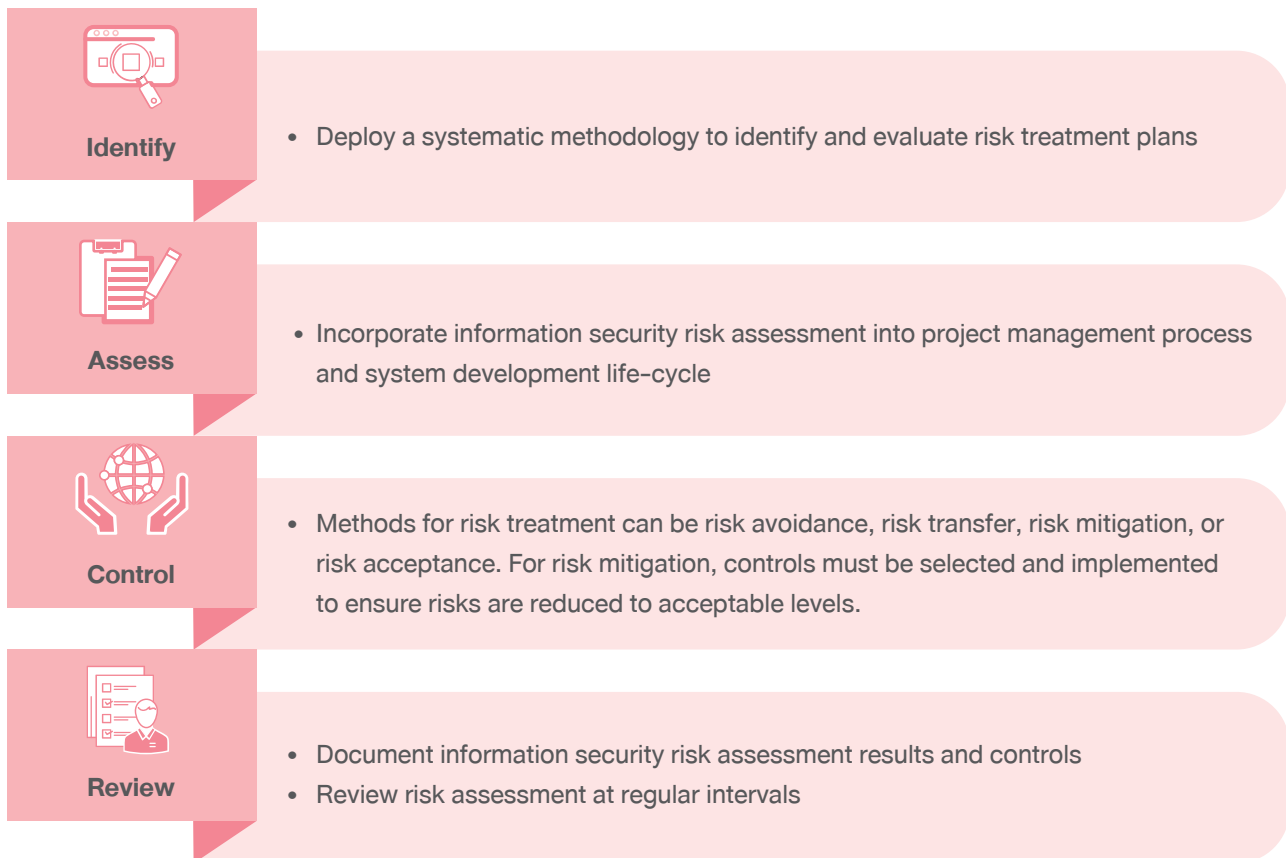
The rapid advancement and increasing dependence on technology may pose risks from cyber threats and personal data security. VGI recognises the importance of information technology systems to prevent the impact of such risks on its business operations which could lead to a loss in reliability, reputation, and confidence of stakeholders. In this regard, the Company adheres to the information security policy, establishes various personal data protection measures, and enhances employees' awareness of cybersecurity threats.

IT Security and Cybersecurity Governance



Information Security Management

The Rabbit Group plays a vital role in protecting customer data due to the nature of its digital service business, which deals with handling a large amount of personal information. The Company has therefore established an information security policy as a framework for information security and privacy, as well as to ensure compliance with relevant regulatory and contractual requirements by people related to the Company's information system. Everyone must comply with the policies, and disciplinary action will be imposed if a security incident arises from neglect. In addition, the Company has a data security management system as follows:



In addition, VGI has established an information security policy. The scope of enforcement applies to employees and related persons working on behalf of the Company. This policy is a framework for determining the operational guidelines for maintaining the Company's information security and complying with the relevant requirements and regulations. The policy also covers the Company's information security structure, information security related to personnel, property management, access control, data encryption related to biological and environmental data, operation and external provider relations, and information security management to create business continuity, including compliance. This policy will be reviewed and subject to audits for compliance by internal and external auditors.

VGI also conducts regular assessments of technical vulnerabilities of information technology systems. The Company's information security management system is set to be audited by a certified auditor per ISO 27001:2013. In addition, the Company has also prepared a business continuity and an information recovery plan to ensure data availability and administration during potential disruptions to critical business processes.

Data Privacy Protection

Data privacy protection of all stakeholders, customers, employees, partners, and business alliances is the one thing that VGI places great importance on. Hence, the Company has established Data Privacy Protection Policy following the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019), as well as organising training on the requirements in this topic to increase employees' awareness. In 2022/23, the Company organised training courses for the Board of Directors to prepare and increase knowledge in enforcing regulations. It shall be noted that VGI will only use customer information for the purposes specified under the privacy policy with consent. In 2022/23, the Company did not use customer information for other purposes, nor did it receive any requests for customer information from government agencies or any other law enforcement agency (request from government to use customer data is 0%). If there is any requested case, VGI fully cooperates with government requests for information and would provide disclosure upon request.



Customer
Privacy Policy



Privacy Policy
for Business Partner



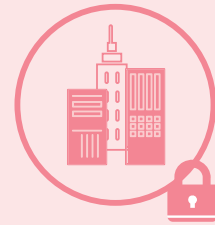
Human Resources
Privacy Policy



Privacy Policy
for Shareholders' Meeting



CCTV
Privacy Policy



Privacy Policy
for Customers of BSS Holdings
Company Limited





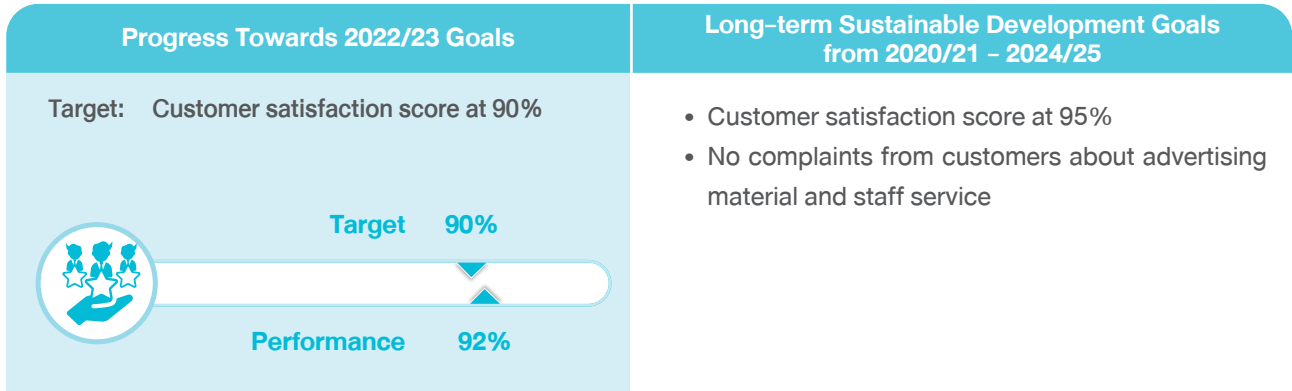
Social Dimension

- Customer Relationship Management
- Human Resources Development and Well-being
- Human Rights
- Social and Community Development
- Occupational Health and Safety
- Responsibility Towards Advertising and Media Content



Customer Relationship Management

(GRI 3-3)



VGI places great importance on its customers, realising that a relationship with customers is the key to sustainable business. The Company, therefore, has a policy to effectively manage customer relations through various activities to meet and strengthen relationships directly with customers, focusing on listening and responding to their needs. This enables VGI to understand the various needs of customers and able to offer quality products and services that are right for their needs. Customer satisfaction with the Company's products and services is an essential factor for the organisation's business performance.

Customer Relationship Management Strategy

VGI is committed to strengthening customer trust throughout all stages of business activities. The Company follows ethical branding practices to deliver, inspect, and develop products and services with quality and modernity that consistently meet customers' needs. In addition, VGI provides only legitimate information about its products and services during marketing without exaggerated claims or taking advantage of market vulnerabilities. VGI also has a quality inspection system before delivering work to customers, tracking, and correcting promptly in case of defects or damages found in advertising products and media. VGI also regularly conducts inspections and maintenance to ensure smooth operation. The Company has an efficient after-sales service process for the payment service business to improve the customer experience.



Scan this QR code for Ethical Branding and Marketing Policy.

In addition, VGI has other effective customer relationship management methods, including organising activities with customers, conducting an annual customer satisfaction assessment, and establishing a contact channel where customers can submit complaints or suggestions through the Company's social media channels such as Facebook, Twitter, Instagram or call 0-2273-8884 #0. We determine guidelines for handling complaints to respond to customers promptly. Such complaints will be notified to the affiliation or relevant departments to investigate and take corrective action. The result will be notified back to the complainant as soon as possible.



Customer Engagement Initiative

Campaign for football fans, shooting directly through the content to analyse the results of the 2022 World Cup via digital screen media

VGI has partnered with PPTV HD 36 to deliver world-class sports news content directly onto VGI's out-of-home advertising platform, such as on the BTS SkyTrain, screens on BTS platforms and around the platform barrier gates, and screens in office buildings throughout Bangkok and its vicinity, totalling more than 3,500 screens. This was a pilot project with sports content for football fans, like the FIFA World Cup 2022 or the 2022 World Cup, with match analysis, results, the latest news from the field, and schedule. News content is also updated throughout the day so that BTS passengers will experience all essential and up-to-date news. By partnering with quality media such as PPTV HD 36, VGI could deliver a superior BTS travel experience by presenting world-class sports news content to educate and entertain people who travel by BTS. This reinforces the Company's mission always to be a leader in designing new consumer experiences. Moreover, this partnership will help expand the viewer base of PPTV's news content to reach consumers in Bangkok and its vicinity for millions per day.



Mobile News Agency "ONE NEWS" for the People

VGI, together with Bangkok Mass Transit System Public Company Limited and One31 Company Limited, has launched "ONE NEWS" news agency to target audiences on all channels, both on-air and online, including through VG's advertising media platform of more than 3,500 screens throughout Bangkok and its vicinity, with 2,000 screens on stations and BTS trains, and over 1,500 screens in leading office buildings such as the Empire Tower and other 195 buildings, viewed by a combined audience of over 3.3 mn people per day. This strategic cooperation of VGI and ONE NEWS, with over 31.5 mn viewers per month from all channels, will help expand the audience base and create added-value, new experiences in information and entertainment access. It also paves the way for business opportunities that will benefit consumers. ONE NEWS will continue to broadcast the latest news through its channel for people in Bangkok and its vicinity to keep up with every important event.





Human Resources Development and Well-being

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

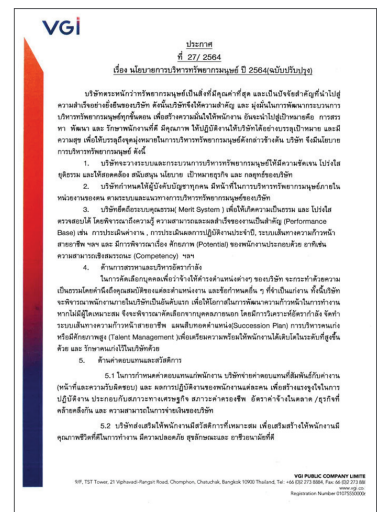


Progress Towards 2022/23 Goals	Long-term Sustainable Development Goals from 2020/21 – 2024/25
<p>Target*: The employee engagement rate must be at least 90%.</p> <p>Target 90%</p> <p>Performance 86%</p> <p>* Targets are linked to executive compensation</p>	<ul style="list-style-type: none"> The employee engagement rate must be at least 90%.

VGI recognises that employees are an invaluable resource to drive the organisation towards business success. Therefore, effective human resource management is essential to empowering employees and adapting to ever-changing business directions. VGI is committed to promoting the development of employees' potential and retaining quality employees to drive the Company in a sustainable organisational direction.

Human Resource Management

Employees play a significant role in driving the Company's vision, mission, and strategy to success. VGI's human resource management is set to follow the human resource management policy and related handbooks. The policy covers all aspects of human resource management, organisational structure recruitment, employment, fair remuneration and welfare, performance assessment, human capital development, safe workplace, protection of human rights, and employee relations. Human resource management is under the responsibility of Human Resources Department. VGI works extremely hard to ensure that the most talented employees are attracted and retained to foster the transformation and growth of the organisation's business and therefore conducts an annual performance appraisal of all employees and employee satisfaction and engagement surveys. In addition, VGI has developed various training courses to engage employees to enhance their potential and abilities fully.



<p>Total Employees 1,464</p>	<p>Hiring Rate 27.32%</p>	<p>Turnover Rate 26%</p>
---	--------------------------------------	-------------------------------------

Human Capital Development

VGI provides various training courses to increase the competency and skills of employees. The training course focuses on 4 key areas as follows:



Business Acumen

- Having a good understanding of work and business, building alliances, and seeing the big picture



Innovation Mind

- Always having the courage to think experiment, learn, and initiate new things



Collaboration

- Cooperating, participating, listening, and exchanging for public interest



Leverage Capabilities

- Always being determined developing and improving competency

VGI also uses core competencies as a tool for employee development plans, enabling employees to develop their capabilities for long-term career advancement. The training at VGI is divided into 3 courses as follows:

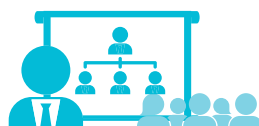
1



Intermediate Courses:

To increase the knowledge, skill, and abilities of employees as well as create a positive perspective in work.

2



Management Courses:

Training courses for supervisors regarding work management and subordinates.

3



Function-specific Courses:

Training courses to develop and enhance employees' abilities and knowledge specific to their duties.

In addition, the Company also monitors the return on investment (ROI) in human capital, an indicator that reflects the return value of human capital investment regarding human resources. In 2022/23, the average training hours per employee is 22.5 hours and the critical training courses are as follows:

- PDPA Training for employees
- Critical Thinking
- Safety Risk Assessment
- Workforce Analysis

KEY TRAINING CURRICULUM IN 2022/23

1. Key Instructor Safety Training

In 2022/23, VGI organised a 6-day training course to develop employees and create safety trainers within the organisation to transfer safety knowledge to operators in the BTS area. Employees can improve their potential for maximum efficiency and effectiveness as self-productivity increase. The participants acted as safety trainers in BTS SkyTrain areas to educate employees and contractors, increasing productivity for employees and organisations. In the first year of this training, it's considered to help create value for the organisation, equivalent to 27,108 baht.



