



25
YEARS
AND GROWING

THE WORLD'S
MOST SUSTAINABLE
MEDIA COMPANY

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2566/67
SUSTAINABILITY REPORT 2023/24





ได้รับการจัดอันดับ 1 ของโลกในอุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ และความบันเทิง เป็นปีที่ 2 ติดต่อกันจากการประเมินผลของ S&P Global (อยู่ในเกณฑ์การประเมินเป็น Top 1%)

บริษัทฯ รู้สึกเป็นเกียรติและซึ่งใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับรางวัลอันทรงคุณค่าต่าง ๆ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นเครื่องแสดงถึงการยอมรับในความทุ่มเทของบริษัทฯ แต่ยังคงกระตุ้นให้เราตั้งใจเพื่อความเป็นเลิศอย่างไม่หยุดยั้ง บริษัทฯ ขอน้อมรับความชื่นชมนี้ด้วยความจริงใจและมุ่งมั่นที่จะพัฒนาเพื่ออนาคตที่ดีขึ้นต่อไป



ได้รับรางวัล Thailand Top Corporate Brand Hall of Fame 2023 สุดยอดองค์กรที่มีมูลค่าแบรนด์สูงสุด 5 ปีติดต่อกัน ซึ่งจัดขึ้นโดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสื่อในเครือผู้จัดการ



ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ตั้งแต่ปี 2560



ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในระดับดีเลิศประจำปี 2566 เป็นปีที่ 8 ติดต่อกันจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย



ได้รับการจัดอันดับเป็นหุ้นความยั่งยืนระดับ“AA” ภายใต้ SET ESG Rating กลุ่มภาคการบริการประจำปี 2566 ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนติดต่อกันเป็นปีที่ 3



เป็นส่วนหนึ่งของดัชนี SET100 ระหว่างช่วงเวลามกราคม - มิถุนายน 2567



เป็นส่วนหนึ่งของดัชนี ประเภทดัชนี MSCI SmallCap เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน โดย Morgan Stanley Capital International (MSCI) index



ได้รับการรับรองฉลาก Carbon Neutral จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทด้านมีเดียแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย



รายงานความยั่งยืนประจำปี 2566/67

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

สารบัญ

01



บทนำ

1.1 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	5
1.2 สารจากประธานกรรมการ	7
1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร	8
1.4 VGI ฮีโคโนโลยี และห่วงโซ่คุณค่า	10

02



VGI กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.1 การประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน	14
2.2 การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	19
2.3 นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	23
2.4 รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืนในปี 2566/67	26

03



VGI กับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ

3.1 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	28
3.2 การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	34
3.3 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	38
3.4 นวัตกรรม	42
3.5 ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	46

04



VGI กับความยั่งยืนด้านสังคม

4.1 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	50
4.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	52
4.3 สิทธิมนุษยชน	57
4.4 การพัฒนาสังคมและชุมชน	60
4.5 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	64
4.6 ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา	66

05



VGI กับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

5.1 กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน	68
5.2 การจัดการของเสีย	73

06



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

6.1 ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	154
6.2 ดัชนีชี้วัดตามมาตรฐาน GRI	155
6.3 การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	156
6.4 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน	159

01



บทนำ

- 1.1 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
- 1.2 สารจากประธานกรรมการ
- 1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร
- 1.4 VGI อีโคซิสเต็ม และห่วงโซ่คุณค่า





VGI

thairways.com

021-7700518

Dunkin'

7-Eleven

7-Eleven

PIUS

PIUS

PIUS

1.1 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

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

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน) (“VGI” หรือ “บริษัทฯ”) ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา เพื่อสื่อสารวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ การบริหารจัดการ กระบวนการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามประเด็นความยั่งยืนที่มีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนและธุรกิจ รวมถึงเพื่อรายงานความก้าวหน้าของผลการดำเนินงานในมิติต่าง ๆ โดยรายงานความยั่งยืนประจำปี 2566/67 ฉบับนี้ มีเนื้อหาครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในช่วงระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2566 ถึง 31 มีนาคม 2567


การจัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ เป็นไปตามแนวทางและมาตรฐาน GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) ซึ่งได้มีการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนทั้งหมด 13 ประเด็น โดยผลการดำเนินงานครอบคลุมถึงการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ในประเทศไทย รวมถึงบริษัทย่อยต่าง ๆ ที่ VGI มีสัดส่วนการถือหุ้นเกินร้อยละ 50 และมีอำนาจในการควบคุมการดำเนินงาน โดยตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปิดเผยในรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ได้รับการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระ Lloyd’s Register Quality Assurance (LRQA) เพื่อรับรองความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และความน่าเชื่อถือ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบแล้วในปี 2566/67 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 นอกจากนี้ รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ยังได้ผ่านการพิจารณาและอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

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

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ฝ่ายเลขานุการบริษัท บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

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

 +66 (0) 2273 8884

 อีเมล: vgisustainability@vgi.co.th



1.2 สารจากประธานกรรมการ

(GRI 2-22)

เรียน ท่านผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

ปีนี้เป็นปีที่ VGI ครบรอบ 25 ปี ซึ่งถือว่าเป็นปีที่สำคัญอีกปีหนึ่ง โดยที่ผ่านมามีบริษัท ได้ดำเนินกิจการด้วยวิสัยทัศน์ “ผู้นำโซลูชันส์แห่งอนาคต” หรือ “The Pioneering Solutions for Tomorrow” มาโดยตลอด ซึ่งบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการบูรณาการระบบนิเวศให้มีความยืดหยุ่น ในการสร้างคุณค่าขององค์กรแบบยั่งยืนซึ่งถือเป็นหลักการพื้นฐานที่เรายึดถือในการดำเนินการมาโดยตลอด เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ผ่านนวัตกรรมด้านการบริการที่มีไอซีเอสเต็ม ที่สมบูรณ์แบบและครอบคลุม ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย ทั้งนี้ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา VGI ได้เผชิญกับความท้าทายจากหลายปัจจัยเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นบทบาทของเทคโนโลยีด้านเอไอ หรือ Artificial Intelligence (AI) ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจโลก หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของ VGI แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงเชื่อมั่นในกลยุทธ์ด้านการตลาดแบบ Offline-to-Online (O2O) โซลูชันส์ที่ VGI ใช้เป็นรากฐานมาอย่างยาวนาน และทำให้บริษัทฯ สามารถรับมือและปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงมาอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ VGI ยังมุ่งมั่นดำเนินงาน และสร้างการเติบโตทางธุรกิจสู่ทิศทางที่ยั่งยืนผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลายและการสร้างพันธมิตรที่แข็งแกร่ง โดยมีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) เป็นเข็มทิศในการพัฒนานวัตกรรม และดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อนำไปสู่อนาคตที่ยั่งยืน

VGI ตระหนักดีว่าการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะมีส่วนช่วยให้พันธกิจของเราสำเร็จและดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน นอกจากการสนับสนุนความยั่งยืนภายในองค์กร เรายังให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อประโยชน์ของสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอีกด้วย เรายึดมั่นในแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีด้วยความโปร่งใส ยุติธรรม และครบถ้วน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย นอกเหนือจากนี้ เรายังตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานที่เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เพราะเหตุนี้เราจึงดำเนินธุรกิจด้วยความเคารพสิทธิมนุษยชน โดยมีนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนมาเป็นแนวทางปฏิบัติที่สนับสนุนความหลากหลาย ความเสมอภาค และการไม่เลือกปฏิบัติ มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปีนี้ได้ดำเนินการทบทวนและตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence หรือ HRDD) โดยมีกระบวนการระบุมาตรการ ป้องกัน บรรเทา ผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของเราในปัจจุบัน นอกจากนี้ เรายังสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เนื้อหาด้านความยั่งยืนต่าง ๆ ไปสู่สายตาของสังคม เพื่อเป็นส่วนในการสร้างความตระหนักรู้ และผลักดันผลกระทบต่อสังคมอย่างต่อเนืองผ่านพื้นที่โฆษณาของ VGI เอง ในด้านสิ่งแวดล้อม เราเล็งเห็นถึงวิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อทั้งภาคธุรกิจ สังคม และชุมชนมาโดยตลอด เราจึงปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานของ VGI อย่างต่อเนื่อง โดย VGI ได้ผ่านการรับรองความเป็นกลางทางคาร์บอนเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน และยังคงสัดส่วนการใช้พลังงานจากพลังงานสะอาดให้ได้ร้อยละ 10 ของการดำเนินกิจการในปีที่ผ่านมา ผ่านการจัดการและลงทุนในใบรับรองเครดิตการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificates หรือ RECs) ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายประเทศไทยที่จะบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2593 และปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2608 ภายใต้ความตกลงปารีสของสหประชาชาติ