2. How to achieve 2,400 MB target

This training course extends VGI's Sales Training course to develop further skills and perspectives for sales teams and related parties to move towards short-term and long-term income increase strategic planning goals. This course also widens the views to understand advertisers, planners, and buyers on OOH media in various aspects. The course includes training in the following skills:

- Media Industry Spending Analysis
- Understanding Media Agencies
- How to Think and Analyse Advertising Media Sales Activities for Both Large and Small Media
- VGI as a Leader in Future Solutions

The training took 6 hours with 26 employees participating. This course helped participants understand the agency's structure, duties, working principles, and media planning to reach decision-making people in advertising media selection. The participants also learned how to use various information to plan and create future differentiation and competitive advantage for the team. This training is estimated to contribute to an income increase in practice for approximately 4,580,000 baht.



Employees' Well-being

Employees' well-being is one of the critical factors in enabling our people to reach their full potential. Employees at VGI receive fair and appropriate compensation and benefits that exceed legal requirements to the possible extent. In addition, VGI also offers the following welfare and benefits to all employees:

- Funds which include compensation, provident funds, social security fund, cremation welfare fund, BTS savings cooperative fund
- Scholarships or financial assistance for employees' children
- Health promotion, including health insurance, annual health checks, and first aid room
- Family care, including 53 days of paid maternity leave and 10 days of paid paternity leave, which exceed the statutory standard
- Flexible working hours and part-time work option

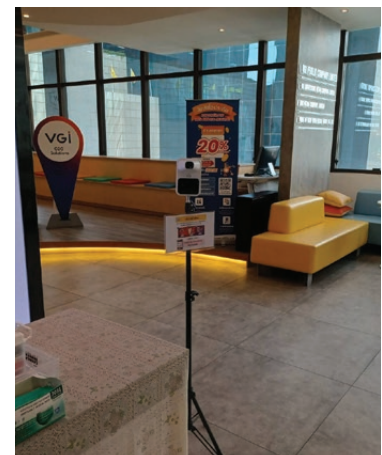
VGI has appointed a workplace welfare committee according to the Labor Protection Act to represent all employees who have the power to negotiate welfare with the Company.



Employee Care During COVID-19

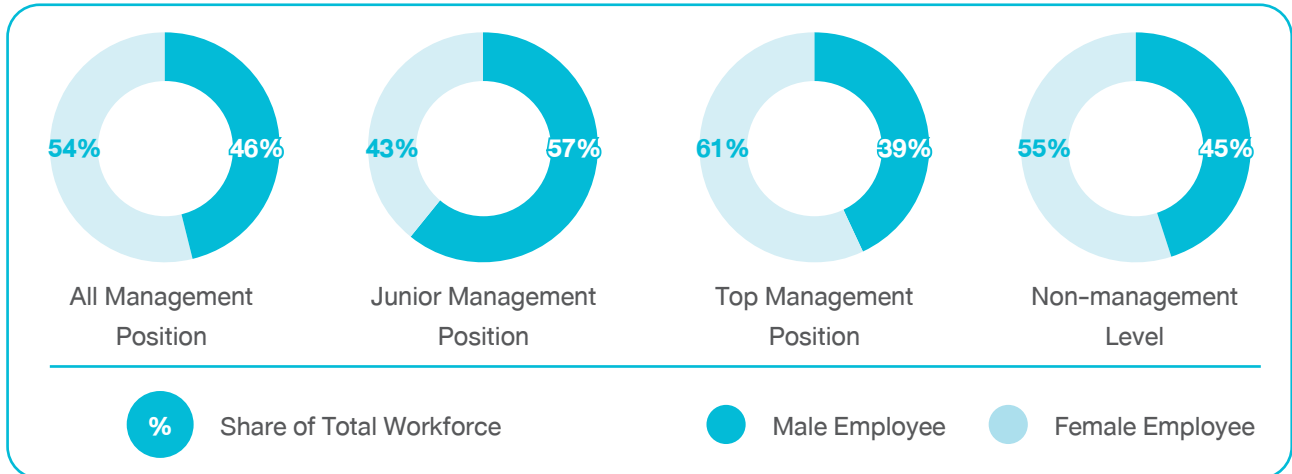
Amid the COVID-19 epidemic, the safety and health of our employees is a top priority for VGI. Since the year 2020, the Company has issued various measures to prevent the spread of COVID-19 as follows:

- All employees must strictly measure body temperature before entering the workplace. Anyone with more than 37.5 degrees temperature is not allowed into the VGI work area.
- Provision of COVID-19 Rapid Antigen Test for all employees to test and report results every week.
- The disinfectant gel is provided at all entrances and around VGI facilities to promote regular self-cleaning and workplace hygiene.
- Implement strict measures to ensure all employees wear face masks and maintain social distancing. Spare masks are provided if needed.
- Provide COVID-19 insurance to all employees to insure against potential health risks and reduce the financial burden of COVID-19 infection.
- Support e-meeting culture in all internal meetings.
- Set proper measurements for COVID-19 infection, including working from home regime where appropriate.
- Encourage employees to commute to work and maintain a healthy working environment by regular disinfection. The Company provides flexible attendance so that employees travelling by public transport can avoid the risk of crowded public transport.
- Provision of COVID-19 protection kit comprising relevant medications for all employees.



Diversity and Inclusion

VGI values a diverse workforce and a culture of inclusion, believing diversity and inclusion create a dynamic workplace. Employees can express their opinions without discrimination on gender, race or ethnicity, nationality, country of origin, or cultural background. LGBTQIA+ personnel have the right to receive welfare and benefits of the Company equally, such as fund, family funeral leave, and sick leave for transgender surgery. In addition, the Company emphasises equal compensation payment based on performance regardless of gender.



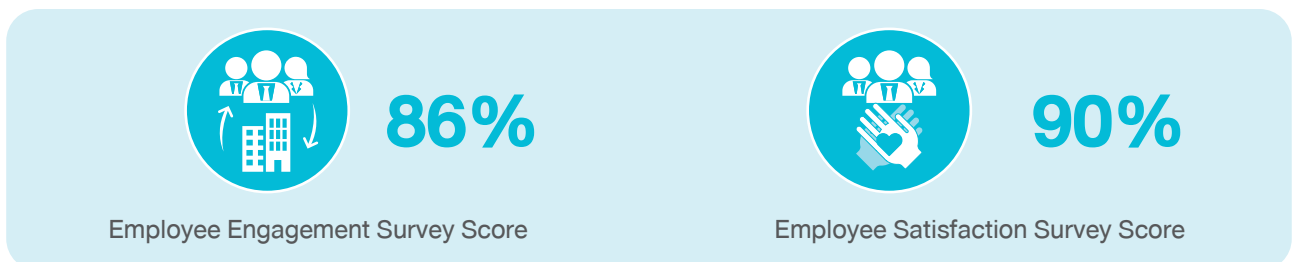
Furthermore, if discrimination and harassment in the Company are found, reports can be made through the Whistle Blowing Channels in the Corporate Governance and Business Ethics Handbook. The reporter will be protected from such reporting. Reporters can also report in writing or verbally to their supervisors and the Human Resources Department. The report will be carried out following the established investigation process, forwarded to the Director of Human Resources, and notified to the Chief Executive Officer. In this regard, the Company will take corrective or disciplinary action as appropriate. In case of infringement, appropriate legal action will be taken.



Scan this QR code for more information on Corporate Governance Policy and Code of Conduct.

Employees' Satisfaction

VGI conducts the satisfaction and engagement surveys to evaluate employees' commitment to the organisation. The survey analysis is utilised to improve employee satisfaction and as guidelines for training courses to develop employees' potential and ensure that all employees feel valued and participate in their work. In 2022/23, all employees completed the survey, received engagement score of 86%, higher than the annual target of 75%.





Human Rights

(GRI 3-3, 412-1)



VGI recognises that human rights are fundamental rights everyone deserves equally and fairly. Human rights violations can affect business operations and corporate image. VGI places the utmost importance on respecting the human rights of stakeholders throughout the organisation's value chain, following human rights principles and complying with relevant laws and standards at both local and international levels to prevent and avoid human rights violations.

Human Rights Policy

VGI has established a human rights policy as a standard for human rights management throughout the organisation's value chain, which shows the Company's commitment to preventing human trafficking, forced labour, child labour, discrimination, and any form of harassment, both sexually and otherwise. In addition, the Company supports and complies with human rights principles on freedom of association, the right to collective bargaining and equal compensation. In addition, the Company also established a policy on discrimination and harassment against the rights of others and a policy on diversity and acceptance of diversity to support and respect employees' human rights and diversity.

Scan this QR code for more information on Human Rights Policy.



Human Rights Management



VGI conducts a comprehensive human rights risk audit and assessment under the United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights to assess the risks associated with the Company's and subsidiaries' business operations, ensuring measurements are in place to mitigate and remedy those impacts in case of violations. VGI provides information on Human Rights Due Diligence Disclosure Report to the public on the Company's website.

Scan this QR code for HRDD Policy report.



Promotion of Human Rights Culture

VGI has always promoted awareness of human rights issues among executives and employees at all levels. In 2022/23, VGI organised a 2-hour online training course by the external institution to give proper education on basic human rights information, including significant and relevant human rights risks and impacts along the business value chain, such as discrimination and harassment in the workplace. Employees also gain a thorough understanding of a comprehensive human rights risk audit process and policies regarding discrimination, harassment, rights violation, and diversity.

In case of human rights violations, stakeholders can report such incidents or clues through complaint reporting channels provided by the Company for the investigation process. In 2022/23, no discrimination or harassment incidents were reported.



Raising Human Rights Awareness

Supporting Human Rights Media Spaces



"The Chance" is a project that aims to offer more chances for those who have been released from jail to join society with inclusion and acceptance, especially the chances to enter the workplace again. Society is still making harsh judgements on those freed people, which is why many of them decide to repeat the crime or offense because no opportunities are given. Hence, VGI has utilised its media platform to support a public relations project called "Let's Fight, You Can Do It" project to publicise the projects regarding those released from prison. VGI also asks for cooperation from organisations, shops, or individuals who wish to give opportunities to those released from prison. You can learn more details about the project at www.okasthailand.com.



Social and Community Development

(GRI 3-3)



VGI realises that to operate its business sustainably, the Company must work hand in hand with society. Therefore, the Company focuses on social development responsibility because social recognition and trust are essential to VGI's business growth.

Social Responsibility Direction

VGI has formulated CSR initiatives and social development activities aligned with the Company's business objectives and operation nature. In 2022/23, VGI established a social responsibility programme to improve public health, support education development, and raise awareness about environmental protection. From such activities, the Company aims to support and increase the number of volunteer employees and foster positive social awareness and organisational satisfaction.

VGI's CSR Strategic Direction



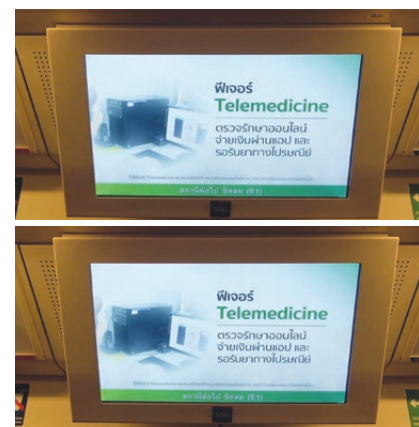
Public Health Improvement



VGI has established public health promotion activities to improve the health and well-being of the community. In 2022/23, the following actions were carried out:

Supporting media spaces to promote public health activities

In 2022/23, VGI publicised vital information through the Company's media for general public awareness of helpful information about public health activities. The Company provides the media space for the "BMA (Bangkok Metropolitan Administration) Doctor" application launch. Users can access the service via smartphone, to meet the needs of changing lifestyles in the New Normal, especially during the COVID-19 epidemic. The "BMA Doctor" application, under the Smart OPD project, can be used with hospitals under the Medical Service Department Bangkok Metropolitan Administration, covering all 11 hospitals, facilitating people to access medical services more conveniently and quickly and also facilitating emergency notification of illness and location promptly.



Educational Development Support



VGI promotes equal access to educational opportunities and supports education development of the community, allowing society to benefit from increased access to education, learning equipment, and improved educational institutions through activities organised by the Company. In 2022/23, VGI arranged the following activities.

One Day, Thousand Smiles Project

VGI has always recognised the problem of inequality and prioritised equal access to education and technology for Thai people. VGI and the VGI Volunteer Club have organised activities to promote social responsibility continuously under the project “One Day, Thousand Smiles” to expand educational opportunities through grants and supporting educational equipment to encourage learning, such as musical instruments and computers to youths of Ban Dong Yang Narai School, Chom Si Subdistrict, Phen District, Udon Thani Province. The total value of this project is over 200,000 baht, including participation in the reforestation project and school playground restoration.



The project "One Day, Thousand Smiles" aims to help improve the quality of life for people in society. VGI believes that passing on and expanding various educational opportunities can promote sustainable development, skills, and potential of local people in Thailand. VGI has enjoyed the success of 16 similar projects in the past. It has been proven that the quality of life in the areas VGI has arranged for the project has been lifted. For example, we had a follow-up visit to the One Day, Thousand Smiles project at Rajaprajanugroh 14 School, Khai Bok Wan Subdistrict, Mueang Nong Khai District, Nong Khai Province. We found that the school has fully used various devices to enhance education, especially during COVID-19. School personnel were provided with equipment for online teaching and learning online. The school has become a learning and technology centre for local people. Such success is an important driving force for the Company to continue running its business hand in hand, creating promising opportunities to return to society sustainably.



Educational Supply Donation to Support Monks' Academic Development

The VGI Volunteer Club donated educational supplies including computers, stationery, and consumer goods at Tha Phong Temple, Pak Phrao Subdistrict, Mueang Saraburi District, Saraburi to facilitate the development of quality education in religious studies for 60 monks. This is in accordance with the Company's aspiration to encourage academic development to advance towards equal access to quality education for all.



Consumer Goods Support for Skills and Quality of Life Development for Children and Youth at Home for Children with Mental and Intellectual Disabilities

The VGI Volunteer Club also organised the 16th "One Day, Thousand Smiles" project under the name "Full Stomach at Mueang Ong @Ratchaburi" to deliver consumer goods to promote skills and quality of life development for children and youth at home for children with mental and intellectual disabilities in Ratchaburi Province. This activity creates opportunities for people with disabilities in Thailand to gain equality to participate in society fully and effectively, following the Company's goal of operating its business along with a wide range of sustainable development for the community in the future.



Digital Sky Library Project

VGI joins forces with BTS, along with the leading partner agencies, namely Chulabhorn Royal Academy, the Office of Knowledge Management and Development (OKMD), and Thailand Knowledge Park (TK Park), to establish a digital sky library or "Learning Station" at the BTS National Stadium station on 17 August 2022. This digital sky library is an online library with a WiFi service. The library is another channel through which BTS passengers and the general public can access the knowledge base and be a good starting point for future learning and development. The library project also supports the government's policy on developing public learning centres according to the country's reform guidelines. Moreover, passengers can scan QR codes and download various E-books via electronic devices during the journey on the BTS SkyTrain. The Office of Knowledge Management and Development, Thailand Knowledge Park (TK Park), the Tourism Authority of Thailand, and Bangkok Metropolitan Administration are the suppliers of the books in the library.



Protecting, Restoring, and Raising Awareness Towards Environmental Preservation



VGI realises the importance of environment care. For this reason, in 2022/23, the Company has organised activities to protect and restore the environment, including raising awareness about environmental preservation for the people in the society.

Hop On BTS

VGI and BTS Group create environmental awareness content with the "Hop On BTS" campaign through VGI's digital media and BTS Train body to thank BTS SkyTrain passengers on their part on helping to combat the climate crisis, as well as inviting people to ride the BTS SkyTrain, an environmental-friendly mode of transport.



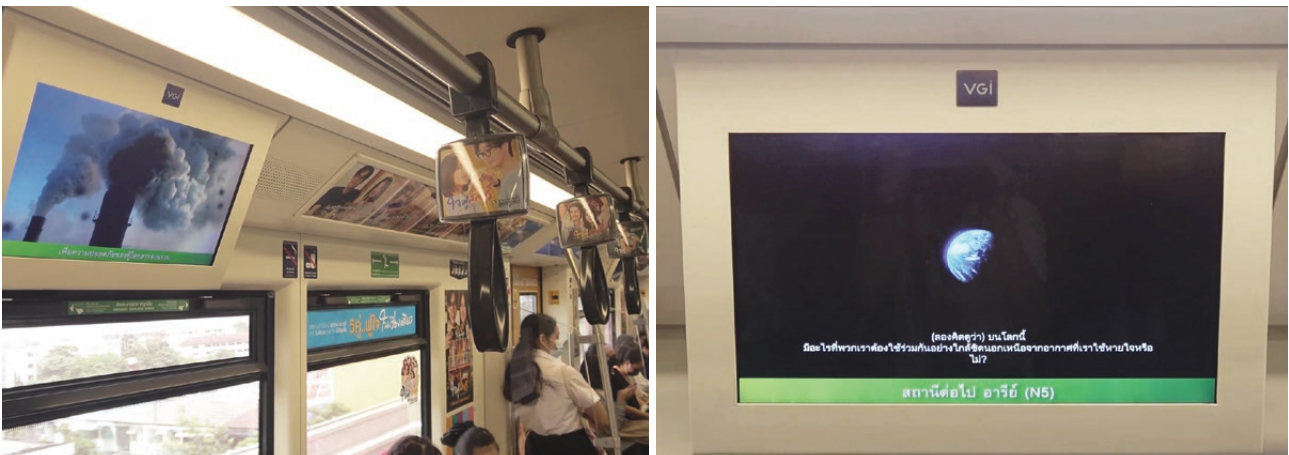
Climate Hero

As an advertising media business owner, VGI sees the power of media as a voice for broader social change. VGI has partnered with Root The Future, an organisation that supports lifestyles under the sustainability concept, creating environmental awareness content with the campaign "Climate Hero" to raise awareness of sustainable living by reducing carbon footprint through VGI's digital media. The objective is to create awareness among society and the public towards the importance of easy behavioural change to reduce pollution through daily life, for example, more usage of public transportation with clean energy like BTS SkyTrain, where we can contribute to carbon emission reduction, which is one of the causes of global climate change. In addition, there are many ways everyone can become one of the heroes who help reduce carbon footprint, whether reducing environmental damage, knowing how to use natural resources wisely, or changing meat consumption to plant-based food instead. These are some simple ways to help save the world and the environment.



The Air We Share: International Day of Clean Air for blue skies

VGI places tremendous significance on creating environmental preservation awareness by supporting the media space for "International Day of Clean Air for blue skies" day, set by the United Nations on 7 September every year. It's an international day to recognise the importance of clean air as an essential part of good health, productivity, the economy, and the environment.






Occupational Health and Safety

(GRI 3-3, 403-1, 403-2, 403-6, 403-9)



Progress Towards 2022/23 Goals	Long-term Sustainable Development Goals from 2020/21 – 2024/25
<p>Target: No accidents from work</p> <div style="text-align: center;">  <p>Target 100%</p> <p>Performance 100%</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> • Employees and suppliers are 100% trained according to safety standards. • No work accidents

VGI realises that responsibility for safety, occupational health, and a good working environment is crucial to business success. Therefore, VGI strives to be an accident-free organisation by prioritising the safety of employees and society. The Company continues to develop employees' safety, health, and welfare in all aspects. It has established a policy on occupational health and safety that applies to employees, contractors, suppliers, and all relevant stakeholders. The Company has appointed a safety committee and safety officers responsible for managing the occupational health and safety of the organisation. VGI continues to work and develop its occupational health and safety management system under the requirements of the International Organisation for Standardisation ISO 45001, including relevant laws and regulations.

In addition, the Company regularly assesses and prioritises operational risks for its advertising media business. The risk assessment process consists of the following:



Employees can report hazardous incidents and situations during the monthly safety meeting. They can also prepare an incident report for further investigation following the procedures in the Company's operating regulations. The Company also encourages employees to report concerns related to occupational health and safety through the Company's whistleblowing channels under the Corporate Governance and Business Ethics Manual. The reporter is protected from retaliation. Moreover, in case of injury or illness from work, employees have the right to take a day off and notify relevant personnel to take action. The Company has also prepared an organisational business continuity management plan to prepare and respond to health emergencies, such as the epidemic crisis that could cause the business to stop.

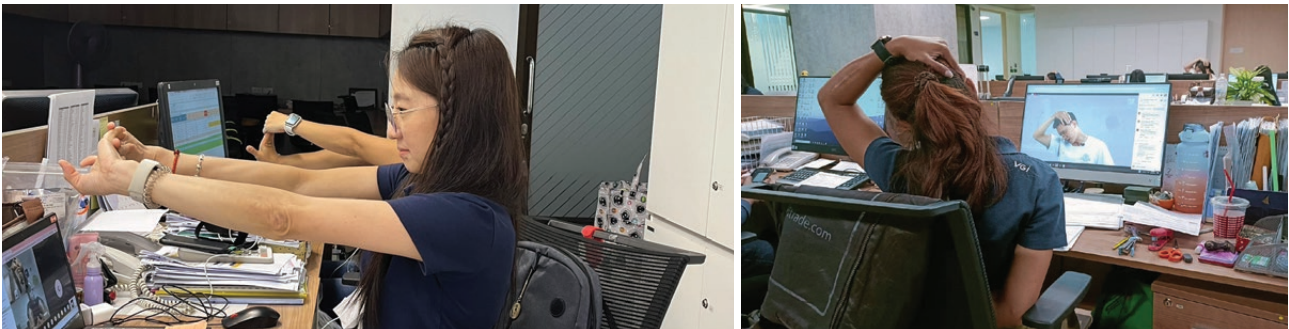
In addition, the Company also expects its suppliers to maintain safety and occupational health management standards as announced through the Supplier Code of Conduct for procurement and employment. It is one of the criteria the Company utilises to evaluate suppliers in the procurement process and is part of the procurement contract specifications.



Scan this QR code for more information about Occupational Health & Safety Policy.

Organisation's Culture of Occupational Health and Safety

VGI regularly organises various health promotion activities for employees to strengthen the organisation's safety culture. The projects include annual health check-ups, fitness, and exercise classes such as running clubs, yoga, and aerobics.



Furthermore, VGI provides safety and occupational health training to raise awareness and reduce workplace adverse health and safety incidents that may occur to employees and related persons working on BTS SkyTrain stations. This training course is arranged annually for all employees, which is more than the requirement by law to conduct training every 2 years. In 2022/23, there were 378 participants in the movement, consisting of 151 employees and 227 contractors. VGI organised annual fire evacuation training for all employees together with the owner of the building as well.





Responsibility Towards Advertising and Media Content

(GRI 3-3)



As a market leader in Offline-to-Online (“O2O”) Marketing Solutions, VGI recognises that advertising and marketing media can reach various people and communities. For this reason, the Company attaches foremost importance to the governance of advertising content to ensure that it is accurate, truthful, and complies with legal requirements or morals to reduce the potential risks of complaints, recalls, and fines.

Responsible Content and Advertising

VGI has set appropriate measures and guidelines for advertising media through its advertising content responsibility policy which covers the ethics of advertising and the presentation of various media, whereby the Company ensures that the content used for advertisements on such media is accurate, appropriate, truthful, and not contrary to the relevant requirements, laws, and practices.

The Company will not present advertising media content that takes advantage of or causes chaos to vulnerable groups such as youths, inciting religious and racial conflict, and media depicting violence and pornography. In addition, the Company will not display content that deviates or exaggerates in a false manner intended to deceive society. Warning messages will be offered for advertising content that may be offensive or violent so that viewers can choose to watch as appropriate. To comply with the advertising guidelines, the Company will agree to terms and conditions with customers and brands in every business collaboration. The Company also has established a procedure to verify advertising media content by the legal department and other relevant agencies to ensure all content complies with laws, practices, and Bangkok Mass Transit System Public Company Limited's requirements. If the content is inconsistent with the Company's guidelines, VGI reserves all rights to refuse to publish such advertising content as agreed upon terms and conditions.



Scan this QR code for more information about Responsible Content and Advertising Policy.



Environmental Dimension

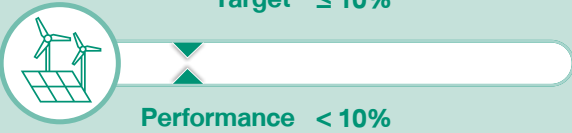
- Climate and Energy Strategy
- Waste Management



Climate and Energy Strategy

(GRI 3-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-3, 305-5)



Progress Towards 2022/23 Goals	Long-term Sustainable Development Goals from 2020/21 – 2024/25
<p>Target: Maintain electricity consumption not to increase by more than 10% compared to 2019</p> <p>Target ≤ 10%</p>  <p>Performance < 10%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maintain electricity consumption not to increase by more than 10% compared to 2019 • Use corporate advertising platforms to present climate change content to reach at least 1 million people per year

Climate change is undeniably a global problem. Therefore, as an Offline-to-Online ("O2O") Marketing Solutions service provider, VGI is committed to addressing challenges and opportunities arising from climate change and energy conservation. VGI not only intends to address the greenhouse gas emissions generated by its business activities but also aims to raise social awareness about the importance of climate change through the Company's advertising platform. VGI adheres to an environmental policy that shows the Company's commitment to improving energy efficiency in its operations, investing in modern technologies to improve energy conservation, conducting thorough consideration on the use of clean energy in business operations, and raising awareness about the impact of climate change by publishing climate change content via the Company's various media channels and platforms.

In addition, VGI also focuses on managing risks and opportunities resulting from climate change, such as the dramatic changes in extreme weather conditions and natural disasters that may affect VGI's business activities. Therefore, to address these climate change risks, VGI has implemented a corporate risk management process to review existing and emerging risk factors related to the impact of climate on business operations, including a disaster recovery plan to deal with adverse weather events.

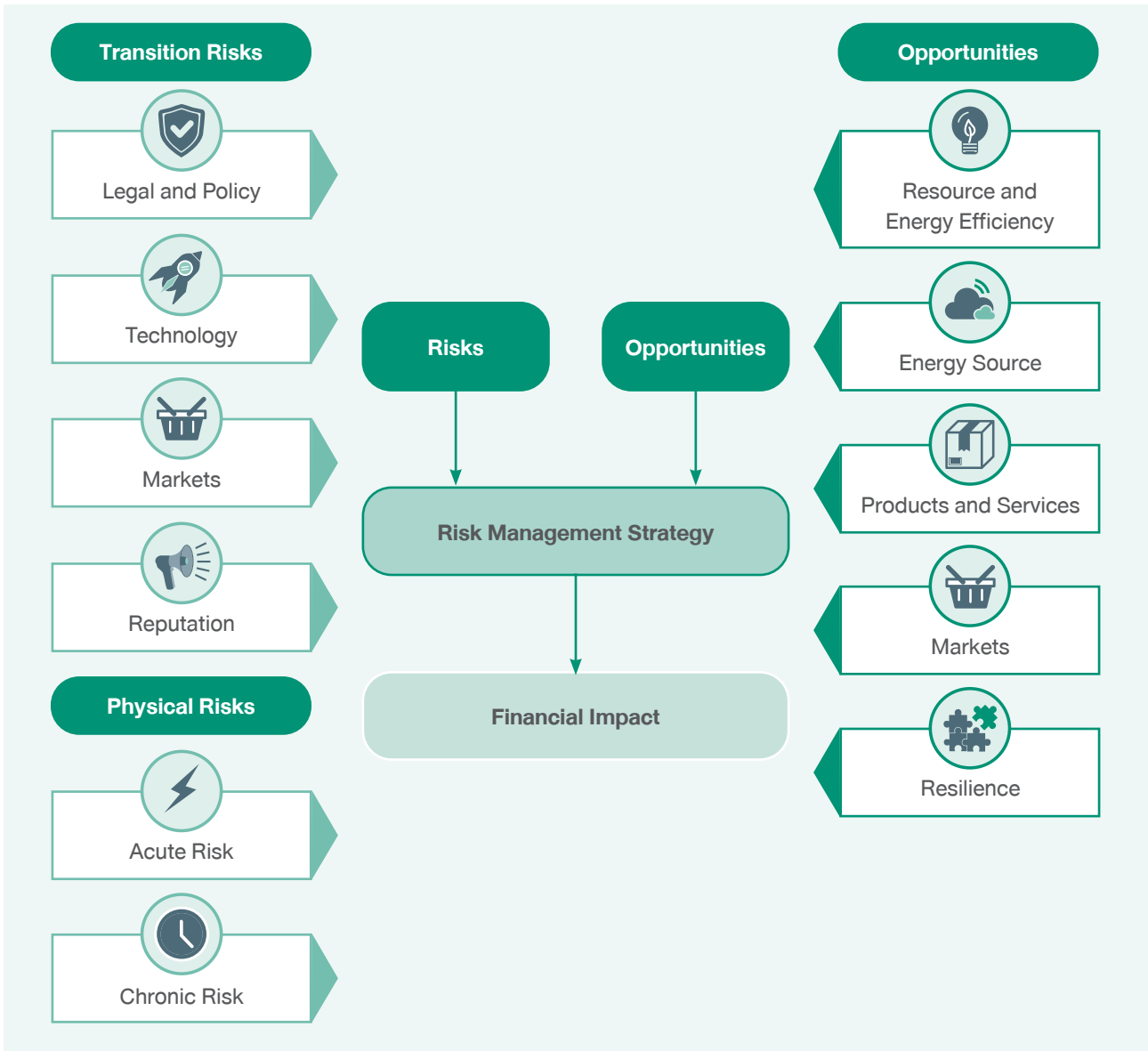


Scan this QR code for more details on Environmental Policy.