จากความมุ่งมั่นและการดำเนินการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ VGI ทำให้เราได้รับการยอมรับและการรับรองจากหน่วยงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยในปีนี้มีสมาชิกรัฐบาลที่เรารับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของดัชนีความยั่งยืนใน Sustainability Yearbook 2024 ซึ่งจัดอันดับโดย S&P Global เป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน และยังสามารถครองอันดับหนึ่งของโลกในหมวดอุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ และความบันเทิง เป็นปีที่ 2 ต่อเนื่อง ด้วยคะแนน 82/100 นอกจากนี้ เรายังได้รับการจัดอันดับหุ้นยั่งยืน (SET ESG Ratings) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในระดับ AA และได้รับคะแนนด้านการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” (5 ดาว) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นปีที่ 8 ติดต่อกัน

ท้ายที่สุดนี้ ผมขอขอบคุณคณะผู้บริหารและพนักงานทุกท่านที่เป็นส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนตั้งแต่ภายในองค์กรและขยายไปยังสังคมในวงกว้าง รวมถึงขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่ให้ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุนกับ VGI อย่างสม่ำเสมอ ผมรู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งและมั่นใจว่าความร่วมมือของทุกท่านจะช่วยให้ VGI เติบโตไปสู่ทิศทางที่ส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมและสิ่งแวดล้อมสู่อนาคตที่ยั่งยืนต่อไป



คีรี กาญจนพาสน์
ประธานกรรมการ

1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร

(GRI 2-23)

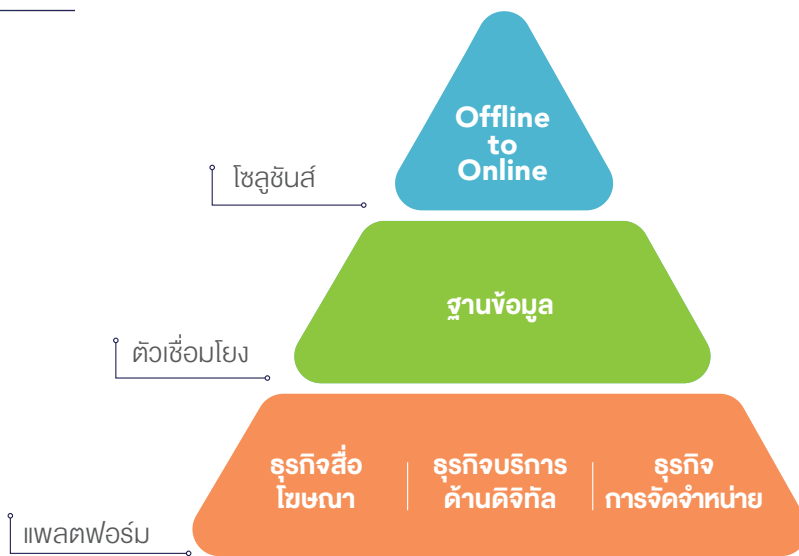
วิสัยทัศน์

โซลูชันสำหรับอนาคต

พันธกิจ

- เป็นผู้นำในการออกแบบประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภค
- เป็นผู้นำในการสร้างสรรค์แพลตฟอร์มใหม่ให้กับนักการตลาดและแบรนด์
- เป็นผู้นำในการสร้างธุรกิจที่ยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบตัว

คุณค่าองค์กร



V

VALUES คุณค่าขององค์กร

VGI เชื่อมั่นในการสร้างคุณค่าแบบยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น คู่ค้า และสังคม ซึ่งถือเป็นหลักการพื้นฐานที่ VGI ยึดถือในการดำเนินงานมาโดยตลอด

G

GROWTH การเติบโตทางธุรกิจ

VGI มีจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้นำธุรกิจ ในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูงสุด และพร้อมเป็นพันธมิตรกับผู้นำธุรกิจจากทั่วโลกที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจหลักที่เราได้อยู่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือหลักสำคัญที่ทำให้เราเติบโตอย่างแตกต่างตลอดมา

I

INNOVATION การสร้างนวัตกรรม

VGI ให้ความสำคัญกับดิจิทัล เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และโซลูชันส์ที่เข้ากับทุกเจเนอเรชัน ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้อย่างดีที่สุด

กลยุทธ์

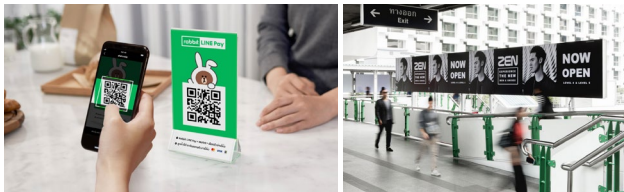
VGI ตั่งมั่นในการเป็นผู้นำตลาดที่ให้บริการการตลาดแบบ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชันส์ บริษัทฯ ได้วางรากฐานรูปแบบการดำเนินธุรกิจผ่านการเข้าลงทุนและสร้างพันธมิตรอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ของ VGI มีความชัดเจน โดยเรามุ่งเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแพลตฟอร์มออฟไลน์และออนไลน์ ผ่านการขยายฐานข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค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



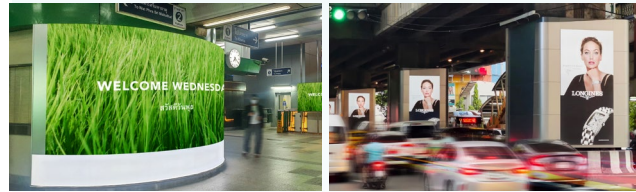
1.4 VGI อีโคซิสเต็ม และห่วงโซ่คุณค่า

(GRI 2-6)

VGI คือผู้ให้บริการด้านการตลาดแบบ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชันที่มีอีโคซิสเต็ม (Ecosystem) ที่สมบูรณ์และครบวงจรบนแพลตฟอร์ม 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจสื่อโฆษณา (Advertising) ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล (Digital Services) และธุรกิจการจัดจำหน่าย (Distribution) โดยบริษัทฯ มีจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้นำด้านการออกแบบประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของนักโฆษณาและแบรนด์ด้วยโซลูชันที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวผ่านอีโคซิสเต็มของบริษัทฯ ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯ ยังมีความมุ่งมั่นในการสร้างธุรกิจให้เติบโตควบคู่ไปพร้อมกับการคำนึงถึงประโยชน์แก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างยั่งยืน



ธุรกิจสื่อโฆษณา



สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน

VGI ได้รับสิทธิในการบริหารเครือข่ายสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนที่หลากหลาย ทั้งสื่อโฆษณาภาพนิ่งมากกว่า 37,000 ป้าย และเครือข่ายสื่อดิจิทัลบนรถไฟฟ้าและบนสถานีกว่า 2,300 จอ โดยมีศักยภาพในการเข้าถึงและสื่อสารกับผู้ชมสื่อนับล้านที่ใช้บริการระบบขนส่งมวลชนและเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมาย



สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน

VGI ได้รับสิทธิในการเผยแพร่สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงานที่มีเครือข่ายอาคารสำนักงานภายใต้การจัดการรวมทั้งสิ้นกว่า 203 อาคารในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงจอภาพภายในลิฟต์จำนวนกว่า 1,713 จอ ซึ่งสามารถกระจายโฆษณาและเข้าถึงกลุ่มพนักงานออฟฟิศได้เป็นจำนวนมาก



สื่อโฆษณากลางแจ้ง

ดำเนินการผ่านบริษัท ร็อคเทค โกลบอล จำกัด (มหาชน)¹ และบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีพื้นที่สื่อครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศซึ่งสามารถเข้าถึงผู้ชมสื่อโฆษณาจำนวนมาก ช่วยสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หมายเหตุ

¹ เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2566 บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ร็อคเทค โกลบอล จำกัด (มหาชน) (“ROCTEC”) อย่างเป็นทางการ



ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล

ธุรกิจบริการชำระเงินแบบไร้เงินสด



บริการชำระเงินในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ บนระบบขนส่งมวลชนและร้านค้าชั้นนำต่าง ๆ ทั่วประเทศ ปัจจุบันมีจำนวนผู้ถือบัตรแรมบิท และบัตรแรมบิทพร้อมแบรนด์ได้เพิ่มขึ้นกว่า 17.8 ล้านใบ โดยมีร้านค้าที่เป็นพันธมิตรมากกว่า 800 แบนด์จากหลากหลายประเภทธุรกิจ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บัตรแรมบิทสามารถใช้บัตรดังกล่าวในการทำธุรกรรมได้หลากหลายรูปแบบ



แรมบิท แคร่

ผู้นำด้านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประกันภัย (InsurTech) และผลิตภัณฑ์ทางการเงิน (FinTech) ของประเทศไทย



แรมบิท แคช

ผู้นำด้านการให้บริการสินเชื่อทางออนไลน์ที่ช่วยให้คนไทยสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย สะดวกสบาย และรวดเร็ว โดยปราศจากเงื่อนไขการให้สินเชื่อแบบดั้งเดิม



ธุรกิจการจัดจำหน่าย



บริษัท ซุปเปอร์ เทอร์เทิล จำกัด (มหาชน) "TURTLE"

เป็นบริษัทที่เติบโตอย่างรวดเร็วโดยมุ่งเน้นมอบความสะดวกสบายและคุณค่าให้แก่ลูกค้า ประกอบไปด้วย 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจร้านค้าปลีก ธุรกิจให้เช่าพื้นที่เชิงพาณิชย์ และธุรกิจสิ่งพิมพ์และหนังสือ

บริษัท แฟนสลิงค์ คอมมูนิตี้เซ็น จำกัด "Fanslink"

ผู้นำด้านการบริหารจัดการสินค้าจากแบรนด์ชั้นนำหลากหลายแพลตฟอร์ม พร้อมทั้งให้บริการในเชิงพาณิชย์อย่างครอบคลุมและบริการปรึกษาด้านกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดแก่แบรนด์ต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแบรนด์ชั้นนำ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและความงาม รวมถึงอุปกรณ์สมาร์ทโฮมต่าง ๆ