Climate Change Risks and Opportunities Assessment

VGI recognises the need to increase the importance and transparency of financial risks associated with climate change. Therefore, Climate Risk Assessment, including preparing the TCFD report according to the recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures, have been put in place to disclose climate-related financial information to manage risks within the Company and to serve as information for investors to make decisions in the future. In addition, the Company has also implemented various projects to conserve energy and reduce the organisation's greenhouse gas emissions continuously.

Climate Risk and Opportunities



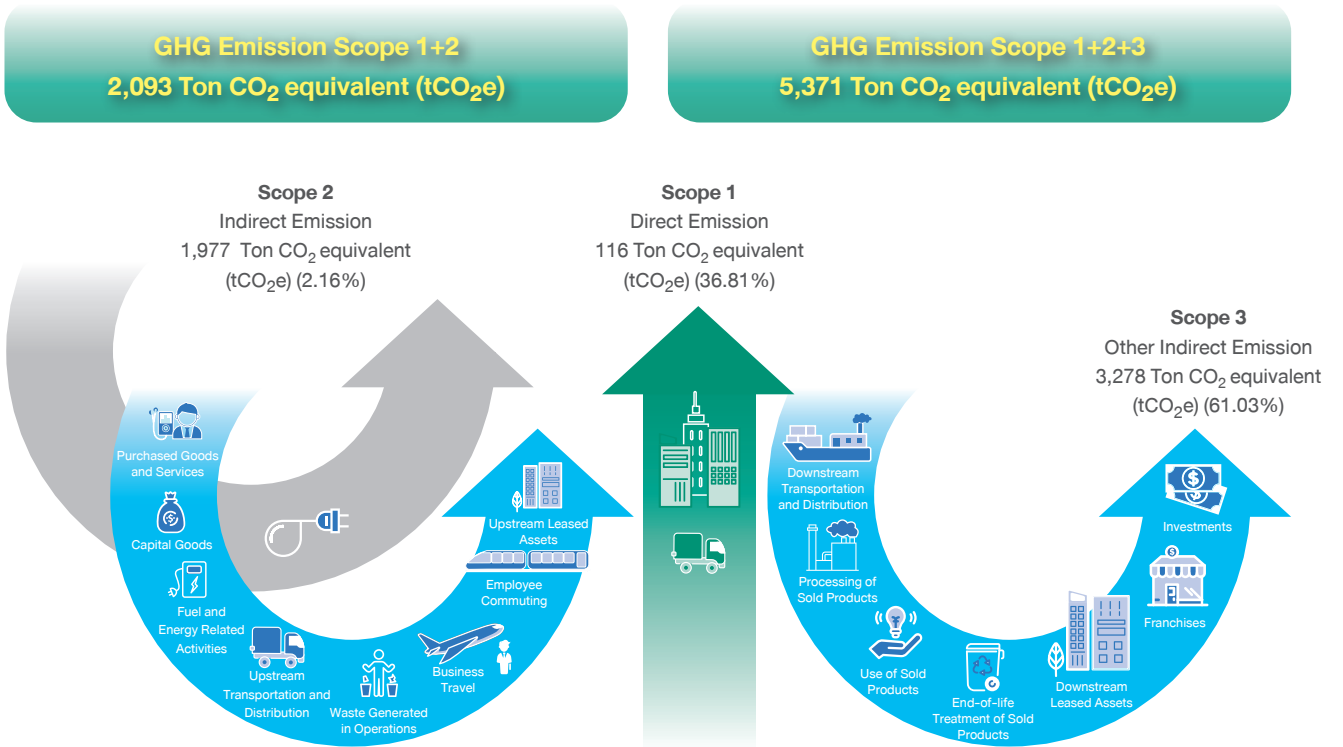
Scan this QR code for TCFD.



Scan this QR code for Climate Risk Assessment.



Carbon Emission of Organisation in 2022/23



Energy Conservation and Greenhouse Gas Reduction Project

VGI Unites for Mangrove Forest Planting

In 2022/23, representatives of VGI executives and employees jointly planted 250 mangrove trees along the coastline in Mueang Rayong District, Rayong Province, to prevent coastal erosion by sea waves and to help preserve the ecosystem and natural resources along the coast. This also helps create a food source for aquatic animals and nearby communities, totalling more than 1,600 square metres of green space.





Carbon Neutral

VGI is committed to serious management of the organisation's greenhouse gas emissions. This year, VGI has calculated, verified, and registered the organisation's carbon footprint, as well as being certified with the Carbon Neutral label from the Thailand Greenhouse Gas Management Organisation (Public Organisation) or TGO. VGI has offset the organisation's greenhouse gas emissions through participating in a carbon credit support programme certified by the TGO. In addition, the Company also procures clean energy from renewable sources for 10% of its business operations by using the Renewable Energy Certificate (REC).



Inspirational Media Platform

As an advertising media company, VGI utilises its advertising network to publicise information and raise awareness among audiences across the country about the consequences of climate change. The Company understands tackling climate change requires the cooperation of all stakeholders.



One Day, Thousand Smiles Project No. 13: Joining Hands to Plant Forests at Ban Na Chan, Yasothon Province

Representatives of VGI's executives and employees donated scholarships and learning materials for Ban Na Chan School, Loeng Nok Tha District, Yasothon Province. In this activity, we also collaborated with teachers and students to plant forests around the school and public areas nearby to increase green space and serve as an education and food source for students and surrounding communities. A total number of 100 trees were planted.

ขอเชิญชวนพวกเราชาววีจีโอ
มีส่วนร่วมในโครงการ ดังนี้

1. SAME WAY SAVE WORLD (Carpool)
ทางเดียวกัน ไปด้วยกันจ้า

2. ปิดอุปกรณ์ในสำนักงาน
เมื่อเลิกใช้งาน

เมื่อลดการใช้หรือการประหยัดพลังงาน และการแก้ไขปัญหา
ภาวะโลกร้อนด้วยการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ข้อมูลอ้างอิง : ประกาศที่ 13/2565 และ ประกาศที่ 14/2565

Office of Energy Conservation

VGI has started a campaign to reduce energy consumption in office space. Since 2021, the lights and air conditioners at the Company's headquarters will be turned off for one hour at noon on every business day. As a result, the Company has saved 44,700 kWh of electricity, equivalent to 23 tons CO₂ equivalent (tCO₂e) reduced. In addition, the Company has also announced a campaign to raise awareness of employees and support their participation in reducing climate change impact by turning off electrical appliances when not in use.

SAME WAY SAVE WORLD

VGI realises the carbon emissions problem caused by employees travelling to work. Hence, the Company has launched a campaign, "SAME WAY SAVE WORLD" to encourage employees to drive to work to reduce unnecessary carbon emissions from cars. Since the start of the project in 2021, a total of 27 tons CO₂ equivalent (tCO₂e) have been saved from employees commuting to work.



Reducing the Electricity Consumption at BTS Station

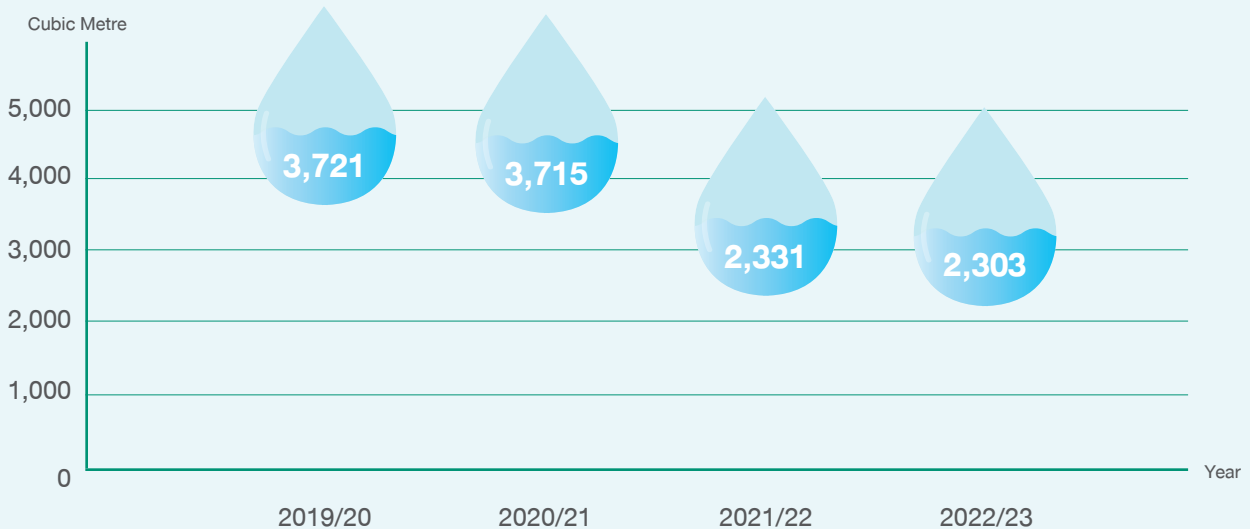
VGI has tried to save electricity consumption from the Company's advertising media on BTS stations by replacing fluorescent with LED bulbs since 2013 and turning off the lights after hours, which resulted in the Company saving up to THB 7.70 mn on electricity bills.

Water Management

Since VGI's primary business is providing Offline-to-Online Marketing Solutions, its only water use is from the office building. VGI constantly communicates to employees about water saving and efficiency. VGI's water consumption is from total water consumption, which in 2022/23 was around 2,303 cubic metres.

Water Use in 2022/23

Water Consumption in 2019/20 - 2022/23 (Cubic Metre)





Waste Management

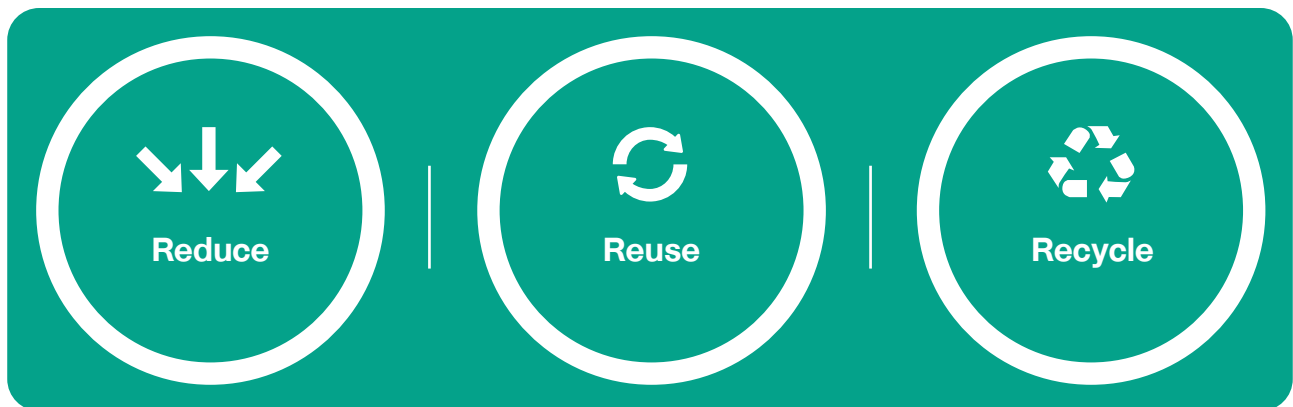
(GRI 3-3, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5)



Progress Towards 2022/23 Goals	Long-term Sustainable Development Goals from 2020/21 – 2024/25
<p>Target: Adjust the waste disposal methods from landfilling of incineration to recycling at a rate of 30% of total waste</p> <p style="text-align: center;">Target 30%</p>  <p style="text-align: center;">Performance 54%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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%

VGI pays attention to waste reduction, compliance with Waste Management Practices, and the circular economy in business activities. We realise that efficient waste management is an essential agenda in our business operations which helps reduce potential impacts on communities and the environment in a broader context. VGI is committed to efficient waste management and adopting the Company's circular economy plan following the environmental policy. The waste generated by VGI's operations comes from office activities and is handled by the building management according to contractual obligations. Used vinyl banners generated from the Company's advertising media business are stored locally or recycled according to circular economy principles. In this regard, the Company has established a system for supervising and tracking general waste information. In addition, the Company also instills awareness among employees to realise the importance of waste reduction according to the 3R Principle, which is Reduce, Reuse, and Recycle.

VGI 3R Principle



Scan this QR code for Environmental Policy.



Waste Management Performance in 2022/23



Waste Reduction Project

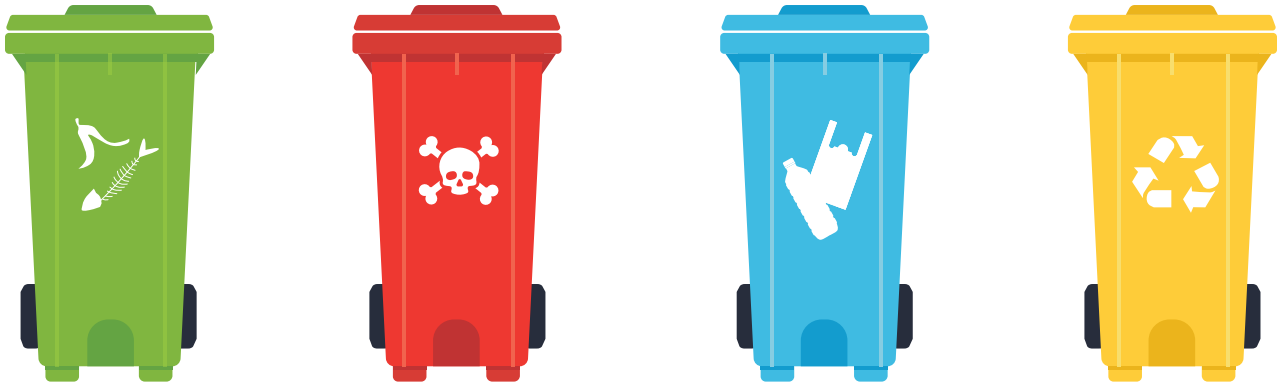
VGI Protect the Ocean : Clean Up the Beach Project

In 2022/23, VGI management representatives and employees participated in beach cleaning activity, picking up garbage along the coastline around Saeng Chan Beach in Mueang Rayong District, Rayong Province, to reduce waste from shore to the sea, which might harm aquatic animals and the marine ecosystem. For a distance of 300 metres, we could collect 25 kilogrammes of garbage, divided into 60% general waste, 15% styrofoam food boxes, 18% plastic bottles, 3% glass bottles, and 4% plastic bags.



Waste Sorting

VGI segregates the types of waste generated from office activities before releasing them to the building management. The Company provides specific waste bins for various types of waste, such as general waste, food scraps, recyclable waste, and hazardous waste, to raise awareness among VGI employees about the importance of their role and cooperation in effective waste management.



Vinyl Upcycle Project from Used Billboards

VGI continues to upcycle used vinyl from billboards as part of its commitment to reduce waste by applying the circular economy principles. In 2022/23, VGI's 16 tons of vinyl waste was converted from disposal to upcycling to produce bags for sale, and some were distributed to schools under VGI volunteer projects.



VGI Conserves Water, Conserves the World Project

VGI provided water filters for employees to drink clean water and distributed refilled water bottles to reduce employee purchases of plastic bottled water, which will help reduce the organisation's greenhouse gas emissions. In the past, approximately 40% of waste from plastic bottles per year was generated. After implementing the VGI Conserves Water, Conserves the World Project, it was able to reduce plastic bottle waste in the organisation by approximately 35%, but there is still some remaining plastic waste from visitors around 5%.

โครงการ วีจีไอ รักรักษ์น้ำ รักรักษ์โลก

สนับสนุนให้พนักงานประหยัดน้ำ และลดการใช้ขวดน้ำพลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง
โดยร่วมกับ Coway แจกขวดน้ำให้แก่นักงานทุกคน
ตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม 2565

โครงการ วีจีไอ รักรักษ์น้ำ รักรักษ์โลก



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน Sustainability Performance Summary

- ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
Sustainability Performance Result
- GRI Content Index
- การรับรองจากหน่วยงานภายนอก
Independent Assurance Statement
- แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน
Survey of Readers' Opinions

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

SUSTAINABILITY PERFORMANCE RESULT

(GRI 2-7)

ด้านเศรษฐกิจ (Economic Dimension)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)			
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (ปรับปรุงใหม่) (FY 2020/21, Restated)	ปี 2564/65 (ปรับปรุงใหม่) (FY 2021/22, Restated)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
รายได้รวม (Total revenue)		4,298	3,242	4,552	5,774
• ธุรกิจสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน (Transit media)	ล้านบาท (THB mn)	2,184	1,327	1,480	1,791
• ธุรกิจสื่อโฆษณาในอาคาร สำนักงาน และอื่น ๆ (Office and other media)		371	213	100	147
• ธุรกิจสื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor media)		294	-	-	-
• ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล (Digital services)		1,151	940	1,100	1,440
• ธุรกิจการจัดจำหน่าย (Distribution)		-	-	1,514	1,512
• รายได้อื่น (Other income)		298	762	328	885
รายได้จากการให้บริการ (Total operating revenue)			4,000	2,480	4,193
เงินเดือนและค่าแรงและผลประโยชน์อื่นของพนักงาน (Employee expenses; salaries, wages, other benefits)	ล้านบาท (THB mn)	649	538	623	937
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินธุรกิจ [Net profit (loss)]		1,424	980	(120)	(65)
การจ่ายเงินปันผล (Dividend payment)		850	310	525	999
เงินภาษีที่ชำระให้แก่อำนาจรัฐ (Income tax)		(214)	(133)	(34)	(213)
การบริจาคเงินเพื่อสังคมและพัฒนาร่วมชน (Cash contribution for social and community development)		26	11	0.2	0.42
สินทรัพย์ (Assets)		17,077	20,970	40,792	33,635
หนี้สิน (Liabilities)		3,999	3,907	10,809	2,984
ส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)		13,078	17,063	29,983	30,651

ด้านสังคม (Social Dimension)

ข้อมูลการจ้างงาน (Employment)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
พนักงานทั้งหมด (Total employees)	คน (person)	842	958	1,074	1,464	-
• เพศชาย (Male)	คน (person)	325	358	473	663	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	42.8%	42.8%	44.0%	45.29	-
• เพศหญิง (Female)	คน (person)	517	600	601	801	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	61.4%	62.6%	56.0%	54.71%	52.00%
พนักงานประจำทั้งหมด (Total permanent employees)	คน (person)	830	942	1,067	1,427	-
• เพศชาย (Male)		320	350	469	645	-
• เพศหญิง (Female)		510	592	598	782	-
พนักงานสัญญาจ้างทั้งหมด (Total temporary employees)	คน (person)	15	16	7	37	-
• เพศชาย (Male)		8	8	4	18	-
• เพศหญิง (Female)		7	8	3	19	-
พนักงานเต็มเวลาทั้งหมด (Total full time employees)	คน (person)	842	958	1074	1,463	-
• เพศชาย (Male)		325	358	473	663	-
• เพศหญิง (Female)		517	600	601	800	-
พนักงาน Part-Time ทั้งหมด (Total part-time employees)	คน (person)	0	0	0	1	-
• เพศชาย (Male)		0	0	0	0	-
• เพศหญิง (Female)		0	0	0	1	-

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
แยกตามสัญชาติ (Classified by nationality)						
สัญชาติไทยทั้งหมด (Total Thai employees)	คน (person)	833	927	1,023	1,400	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	98.93%	96.76%	95.25%	95.63%	-
• เพศชาย (Male)	คน (person)	319	331	427	607	-
• เพศหญิง (Female)	คน (person)	514	596	596	793	-
สัญชาติจีนทั้งหมด (Total Chinese employees)¹	คน (person)	142	133	7	16	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	52.40%	52.16%	0.65%	1.09%	-
• เพศชาย (Male)	คน (person)	3	3	7	13	-
• เพศหญิง (Female)	คน (person)	139	130	0	3	-
สัญชาติฟิลิปปินส์ทั้งหมด (Total Filipino employees)¹	คน (person)	1	1	1	1	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	0.37%	0.39%	0.09%	0.07%	-
• เพศชาย (Male) ¹	คน (person)	0	0	0	0	-
• เพศหญิง (Female) ¹	คน (person)	1	1	1	1	-
สัญชาติสิงคโปร์ทั้งหมด (Total Singaporean employees)	คน (person)	n/a	n/a	n/a	1	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	n/a	n/a	n/a	0.07%	-
• เพศชาย (Male) ¹	คน (person)	n/a	n/a	n/a	1	-
• เพศหญิง (Female) ¹	คน (person)	n/a	n/a	n/a	0	-
สัญชาติบริติชทั้งหมด (Total British employees)	คน (person)	n/a	n/a	0	1	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	n/a	n/a	0.00%	0.07%	-
• เพศชาย (Male)	คน (person)	n/a	n/a	0	1	-
• เพศหญิง (Female)	คน (person)	n/a	n/a	0	0	-
ชาวอเมริกันทั้งหมด (Total American employees)	คน (person)	n/a	n/a	n/a	1	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	n/a	n/a	n/a	0.07%	-
• เพศชาย (Male)	คน (person)	n/a	n/a	n/a	1	-
• เพศหญิง (Female)	คน (person)	n/a	n/a	n/a	0	-

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
สัญชาติอินเดียทั้งหมด (Total Indian employees)	คน (person)	n/a	n/a	3	0	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	n/a	n/a	0.28%	0	-
• เพศชาย (Male)	คน (person)	n/a	n/a	3	0	-
• เพศหญิง (Female)	คน (person)	n/a	n/a	0	0	-
สัญชาติมาเลเซียทั้งหมด (Total Malaysian employees)	คน (person)	n/a	n/a	n/a	2	
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	n/a	n/a	n/a	0.14%	
• เพศชาย (Male)	คน (person)	n/a	n/a	n/a	2	
• เพศหญิง (Female)	คน (person)	n/a	n/a	n/a	0	
สัญชาติเบลเยียมทั้งหมด (Total Belgium employees)	คน (person)	n/a	n/a	n/a	1	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	n/a	n/a	n/a	0.07%	-
• เพศชาย (Male) ¹	คน (person)	n/a	n/a	n/a	1	-
• เพศหญิง (Female) ¹	คน (person)	n/a	n/a	n/a	0	-
สัญชาติอื่น ๆ (Others)	คน (person)	n/a	n/a	3	41	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	n/a	n/a	0.28%	2.80%	-
• เพศชาย (Male) ¹	คน (person)	n/a	n/a	3	37	-
• เพศหญิง (Female) ¹	คน (person)	n/a	n/a	0	4	-

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
แยกตามกลุ่มอายุ (Classified by age)						
อายุน้อยกว่า 30 ปี (Age less than 30)²	คน (person)	150	352	325	612	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	30.86%	36.74%	30.26%	41.08%	-
• เพศชาย (Male) ²	คน (person)	75	131	111	230	-
• เพศหญิง (Female) ²	คน (person)	75	221	214	382	-
อายุ 30 - 50 ปี (Age 30 - 50)²	คน (person)	313	577	601	817	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	64.40%	60.23%	55.96%	55.81%	-
• เพศชาย (Male) ²	คน (person)	148	207	236	413	-
• เพศหญิง (Female) ²	คน (person)	165	370	365	404	-
อายุมากกว่า 50 ปี (Age over 50)²	คน (person)	23	29	30	35	-
	% เทียบกับ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	4.73%	3.03%	2.79%	2.39%	-
• เพศชาย (Male) ²	คน (person)	13	18	16	20	-
• เพศหญิง (Female) ²	คน (person)	10	11	14	15	-

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
แยกตามระดับพนักงาน (Classified by position)						
ระดับทั่วไป (Non-management level)²	คน (person)	218	736	920	1,267	-
• เพศชาย (Male) ²	คน (person)	161	260	405	572	-
	% ของ พนักงาน ระดับทั่วไป (% of total non- management positions)	73.85%	35.33%	44.02%	45.15%	-
• เพศหญิง (Female) ²	คน (person)	141	476	515	695	-
	% ของ พนักงาน ระดับทั่วไป (% of total non- management positions)	64.68%	64.67%	55.98%	54.85%	-
ระดับบริหารและ ระดับจัดการทั้งหมด (All management level)²	คน (person)	188	191	154	197	-
• เพศชาย (Male) ²	คน (person)	75	79	69	91	-
	% ของระดับ บริหารและ ระดับจัดการ ทั้งหมด (% of total management positions)	39.89%	41.36%	44.81%	46.19%	-
• เพศหญิง (Female) ²	คน (person)	113	112	85	106	-
	% ของระดับ บริหารและ ระดับจัดการ ทั้งหมด (% of total management positions)	60.11%	58.64%	55.19%	53.81%	-
สัญชาติไทย (Thai)	% ของ ระดับบริหาร และระดับจัดการ ทั้งหมด (Percentage of total management positions)	n/a	n/a	81.2	67.5	-
สัญชาติจีน (Chinese)		n/a	n/a	5.2	8.1	-
สัญชาติฟิลิปปินส์ (Filipino)		n/a	n/a	3.3	0.5	-
สัญชาติสิงคโปร์ (Singaporean)		n/a	n/a	n/a	0.5	-
สัญชาติบริติช (British)		n/a	n/a	0	0.5	-
สัญชาติอเมริกัน (American)		n/a	n/a	n/a	0.5	-
สัญชาติอินเดีย (Indian)		n/a	n/a	n/a	0.0	-
สัญชาติมาเลเซีย (Malaysian)		n/a	n/a	n/a	1.0	-
สัญชาติเบลเยียม (Belgium)		n/a	n/a	n/a	0.5	-
สัญชาติอื่น ๆ (Others)		n/a	n/a	n/a	20.8	-

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
ระดับจัดการ (Junior management level)²	คน (person)	97	96	111	120	-
	คน (person)	39	55	44	47	-
• เพศชาย (Male) ²	% ของระดับ บริหารและ ระดับจัดการ ทั้งหมด (% of total management positions)	40.21%	57.29%	39.64%	39.17%	-
	คน (person)	71	65	67	73	-
• เพศหญิง (Female) ²	% ของระดับ บริหารและ ระดับจัดการ ทั้งหมด (% of total management positions)	73.20%	67.71%	60.36%	60.83%	-
ระดับบริหาร (Top management level)²	คน (person)	71	89	43	77	-
	คน (person)	46	63	25	44	-
• เพศชาย (Male) ²	% ของระดับ บริหารและระดับ จัดการทั้งหมด (% of total top management positions)	64.79%	70.79%	58.14%	57.14%	-
	คน (person)	25	26	18	33	-
• เพศหญิง (Female) ²	% ของระดับ บริหารและระดับ จัดการทั้งหมด (% of total top management positions)	35.21%	29.21%	41.86%	42.86%	-

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
กลุ่มสร้างรายได้ (Revenue generating function)	คน (person)	n/a	118	109	136	-
• เพศชาย (Male)	คน (person)	n/a	39	35	57	-
	% ของ กลุ่มสร้างรายได้ (% of all such managers in revenue generating function)	n/a	33.05%	32.11%	41.91%	-
• เพศหญิง (Female)	คน (person)	n/a	79	74	79	-
	% ของ กลุ่มสร้างรายได้ (% of all such managers in revenue generating function)	n/a	66.95%	67.89%	58.09%	-
กลุ่มงานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม และคณิตศาสตร์ (STEM-related positions)	คน (person)	n/a	124	137	161	-
• เพศชาย (Male)	คน (person)	n/a	56	69	117	-
	% ของ พนักงาน กลุ่มงาน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม และ คณิตศาสตร์ (% of total STEM-related positions)	n/a	45.16%	50.36%	72.67%	-
• เพศหญิง (Female)	คน (person)	n/a	68	68	44	-
	% ของ พนักงาน กลุ่มงาน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม และ คณิตศาสตร์ (% of total STEM-related positions)	n/a	54.84%	49.64%	27.33%	-
ภาวะทุพพลภาพ (Disability)						
พนักงานที่มีภาวะทุพพลภาพ (Employees with disability)	คน (person)	n/a	1	1	4	-
	% ของ พนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	n/a	0.10%	0.09%	0.20%	-

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
พนักงานเข้าใหม่ (New hire)						
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ (New hiring employees) ²	คน (person)	128	393	114	400	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	26.34%	41.02%	10.61%	27.32%	-
• เพศชาย (Male) ²	คน (person)	59	106	57	182	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	12.14%	11.06%	5.31%	12.43%	-
• เพศหญิง (Female) ²	คน (person)	69	287	57	218	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	14.20%	29.96%	5.31%	14.89%	-
• อายุน้อยกว่า 30 ปี (Age less than 30) ²	คน (person)	66	147	58	228	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	13.58%	15.34%	5.40%	15.57%	-
• อายุ 30 - 50 ปี (Age 30 - 50) ²	คน (person)	61	249	56	163	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	12.55%	25.99%	5.21%	11.13%	-
• อายุมากกว่า 50 ปี (Age over 50) ²	คน (person)	0	1	2	9	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	0.00%	0.10%	0.19%	0.61%	-
ตำแหน่งงานที่บุคคลภายในได้รับคัดเลือก (Internal hire)						
อัตราตำแหน่งงานที่บุคคลภายในได้รับคัดเลือก (Rate of open positions filled by internal candidates) ²	% ของตำแหน่งงานทั้งหมดที่ประกาศรับสมัครใหม่ (% of open positions)	8.70%	25.00%	2.65%	26.00%	-
• เพศชาย (Male) ²	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	2	0	1	0	-
• เพศหญิง (Female) ²	คน (person)	2	2	2	1	-
• อายุน้อยกว่า 30 ปี (Age less than 30) ²	คน (person)	0	0	0	0	-
• อายุ 30 - 50 ปี (Age 30 - 50) ²	คน (person)	1	2	2	1	-
• อายุมากกว่า 50 ปี (Age over 50) ²	คน (person)	0	0	0	0	-