fanslink

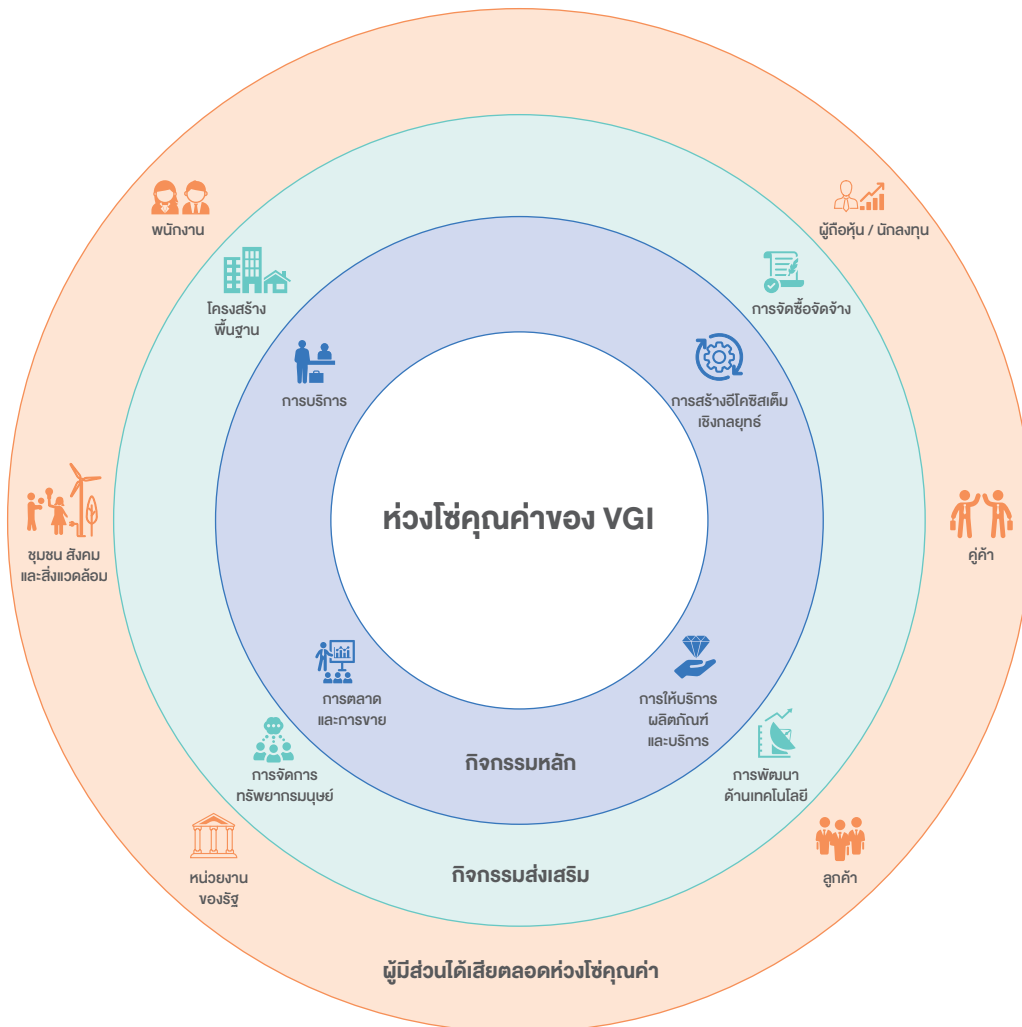
ห่วงโซ่คุณค่าของ VGI

(GRI2-6)

VGI มุ่งแสวงหาโอกาสทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องผ่านการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์และการบูรณาการห่วงโซ่คุณค่าอย่างมีชั้นเชิง ทั้งในแพลตฟอร์มธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล และธุรกิจการจัดจำหน่าย โดยภายใต้ธุรกิจสื่อโฆษณาหลักของ VGI นั้น บริษัทฯ ยังคงดำเนินการพัฒนาช่องทางการนำเสนอสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักโฆษณา และแบรนด์ต่าง ๆ อีกทั้ง การวิเคราะห์ข้อมูลการใช้จ่ายจากธุรกิจบริการด้านดิจิทัลของบริษัทฯ ยังทำให้บริษัทฯ สามารถยกระดับ การให้บริการสื่อโฆษณาที่เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับแบรนด์ได้มากขึ้น

นอกจากนี้ ยังส่งผลให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงพฤติกรรมและความสนใจของผู้บริโภคที่ทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านบริการชำระเงิน รวมถึงบริการทางการเงินอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยพัฒนาฐานข้อมูลของบริษัทฯ ในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น และทำให้บริษัทฯ สามารถสร้าง การรับรู้ในสินค้า (Awareness) สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับผู้บริโภค (Engagement) และยังสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภค ซื้อสินค้าหรือสมัครใช้บริการให้แก่ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (Conversion)