ข้อมูลการลาออก (Turnover)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
อัตราการลาออกทั้งหมด (Total turnover rate) ²	คน (person)	79	366	92	387	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	16.26%	38.20%	8.57%	26%	-
• เพศชาย (Male) ²	คน (person)	40	134	42	170	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	8.23%	13.99%	3.91%	11.61%	-
• เพศหญิง (Female) ²	คน (person)	39	232	50	217	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	8.02%	24.22%	4.66%	14.82%	-
• อายุน้อยกว่า 30 ปี (Age less than 30) ²	คน (person)	44	185	36	184	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	9.05%	19.31%	3.35%	12.57%	-
• อายุ 30 - 50 ปี (Age 30 - 50) ²	คน (person)	34	178	52	195	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	7.00%	18.58%	4.84%	13.32%	-
• อายุมากกว่า 50 ปี (Age over 50) ²	คน (person)	1	2	4	8	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	0.21%	0.21%	0.37%	0.55%	-
พนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ (Voluntary turnover rate)						
อัตราพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ (Voluntary employee turnover rate) ²	คน (person)	79	365	91	363	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	16.26%	38.10%	8.47%	24.80%	-
• เพศชาย (Male) ²	คน (person)	40	133	41	151	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	8.23%	13.88%	3.82%	10.31%	-

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
• เพศหญิง (Female) ²	คน (person)	39	232	50	212	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	8.02%	24.22%	4.66%	14.48%	-
• อายุน้อยกว่า 30 ปี (Age less than 30) ²	คน (person)	44	185	36	173	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	9.05%	19.31%	3.35%	11.82%	-
• อายุ 30 - 50 ปี (Age 30 - 50) ²	คน (person)	34	178	52	183	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	7.00%	18.58%	4.84%	12.50%	-
• อายุมากกว่า 50 ปี (Age over 50) ²	คน (person)	1	2	3	7	-
	% ของพนักงานทั้งหมด (% of total workforce)	0.21%	0.21%	0.28%	0.48%	-

ข้อมูลสิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร (Maternity / Parental Leave)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
จำนวนพนักงานที่มีสิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร (Total number of employees having the right of maternity / parental leave)²	คน (person)	250	210	167	252	-
• เพศชาย (Male) ²		0	0	0	131	-
• เพศหญิง (Female) ²		250	210	167	121	-
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร (Total number of employees using the right of maternity / parental leave)²	คน (person)	2	3	4	3	-
• เพศชาย (Male) ²		0	0	0	0	-
• เพศหญิง (Female) ²		2	3	4	3	-
พนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร (Total number of employees returning to work after maternity / parental leave)²	คน (person)	2	3	4	3	-
• เพศชาย (Male) ²		0	0	0	0	-
• เพศหญิง (Female) ²		2	3	4	3	-
พนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร (Total number of employees returning to work after maternity / parental leave)²	คน (person)	2	3	4	3	-
พนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร (Total number of employees returning to work after maternity / parental leave)²	% ของพนักงานที่กลับมาต่อจำนวนที่ใช้สิทธิทั้งหมด (% of total employees using the right of maternity / parental leave)	100.00%	100.00%	100.00%	100%	-
• เพศชาย (Male) ²	คน (person)	0	0	0	0	-
• เพศหญิง (Female) ²	คน (person)	2	3	4	3	-

ข้อมูลความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร (Employee Engagement)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร (Employee engagement score) ³	%	86%	86%	86%	86%	90%
• เพศชาย (Male)	% ของพนักงานที่ตอบแบบสอบถาม (% of total employee participating in engagement score)	n/a	n/a	n/a	52%	-
• เพศหญิง (Female)		n/a	n/a	n/a	48%	-
• อายุน้อยกว่า 30 ปี (Age less than 30)		n/a	n/a	n/a	12%	-
• อายุ 30 - 50 ปี (Age 30 - 50)		n/a	n/a	n/a	80%	-
• อายุมากกว่า 50 ปี (Age over 50)		n/a	n/a	n/a	8%	-

ข้อมูลการฝึกอบรม (Training)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
ชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน (Average employee training hour) ^{3,4}	ชั่วโมง (hour)	10,074.80	4,759.50	8,794.50	5,649	-
	ชั่วโมง/พนักงานทั้งหมด (hour/FTE)	37.18	4.97	8.19	22.50	-
• เพศชาย (Male) ^{3,4}	ชั่วโมง/พนักงานทั้งหมด (hour/FTE)	105.42	16.39	3.09	21.39	-
• เพศหญิง (Female) ^{3,4}	ชั่วโมง/พนักงานทั้งหมด (hour/FTE)	117.54	20.06	5.10	23.72	-
• ชั่วโมงการฝึกอบรมระดับบริหาร (Average top management level training hour) ^{3,4}	ชั่วโมง/พนักงานทั้งหมด (hour/FTE)	152.59	13.78	0.61	26.25	-
• ชั่วโมงการฝึกอบรมระดับจัดการ (Average junior management level training hour) ^{3,4}	ชั่วโมง/พนักงานทั้งหมด (hour/FTE)	117.72	25.46	1.66	30.25	-
• ชั่วโมงการฝึกอบรมพนักงานทั่วไป (Average non-management level training hour) ^{3,4}	ชั่วโมง/พนักงานทั้งหมด (hour/FTE)	108.65	17.08	5.92	20.80	-

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
งบประมาณทั้งหมดสำหรับการฝึกอบรม ต่อปี ⁴ (Average amount spent on training and development) ^{3,4}	บาท (baht)	4,786,000.00	1,042,460.00	1,461,320.00	439,258.45	-
งบประมาณการฝึกอบรมเฉลี่ยของ FTE ต่อคนต่อปี (Average amount spent per FTE on training and development) ^{3,4}	บาท/พนักงาน ทั้งหมด (baht/FTE)	5,684.09	1,088.16	1,360.63	1,750.00	-
• เพศชาย (Male) ^{3,4}	บาท (baht)	n/a	n/a	3,132.00	3,353.00	-
• เพศหญิง (Female) ^{3,4}	บาท (baht)	n/a	n/a	4,902.00	3,660.00	-
• พนักงานอายุน้อยกว่า 30 ปี (Employee age less than 30) ^{3,4}	บาท (baht)	n/a	n/a	66,217.83	52,501.00	-
• พนักงานอายุ 30 - 50 ปี (Employee age 30 - 50) ^{3,4}	บาท (baht)	n/a	n/a	681,649.20	351,757.00	-
• พนักงานอายุมากกว่า 50 ปี (Employee age over 50) ^{3,4}	บาท (baht)	n/a	n/a	59,602.17	35,001.00	-
จำนวนหลักสูตรการอบรมพนักงาน ทั้งหมดต่อปี (Total number of course per year) ^{3,4}	จำนวน (number)	62	35	80	72	-

ข้อมูลการบริจาคเพื่อการกุศล (Philanthropic Contributions)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)			
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
การบริจาคเงิน (Cash contributions) ³	บาท (baht)	n/a	2,007,770.01	490,000.00	425,120.00
ชั่วโมงอาสาของพนักงาน (Time: employee volunteering during paid working hours) ³	บาท (baht)	n/a	322,318	32,118	n/a
การบริจาคสิ่งของหรือการให้ด้านบริการ (In-kind giving: product or services donations, projects / partnerships or similar) ³	บาท (baht)	n/a	8,980,417.51	8,320,000.00	6,677,000.00
ค่าบริการจัดการด้านสังคมและชุมชน (Management overheads) ³	บาท (baht)	n/a	0	21,163	n/a

ข้อมูลอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
อัตราการเสียชีวิตจากการปฏิบัติงานของพนักงาน (Work-related fatalities of employees) ⁴	คน (person)	0	0	0	0	0
อัตราการเสียชีวิตจากการปฏิบัติงานของผู้รับเหมา (Work-related fatalities of contractors) ⁴	คน (person)	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บรุนแรงของพนักงาน (Serious work-related injuries of employees) ⁴	ครั้ง/1 ล้าน ชั่วโมงการทำงาน (n/million hours worked)	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บรุนแรงของผู้รับเหมา (Serious work-related injuries of contractors) ⁴	ครั้ง/1 ล้าน ชั่วโมงการทำงาน (n/million hours worked)	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานของพนักงาน (Lost time frequency injury rate of employees) ⁴	ครั้ง/1 ล้าน ชั่วโมงการทำงาน (n/million hours worked)	0	0	0	0	-
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานของผู้รับเหมา (Lost time frequency injury rate of contractors) ⁴	ครั้ง/1 ล้าน ชั่วโมงการทำงาน (n/million hours worked)	0	0	0	0	-
จำนวนวันขาดงาน / หยุดงานของพนักงานทั้งหมด (Amount of absent days for employees) ^{7,8}	วัน (day)	1,891	2,049	1,180	1,484	-
จำนวนวันทำงานต่อปี (Amount of work days per year) ^{7,8}	วัน (day)	735	738	729	245	-
จำนวนวันทำงานต่อปี x จำนวนพนักงานทั้งหมด (Work days x Number of employees) ^{6,7,8}	วัน (day)	357,210	353,502	347,733	60,515	-
อัตราการขาดงานของพนักงาน (Employee absentee rate) ^{6,7,8}	% ของจำนวนวันทำงานทั้งหมด (% of total days scheduled)	0.53%	0.58%	0.34%	2.45%	3.00%

คำนิยาม (Definition)

- * การบาดเจ็บขั้นรุนแรง หมายถึง การเข้ารับการรักษาเป็นผู้ป่วยในในโรงพยาบาล เพื่อสังเกตอาการหรือรักษาโดยทันทีหลังจากเกิดอุบัติเหตุและการบาดเจ็บ และมีผลให้หยุดงาน 1 วันขึ้นไป (Serious work-related injuries refer to staff and contractor injuries that require admission to the hospital for observation or immediate treatment after an accident, which leads to absence from duty for 1 day or more.)
- * การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน หมายถึง การบาดเจ็บจากการทำงานซึ่งเป็นผลให้เกิดข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้ [Lost Time Injury Frequency Rate (LTIFR) refers to record work-related injuries that result in one of the following:]
 - 1) การเสียชีวิตจากการทำงาน การหยุดงานตั้งแต่วันนับหลังจากวันที่เกิดอุบัติเหตุ (incident) และไม่นับวันหยุดของบริษัท การกำหนดให้ทำงานเฉพาะ หรือการโยกย้ายหน้าทำงาน การได้รับการรักษาที่มากกว่าการปฐมพยาบาล การสูญเสียสติสัมปชัญญะ และการวินิจฉัยการบาดเจ็บที่ต้องได้รับการกำหนัดการจากบุคลากรทางการแพทย์ เช่น ฉีดยา เย็บแผล ขูดเนื้อ เย็บวัตถุในลูกตา และได้รับยาที่ไม่ใช่กลุ่มปฐมพยาบาล (Work-related fatality, one or more days away from work following the date of an incident, restricted work or transfer to another job, medical treatment beyond first aid, loss of consciousness, or diagnosis of a significant injury / illness)
 - 2) การบาดเจ็บจากการทิ่มตำและของมีคมบาดซึ่งมีการปนเปื้อนของเลือดผู้อื่นหรือโอกาสการติดเชื้อจากวัสดุได้ ซึ่งโอกาสการติดเชื้อจากวัสดุดังกล่าวนั้นรวมถึงเนื้อเยื่อและอวัยวะของมนุษย์ และวัสดุที่ติดเชื้อ HIV หรือไวรัสตับอักเสบบี (Record needle stick injuries and cuts from sharp objects that are contaminated with another person's blood or other potentially infectious materials. Potentially infectious materials include human bodily fluids, tissues and organs, and materials infected with HIV or hepatitis B virus.)
 - 3) การโยกย้ายพนักงานออกเพื่อการเฝ้าระวังทางการแพทย์ตามมาตรฐานสำนักงานบริหารความปลอดภัยและอาชีวอนามัยแห่งชาติ สหรัฐอเมริกา (Record the required removal of an employee from medical surveillance due to an OSHA standard.)
- * การเจ็บป่วยจากการทำงาน หมายถึง การเจ็บป่วยจากการทำงานซึ่งเป็นผลให้เกิดข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้ (Disease-related illness rate refers to record work-related ill health that result in one of the following:)
 - 1) ผลกระทบย้อนหลังต่อสภาพร่างกายจิตใจหรือภาวะการรับรู้ของบุคคล (อาจรวมถึงโรคภัยทางอาชีพ การเจ็บป่วย และการเสียชีวิต หรือการเกิดการบาดเจ็บหรือภาวะทุพพลภาพ ไม่ว่าจะรวมหรือแยก) [Adverse effect on the physical, mental, or cognitive condition of a person (These adverse effects include occupational disease, illness, and death, or imply the presence of injury or ill health, either on their own or in combination.)]
 - 2) การสูญเสียการได้ยินซึ่งต้องมีการบันทึกตามแนวทางของการสูญเสียการได้ยินกรณีต่าง ๆ ซึ่งอ้างอิงไว้ในเว็บไซต์ (Record of certain hearing loss cases. Specific guidelines regarding hearing loss cases may be found online.) <https://www.osha.gov/recordkeeping/>
 - 3) ความผิดปกติอย่างร้ายแรงหรือมีนัยสำคัญที่เกิดจากการทำงาน ซึ่งบุคลากรทางการแพทย์ หรือผู้ให้บริการทางด้านสุขภาพระบุว่าผลการทดสอบเป็นบวก รวมถึงโรคจากการทำงาน เช่น มะเร็ง โรคเรื้อรังชนิดกลับคืนได้เป็นปกติ กระดูกหักหรือแตก ร้าว แก้วหูทะลุ (Record any serious or significant work-related disorder that is diagnosed by a physician or other licenced health care provider or identified by a positive medical test. These include work-related cases involving cancer, chronic irreversible disease, a fractured or cracked bone, or a punctured eardrum.)
 - 4) การโยกย้ายพนักงานออกเพื่อการเฝ้าระวังทางการแพทย์ตามมาตรฐานสำนักงานบริหารความปลอดภัยและอาชีวอนามัยแห่งชาติ สหรัฐอเมริกา (Record the required removal of an employee for medical surveillance due to an OSHA standard.)

ข้อมูลค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน (Equal Pay Analysis)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
• ค่าเฉลี่ยเงินเดือนระดับบริหาร (Average executive level – base salary only) ³	ค่าเฉลี่ยเพศหญิง ต่อเพศชาย (Difference between male and female)	n/a	n/a	0.96	0.78	-
• ค่าเฉลี่ยเงินเดือน และสวัสดิการอื่น ๆ ระดับบริหาร (Average executive level base salary + other cash incentives) ³	ค่าเฉลี่ยเพศหญิง ต่อเพศชาย (Difference between male and female)	n/a	n/a	1.07	0.83	-
• ค่าเฉลี่ยเงินเดือนระดับจัดการ (Average management level – base salary only) ³	ค่าเฉลี่ยเพศหญิง ต่อเพศชาย (Difference between male and female)	n/a	n/a	0.95	0.91	-
• ค่าเฉลี่ยเงินเดือน และสวัสดิการอื่น ๆ ระดับจัดการ (Average management level base salary + other cash incentives) ³	ค่าเฉลี่ยเพศหญิง ต่อเพศชาย (Difference between male and female)	n/a	n/a	0.88	0.90	-
• ค่าเฉลี่ยเงินเดือนของพนักงานทั่วไป (Average non-management – base salary only) ³	ค่าเฉลี่ยเพศหญิง ต่อเพศชาย (Difference between male and female)	n/a	n/a	1.35	1.35	-

หมายเหตุ (Remarks):

* n/a หมายถึง ไม่ได้เก็บข้อมูลสำหรับหัวข้อนั้น ๆ (n/a indicates that the data was not collected.)

¹ ผลการดำเนินงานปี 2561/62 ถึง 2563/64 เป็นข้อมูลของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% เท่านั้น
(Data on FY 2018/19 to FY 2020/21 only covers VGI and its subsidiaries that the Company holds 100% shareholding.)

² ผลการดำเนินงานปี 2561/62 ถึง 2562/63 ไม่รวมข้อมูลของ บจ.แรมบิท แคร์, บจ.แรมบิท แคร์ โบรกเกอร์ และ บจ.เอเอสเค ไตรริค กรุ๊ป
(Data on FY 2018/19 to FY 2019/20 is not inclusive of Rabbit Care Company Limited, Rabbit Care Broker Company Limited, and ASK Direct Group Company Limited.)

³ ผลการดำเนินงานเป็นข้อมูลของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% เท่านั้น
(Data only covers VGI and its subsidiaries that the Company holds 100% shareholding.)

⁴ ผลการดำเนินงานปี 2561/62 ถึง 2562/63 เป็นข้อมูลของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% เท่านั้น
(Data on FY 2018/19 to FY 2019/20 only covers VGI and its subsidiaries that the Company holds 100% shareholding.)

⁵ ผลการดำเนินงานเป็นข้อมูลของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% บจ.บางกอก สมาร์ทการ์ด ซิสเต็ม และ บจ.บีเอสเอส โฮลดิ้งส์ เท่านั้น
(Data only covers VGI and its subsidiaries that the Company holds 100% shareholding, Bangkok Smartcard System Company Limited and BSS Holdings Company Limited.)

⁶ ผลการดำเนินงานปี 2561/62 ไม่รวมข้อมูลของ บจ.บีเอสเอส โฮลดิ้งส์, บจ.แรมบิท แคร์, บจ.แรมบิท แคร์ โบรกเกอร์ และ บจ.เอเอสเค ไตรริค กรุ๊ป
(Data on FY 2018/19 is not inclusive of BSS Holdings Company Limited, Rabbit Care Company Limited, Rabbit Care Broker Company Limited, and ASK Direct Group Company Limited.)

⁷ ผลการดำเนินงานปี 2561/62 ถึง 2564/65 ไม่รวมข้อมูลของ บจ.แรมบิท แคร์, บจ.แรมบิท แคร์ โบรกเกอร์ และ บจ.เอเอสเค ไตรริค กรุ๊ป
(Data on FY 2018/19 to FY 2021/22 is not inclusive of Rabbit Care Company Limited, Rabbit Care Broker Company Limited, and ASK Direct Group Company Limited.)

⁸ ผลการดำเนินงานปี 2565/66 เป็นข้อมูลของบริษัทฯ เท่านั้น
(Data on FY2021/22 only covers VGI Public Company Limited.)

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Dimension)

การใช้พลังงาน (Energy Consumption)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
ปริมาณการใช้พลังงาน สิ้นเปลืองทั้งหมด (Total non-renewable energy consumption)⁵	เมกะวัตต์-ชม. (MWh)	5,159.52	4,709.62	4,183.91	4,086.78	4,643.56
• ปริมาณการใช้ไฟฟ้า ทั้งหมด (Total electricity consumption) ⁵	เมกะวัตต์-ชม. (MWh)	5,085.10	4,635.50	4,120.10	3,769.29	4,576.59
• ปริมาณการใช้ไฟฟ้าจาก แหล่งพลังงานทดแทน (Renewable electricity consumption)	เมกะวัตต์-ชม. (MWh)	-	-	-	600	-
• ปริมาณการใช้เชื้อเพลิง จากแหล่งพลังงาน สิ้นเปลือง (ถ่านหิน น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ ฯลฯ) [Non-renewable fuel (coal, oil, natural gas, etc.) purchased and consumed] ⁵	เมกะวัตต์-ชม. (MWh)	74.42	74.12	63.81	317.49	-

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emission)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
ปริมาณการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด (Total GHG emissions)⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	6,284.72	5,767.09	5,618.88	5,368.85	-
• ทางตรง (ขอบเขตที่ 1) (Total direct GHG emissions scope 1) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	2.58	2.57	1.96	115.38	200
• ทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2) (Total indirect greenhouse gas emissions scope 2: location-based) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	3,043.94	2,774.81	2,466.29	1,976.33	2,500
• ทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2) (Total indirect greenhouse gas emissions Scope 2: Market-based) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	3,043.94	2,774.81	2,466.29	1,896.82	2,500
• ทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขตที่ 3) (Scope 3 GHG emission) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	3,238.20	2,989.70	3,150.63	3,277.15	-

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมขอบเขตที่ 3 (Scope 3 GHG Emission)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
ปริมาณการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขตที่ 3) ทั้งหมด (Total scope 3 GHG emissions)⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	6,284.72	5,767.09	5,618.88	3277.15	-
• Cat 1 - Purchased goods and activities (การซื้อวัตถุดิบและบริการมาใช้ภายในองค์กร) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	2.58	2.57	1.96	9.86	-
• Cat 2 - Capital goods (สินค้าประเภททุนที่องค์กรซื้อเข้ามา) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	3,043.94	2,774.81	2,466.29	-	-
• Cat 3 - Fuel-and energy-related activities (กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	3,238.20	2,989.70	3,150.63	355.14	-
• Cat 4 - Upstream transportation and distribution (การขนส่งและกระจายสินค้าจากต้นน้ำ) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	-	-	-	-	-
• Cat 5 - Waste generated in operations (ของเสียจากการดำเนินกิจกรรมในองค์กร) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	-	-	-	43.02	-
• Cat 6 - Business travel (การเดินทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขององค์กร) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	7.86	3.93	1.47	2.79	-
• Cat 7 - Employee commuting (การเดินทางของพนักงาน) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	-	-	-	324.46	-
• Cat 8 - Upstream leased Assets (สินทรัพย์ที่เช่ามาในส่วนต้นทาง) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	-	-	-	-	-
• Cat 9 - Downstream transportation and distribution (การขนส่งและกระจายสินค้า) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	-	-	-	-	-
• Cat 10 - Processing of sold products (การแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่องค์กรจำหน่าย) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	-	-	-	-	-
• Cat 11 - Use of sold products (การใช้งานของผลิตภัณฑ์) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	-	-	-	-	-

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
• Cat 12 - End-of-life treatment of sold products (การกำจัดซากผลิตภัณฑ์) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	-	-	-	-	-
• Cat 13 - Downstream leased assets (สินทรัพย์ที่เข้ามาหลังผ่านการผลิตขององค์กร) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	-	-	-	2,367.40	-
• Cat 14 - Franchises (องค์กรสัมปทานหลังผ่านการผลิตขององค์กร) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	-	-	-	-	-
• Cat 15 - Investments (การลงทุน) ⁵	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (tCO ₂ e)	-	-	-	174.48	-

การใช้น้ำ (Water Consumption)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
ปริมาณการใช้น้ำสุทธิทั้งหมด (Total water use)³ - TDS < 1,000 mg/L	ล้าน ลูกบาศก์เมตร (Mm ³)	0.000744	0.000743	0.000466	0.000461	0.000706
• การดื่มน้ำมาใช้: ปริมาณการ ดื่มน้ำประปาจากเทศบาล ทั้งหมด (Withdrawal: total municipal water supplies) ³ - TDS < 1,000 mg/L	ล้าน ลูกบาศก์เมตร (Mm ³)	0.003721	0.003715	0.002331	0.002303	0.002500
• การทิ้งน้ำ: ปริมาณ การทิ้งน้ำไปยังเทศบาล ทั้งหมด (Water discharge: total sewage) ³ - TDS < 1,000 mg/L	ล้าน ลูกบาศก์เมตร (Mm ³)	0.002977	0.002972	0.001865	0.001843	-

การจัดการของเสีย (Waste Management)

ตัวชี้วัด (Indicator)	หน่วย (Unit)	ผลการดำเนินงาน (Performance Result)				เป้าหมาย (Target)
		ปี 2562/63 (FY 2019/20)	ปี 2563/64 (FY 2020/21)	ปี 2564/65 (FY 2021/22)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)	ปี 2565/66 (FY 2022/23)
ปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นทั้งหมด (Total waste generated) ³	เมตริกตัน (metric tonnes)	14.75	16.12	17.94	31.99	-
• ปริมาณของเสียทั่วไป (Non-hazardous waste generation) ³	เมตริกตัน (metric tonnes)	14.75	16.12	17.94	14.68	-
• ปริมาณของเสียอันตราย (Hazardous waste generation) ³	เมตริกตัน (metric tonnes)	0.00	0.00	0.00	0	-
ปริมาณของเสียทั่วไป ที่นำมาใช้ใหม่ / รีไซเคิล / ขาย (Total waste used / recycled / sold) ³	เมตริกตัน (metric tonnes)	4.65	5.54	0.99	2.59	-
ปริมาณของเสียทั่วไปที่จัดเก็บ ในพื้นที่ (Total waste onsite storage) ³	เมตริกตัน (metric tonnes)	7.25	7.93	14.19	14.72	-
ปริมาณของเสียทั่วไปที่ ถูกกำจัดทั้งหมด (Total waste disposed) ³	เมตริกตัน (metric tonnes)	2.85	2.65	2.76	14.68	17
• การฝังกลบ (Landfill) ³	เมตริกตัน (metric tonnes)	2.85	2.65	2.76	14.68	-

หมายเหตุ (Remarks):

- * ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขตที่ 3) ประกอบด้วย การเดินทางทางธุรกิจ การใช้กระดาษ และปริมาณการใช้ไฟฟ้าจากผู้เช่าพื้นที่เชิงพาณิชย์ [The data used to calculate other indirect gas emissions (Scope 3) covers emissions from business travel, paper consumption, and electricity consumption from merchandising space tenants.]
- * ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณหาปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยอ้างอิงข้อมูล Emission Factor จาก Journal ขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ฉบับเดือนมีนาคม 2564 [The emission factors for carbon dioxide emissions are referenced from the Journal of Thailand Greenhouse Gas Management Organisation (Public Organisation) published in March 2021.]
- * เนื่องจากอาคาร / สำนักงานของบริษัทฯ ตั้งอยู่ในพื้นที่เช่าซึ่งบริษัทฯ ไม่สามารถเก็บข้อมูลปริมาณน้ำที่ใช้ และจ่ายค่าน้ำเป็นแบบเหมาจ่าย จึงใช้ข้อมูลสำหรับการคำนวณหาปริมาณการใช้น้ำ และน้ำทิ้งโดยอ้างอิงจากค่าเฉลี่ยการใช้น้ำต่อคน/ต่อวันจากการประสานครหลวง (The Company's buildings / offices are located in a leased area where the Company cannot collect water-use data, thus water consumption is calculated referencing to the average daily water consumption volume and discharge from the Metropolitan Waterworks Authority.)
- ¹ ผลการดำเนินงานปี 2561/62 ถึง 2563/64 เป็นข้อมูลของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% เท่านั้น (Data on FY2018/19 to FY2020/21 only covers VGI and its subsidiaries that the Company holds 100% shareholding.)
- ² ผลการดำเนินงานปี 2561/62 ถึง 2562/63 ไม่รวมข้อมูลของ บจ.แรมบิท แคร์, บจ.แรมบิท แคร์ โบรกเกอร์ และ บจ.เอสเค ไตรเร็ค กรุ๊ป (Data on FY 2018/19 to FY 2019/20 is not inclusive of Rabbit Care Company Limited, Rabbit Care Broker Company Limited, and ASK Direct Group Company Limited.)
- ³ ผลการดำเนินงานเป็นข้อมูลของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% เท่านั้น (Data only covers VGI and its subsidiaries that the Company holds 100% shareholding.)
- ⁴ ผลการดำเนินงานปี 2561/62 ถึง 2562/63 เป็นข้อมูลของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% เท่านั้น (Data on FY 2018/19 to FY 2019/20 only covers VGI and its subsidiaries that the Company holds 100% shareholding.)
- ⁵ ผลการดำเนินงานเป็นข้อมูลของบริษัทฯ บริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% บจ.บางกอก สมาร์ทการ์ด ซิสเต็ม และ บจ.บีเอสเอส โฮลดิ้งส์ เท่านั้น (Data only covers VGI and its subsidiaries that the Company holds 100% shareholding, Bangkok Smartcard System Company Limited and BSS Holdings Company Limited.)

ขอบเขตการเปิดเผยข้อมูลของรายงานความยั่งยืนปี 2565/66 (Performance Summary Disclosure Boundaries)

บริษัท (Company)	สัดส่วน การถือหุ้น (Shareholding) (%)	สิ่งแวดล้อม (Environment)				สังคม (Social)	
		พลังงาน (Energy)	ก๊าซเรือนกระจก (GHG)	น้ำ (Water)	ของเสีย (Waste)	HR	Safety
บมจ.วีจีไอ จำกัด (มหาชน) (VGI Public Company Limited)	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บจ.วีจีไอ แอควีโรว์ไทยซิ่ง มีเดีย (VGI Advertising Media Company Limited)	100.00	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บจ.888 มีเดีย (888 Media Company Limited)	100.00	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บจ.พอยท์ออฟวิว (พีไอวี) มีเดีย กรุ๊ป (Point of View (POV) Media Group Company Limited)	100.00	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บจ.บางกอก สمارตการ์ด ซิสเทม (Bangkok Smartcard System Company Limited)	90.00	✓	✓	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	✓	
บจ.บีเอสเอส โฮลดิ้งส์ (BSS Holdings Company Limited)	90.00	✓	✓	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	✓	
บจ.แรมบิทเพย์ ซิสเทม (Rabbit Pay System Company Limited)	80.00*	NA	NA	NA	NA	NA	
บจ.แรมบิท แคช (Rabbit Cash Company Limited)	77.00*	< 2 ปี / years					
บจ.แรมบิท แคร์ (Rabbit Care Company Limited)	51.09*	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	✓	
บจ.แรมบิท แคร์ โบรกเกอร์ (Rabbit Care Broker Company Limited)	100.00*	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	✓	
บจ.เอเชียไดเรกต์ กรุ๊ป (ASK Direct Group Company Limited)	100.00*	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	✓	
บจ.เอเชียไดเรกต์ อินชัวร์รันส์ โบรกเกอร์ จำกัด (Asia Direct Insurance Broker Company Limited)	100.00*	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	กำลังดำเนินการ / In progress	
บจ.แฟนสลิ้งค์ คอมมูนิเคชัน (Fanslink Communication Company Limited)	51.00*	< 2 ปี / < 2 years				✓	< 2 ปี / < 2 years
บมจ.ซูเปอร์ เตอร์ทิล (Super Turtle Public Company Limited)	60%	< 2 ปี / < 2 years					

หมายเหตุ (Remarks):

สัดส่วนความครอบคลุมของข้อมูล 85% ของสัดส่วนรายได้ (Data coverage 85% of revenue)

* ถือหุ้นโดยบริษัทย่อยของ VGI (Shareholding by VGI's subsidiary companies)

* < 2 ปี หมายถึง บริษัทที่ถูกจัดตั้งขึ้น หรือ VGI ได้เข้าถือหุ้นมากกว่า 50% มาน้อยกว่า 2 ปี ดังนั้นจึงอยู่นอกขอบเขตการรายงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม (< 2 years is referred to as companies that were established or that VGI has held over 50% shares for a period of less than 2 years, thus outside of the scope of environmental and social reporting.)

* NA หมายถึง บริษัทที่ไม่มีได้มีสำนักงาน ดังนั้นจึงอยู่นอกขอบเขตการรายงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม (NA is referred to facility that does not have designated office, thus outside of the scope of environmental and social reporting.)

* กำลังดำเนินการ หมายถึง การรายงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของบริษัทนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินการ (In progress refers to environmental and social reporting of this company is in progress of consolidating.)

GRI CONTENT INDEX

(GRI 1)

GRI Standard / Other Source	Disclosure	Location (Page Number / Link / Comment)		External Verification	SDG Goal
		Thai	English		
General Disclosures					
GRI 2: General Disclosures 2021					
Organisation and its reporting practices					
2-1	Organisational details	25	101		
2-2	Entities included in the organisation's sustainability reporting	173	173		
2-3	Reporting period, frequency, and contact point	3	79		
2-4	Restatements of information	3	79		
2-5	External assurance	182 - 183	182 - 183		
Activities and workers					
2-6	Activities, value chain, and other business relationships	10	86		
2-7	Employees	153	153		8, 10
2-8	Workers who are not employees	166	166		8
Governance					
2-9	Governance structure and composition	25	101		5, 16
2-10	Nomination and selection of the highest governance body	See "Key Performances in Corporate Governance" Section in Annual Report 2022/23 (56-1 One Report)			5, 16
2-11	Chair of the highest governance body	See "Our Board of Directors" Section in Annual Report 2022/23 (56-1 One Report)			5, 16
2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	See "Corporate Governance Policy" Section in Annual Report 2022/23 (56-1 One Report)			16
2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	12 - 15	88 - 91		
2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	See "Corporate Governance Structure and Significant Information Regarding the Board of Directors, Sub-Committees, Management, Employees and Other Information" Section in Annual Report 2022/23 (56-1 One Report)			
2-15	Conflicts of interest	24 - 31	100 - 107		16
2-16	Communication of critical concerns	24 - 31	100 - 107		
2-17	Collective knowledge of the highest governance body	See "Duties and Responsibilities of the Sustainability Committee" Section in Annual Report 2022/23 (56-1 One Report)			
2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	See "Key Performances in Corporate Governance" Section in Annual Report 2022/23 (56-1 One Report)			
2-19	Remuneration policies	https://www.vgi.co.th/wp-content/uploads/2023/04/NRC-Charter_23-Mar-2023-en.pdf			

GRI Standard / Other Source	Disclosure	Location (Page Number / Link / Comment)		External Verification	SDG Goal
		Thai	English		
2-20	Process to determine remuneration	See "Key Performances in Corporate Governance" Section in Annual Report 2022/23 (56-1 One Report)			
2-21	Annual total compensation ratio	See "Key Performances in Corporate Governance" Section in Annual Report 2022/23 (56-1 One Report)			
Strategy, policies, and practices					
2-22	Statement on sustainable development strategy	5	81		
2-23	Policy commitments	20	96		16
2-24	Embedding policy commitments	20	96		
2-25	Processes to remediate negative impacts	24 - 31	100 - 107		
2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	24 - 31	100 - 107		16
2-27	Compliance with laws and regulations	18	94		
2-28	Membership associations	30 - 31	106 - 107		
Stakeholder engagement					
2-29	Approach to stakeholder engagement	16 - 19	92 - 95		
2-30	Collective bargaining agreements	53	129		8
Material Topics					
GRI 3: Material Topics 2021					
3-1	Process to determine material topics	12 - 15	88 - 91		
3-2	List of material topics	15	91		
Economic Performance					
GRI 201: Economic Performance 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
201-1	Direct economic value generated and distributed	57 - 61, 152	133 - 137, 152		8, 9
201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	67	143		
Procurement practices					
GRI 204: Procurement Practices 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
204-1	Proportion of spending on local suppliers	38	114		
Anti-corruption					
GRI 205: Anti-corruption 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	32 - 33, 36 - 40	108 - 109, 112 - 116		
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	26	102		16
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	29	105		16

GRI Standard / Other Source	Disclosure	Location (Page Number / Link / Comment)		External Verification	SDG Goal
		Thai	English		
Energy					
GRI 302: Energy 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
302-1	Energy consumption within the organisation	169	169	Yes	7, 8, 12, 13
302-4	Reduction of energy consumption	169	169		7, 8, 12, 13
Water and effluents					
GRI 303: Water and Effluents 2018					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
303-1	Interactions with water as a shared resource	70	146		
303-2	Management of water discharge-related impacts	70	146		
303-3	Water withdrawal	171	171	Yes	6
303-4	Water discharge	171	171	Yes	
303-5	Water consumption	171	171	Yes	6
Emissions					
GRI 305: Emissions 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	169	169	Yes	3, 12, 13, 14, 15
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	169	169	Yes	3, 12, 13, 14, 15
305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	169 - 170	169 - 170	Yes	
305-5	Reduction of GHG emissions	169 - 170	169 - 170		3, 12, 13, 14, 15
Waste					
GRI 306: Waste 2020					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
306-3	Waste generated	172	172	Yes	
306-4	Waste diverted from disposal	172	172	Yes	
306-5	Waste directed to disposal	172	172	Yes	
Supplier environmental assessment					
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	37	113		5, 8, 16
Employment					
GRI 401: Employment 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
401-1	New employee hires and employee turnover	50, 160 - 161	126, 160 - 161		5, 8, 10
401-3	Parental leave	163	163		5, 8,

GRI Standard / Other Source	Disclosure	Location (Page Number / Link / Comment)		External Verification	SDG Goal
		Thai	English		
Occupational health and safety					
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
403-1	Occupational health and safety management system	62	138		8
403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	63	139		8, 16
403-6	Promotion of worker health	63	139		3
403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	62 - 63	138 - 139		3, 8, 16
403-9	Work-related injuries	166	166	Yes	3, 8, 16
403-10	Work-related ill health	166	166		3, 8, 16
Training and education					
GRI 404: Training and Education 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
404-1	Average hours of training per year per employee	164	164		4, 5, 8, 10
404-2	Programmes for upgrading employee skills and transition assistance programmes	52	128		8
Diversity and equal opportunity					
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
405-1	Diversity of governance bodies and employees	26, 157 - 158	102, 157 - 158		5, 8
405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	168	168	Yes	5, 8, 10
Non-discrimination					
GRI 406: Non-discrimination 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	56	132		5, 8
Supplier social assessment					
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
414-1	New suppliers that were screened using social criteria	37	113		5, 8, 16
414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	39	115		5, 8, 16
Public policy					
GRI 415: Public Policy 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
415-1	Political contributions	30 - 31	106 - 107		16
Customer privacy					
GRI 418: Customer Privacy 2016					
3-3	Management of material topics	12 - 15	88 - 91		
418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	32	120		16



LRQA Independent Assurance Statement

Relating to VGI PUBLIC COMPANY LIMITED's Sustainability Report for the FY 2022/23

This Assurance Statement has been prepared for VGI PUBLIC COMPANY LIMITED in accordance with our contract but is intended for the readers of this Report.

Terms of engagement

LRQA (Thailand) Limited was commissioned by VGI PUBLIC COMPANY LIMITED (VGI) to provide independent assurance on its sustainability report FY 2022/23 for the period from April 2022 to March 2023 ("the report") against the AccountAbility's AA1000AS v3 assurance criteria to a moderate level of assurance and materiality level of the professional judgement of the verifier is applied, where the scope was a Type 2 engagement.

Our assurance engagement covered VGI's operations and activities in Thailand only and specifically the following requirements:

- Evaluating VGI's adherence to AA1000 AccountAbility Principles (2018) of Inclusivity, Materiality, Responsiveness and Impact.
- Confirming that the report is in accordance with GRI Standards 2021¹
- Evaluating the reliability of data and information for only the selected environmental indicators listed below:
 - GRI 302-1 Energy consumption within the organization and intensity
 - GRI 303-3, 303-4 and 303-5 Water withdrawal/discharge and consumption
 - GRI 305-1 Direct Greenhouse Gas Emissions (Scope 1)²
 - GRI 305-2 Indirect Greenhouse Gas Emissions (Scope 2)²
 - GRI 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions (Paper consumption, Business travel and Electricity consumption from merchandising space tenants)²
 - GRI 306-3, 306-4 and 306-5 Waste generated Waste diverted from disposal Waste directed to disposal
 - GRI 403-9 Work-related injuries and absenteeism rate
 - GRI 405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men (Gender Pay Gap)

Our assurance engagement excluded the data and information of VGI's operations and activities outside Thailand, as well as suppliers, contractors and any third parties mentioned in the report.

LRQA's responsibility is only to VGI. LRQA disclaims any liability or responsibility to others as explained in the end footnote. VGIs' responsibility is for collecting, aggregating, analysing and presenting all the data and information within the report and for maintaining effective internal controls over the systems from which the report is derived. Ultimately, the report has been approved by, and remains the responsibility of VGI.

LRQA's Opinion

Based on LRQA's approach nothing has come to our attention that would cause us to believe that VGI has not, in all material respects:

- Met the requirements above
- Covered all the issues that are important to the stakeholders and readers of this report.
- Disclosed reliable performance data and information as no errors or omissions were detected

The opinion expressed is formed on the basis of a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier.

Note: The extent of evidence-gathering for a moderate level of assurance engagement is less than for a moderate level of assurance engagement. Moderate assurance engagements focus on aggregated data rather than physically checking source data at sites. Consequently, the level of assurance obtained in a moderate assurance engagement is substantially lower than the assurance that would have been obtained had a moderate assurance engagement been performed.

¹ <https://www.globalreporting.org>

² GHG quantification is subject to inherent uncertainty.



LRQA's approach

LRQA's assurance engagements are carried out using AA1000AS v3. The following tasks though were undertaken as part of the evidence gathering process for this assurance engagement:

- Assessing VGI's approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this by interviewing VGI's management who engage consolidate data and information as well as reviewing documents and associated records.
- Reviewing 's process for identifying and determining material issues to confirm that the right issues were included in their report. We also tested the filters used in determining material issues to evaluate whether VGI makes informed business decisions that may create opportunities which contribute towards sustainable development.
- Auditing VGI's data management systems to confirm that there were no significant errors, material mis-statements in the report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling procedures, instructions, and systems, including those for internal verification. We also spoke with those key people responsible for compiling the data and drafting the report.
- Sampling of evidence presented at VGI's head office in Bangkok to confirm the reliability of the selected environmental and social indicators. The extent of evidence sampled for the selected indicators reflected the level of assurance applied.

Observations

Further observations and findings, made during the assurance engagement, is:

- Stakeholder inclusivity: We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from VGI's stakeholder engagement process. VGI applied proxy system to represent stakeholder's concerns about how VGI's operations may impact on.
- Materiality: We are not aware of any material issues concerning VGI's sustainability performance that have been excluded from the report. VGI has processes for identifying and determining material issues based on a set of unbiased criteria and qualitative impact valuation.
- Responsiveness: VGI has addressed the concerns of stakeholders in relation to GHG emissions, media content as well as OH&S.
- Impact: VGI has processes to evaluate impacts related to climate change and other significant impacts.
- Reliability: Data management systems are properly defined for the selected environmental and social indicators.

LRQA's standards, competence and independence

LRQA ensures the selection of appropriately qualified individuals based on their qualifications, training and experience. The outcome of all verification and certification assessments is then internally reviewed by senior management to ensure that the approach applied is rigorous and transparent.

This verification is the only works undertaken by LRQA for VGI PUBLIC COMPANY LIMITED and as such does not compromise our independence or impartiality.

Dated: 15 June 2023

Opart Charuratana
LRQA Lead Verifier

On behalf of LRQA (Thailand) Limited

No.9, G Tower Grand Rama 9, FL. 30, Room H14,

Rama 9 Rd., HuayKwang, Bangkok, 10310, THAILAND

LRQA reference: BGK00000926B

LRQA Group limited its affiliates included LRQA (Thailand) Limited and subsidiaries, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'LRQA'. LRQA Group limited assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract.

The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA Group limited assumes no responsibility for versions translated into other languages.

This Assurance Statement is only valid when published with the Report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.

Copyright © LRQA Group limited 2023.

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน (SURVEY OF READERS' OPINIONS)

ข้อเสนอแนะของผู้อ่านที่มีต่อรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565/66 จะนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืนในอนาคต
Your views and suggestions towards the 2022/23 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 ลูกค้า คู่ค้า หน่วยงานของรัฐ
(Shareholder / Investor) (Customer) (Supplier) (Government Agency)
 สื่อมวลชน พนักงานของบริษัทฯ ชุมชนใกล้เคียง/สถานประกอบการ
(Media) (Employee) (Communities)
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
(Others – please specify)

3. ความพึงพอใจต่อรูปแบบรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565/66

(Please rate your satisfaction of the presentation of 2022/23 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.)

กระบวนการประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Assessment)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Policy and Goals)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ (Corporate Governance and Business Conduct)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต (Risk and Crisis Management)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
นวัตกรรม (Innovation)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
ความปลอดภัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Information Technology Security and Personal Data Privacy)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี (Human Resources Development and Well-being)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
สิทธิมนุษยชน (Human Rights)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
การพัฒนาสังคมและชุมชน (Social and Community Development)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา (Responsibility Towards Advertising and Media Content)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน (Climate and Energy Strategy)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
การจัดการของเสีย (Waste Management)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainability Performance Result)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)

5. กรุณาระบุประเด็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อปรับปรุงรายงานความยั่งยืนฉบับต่อไป

Please provide other comments or suggestions to improve the Sustainability Report.

.....
.....

กรุณาส่งแบบสอบถามมาที่:

ฝ่ายเลขานุการบริษัท
บริษัท วิจิไอ จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 21 ชั้น 9 อาคารทีเอสที ทาวเวอร์
ถนนวิภาวดี-รังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 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



VGI PUBLIC COMPANY LIMITED

**21 TST TOWER, 9TH FLOOR, VIPHAVADI-RANGSIT ROAD,
CHOMPHON, CHATUCHAK, BANGKOK 10900, THAILAND
TEL. +66 (0) 2273 8884 FAX. +66 (0) 2273 8883
WWW.VGI.CO.TH**