ในส่วนองธุรกิจการจัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของ ผู้บริโภค ทั้งการให้บริการร้านค้าปลีกบนระบบส่งมวลชน การบริหารจัดการพื้นที่ให้เช่าเชิงพาณิชย์บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส การบริหารจัดการสินค้าในหลากหลายแพลตฟอร์ม และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแบรนด์ชั้นนำของประเทศจีน เป็นต้น อีกทั้ง บริการชำระเงินของ VGI นั้น ยังช่วยส่งเสริมธุรกิจจัดจำหน่ายได้โดยการให้บริการชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสดให้กับผู้บริโภคอีกด้วย



02



VGI กับการพัฒนา อย่างยั่งยืน

- 2.1 การประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน
- 2.2 การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
- 2.3 นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 2.4 รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืนในปี 2566/67



2.1 การประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน

(GRI 3-1)

VGI มีการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาจากปัจจัยภายในและภายนอกที่ครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงและผลกระทบของ VGI รวมถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย โดยปัจจัยภายในประกอบด้วย ผลกระทบจากความเสียหายและโอกาสทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินงานและห่วงโซ่มูลค่าของ VGI ส่วนปัจจัยภายนอกประกอบด้วย แนวโน้มของโลก ข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก และประเด็นด้านความยั่งยืนในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยการประเมินประเด็นสำคัญนี้ดำเนินการตามหลักการแบบทวิสารัตถภาพ หรือ Double Materiality Principle ซึ่งเป็นแนวคิดในการประเมินผลกระทบในบริบทของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environment, Social, and Governance หรือ ESG) ต่อภายในบริษัท และผลกระทบในบริบท ESG จากกิจกรรมตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่าที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เกณฑ์ในการประเมินผลกระทบอ้างอิงจากเกณฑ์การบริหารความเสี่ยงองค์กรของ VGI เพื่อให้สามารถนำประเด็นสำคัญเหล่านี้มาบูรณาการเข้ากับการประเมินปัจจัยความเสี่ยงของบริษัท ได้ในภายหลัง

นอกจากนี้ การประเมินประเด็นสำคัญได้ผ่านการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบจากหน่วยงานภายนอก และเป็นกระบวนการที่รวมอยู่ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรของบริษัท ทั้งนี้ VGI ได้จัดเรียงลำดับประเด็นสำคัญโดยพิจารณาจากระดับผลกระทบ โดยรวมที่ประเด็นเหล่านี้มีต่อบริษัท โดยมีคณะกรรมการบริษัท เป็นผู้ลงนามผลการประเมินตามหลักการของ GRI Standards 2021 ว่าด้วยการเปิดเผยข้อมูลเพื่อความยั่งยืน (GRI 3: Material Topics 2021) ซึ่งกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาและการประเมินประเด็นสำคัญของบริษัท มีดังนี้



1 การทำความเข้าใจบริบทขององค์กร

VGI มีการทบทวนการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กร บริบทด้านความยั่งยืน และความสัมพันธ์ที่องค์กรมีกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า นอกจากนี้ VGI ยังวิเคราะห์แนวโน้มความยั่งยืนระดับโลกและมาตรฐานสากลที่ทั้งอุตสาหกรรมเพื่อรวบรวมประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท และผู้มีส่วนได้เสีย 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 ESG Ratings)
- แนวโน้มของโลกในด้านต่างๆ ที่สำคัญต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน



2 การระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นและที่อาจเกิดขึ้นต่อประเด็นสำคัญ

VGI มีการหารือกับหน่วยงานภายในและผู้มีส่วนได้เสียภายนอก เพื่อระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง และที่อาจเกิดขึ้นจากประเด็นสำคัญที่มีผลต่อบริษัท ผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสิทธิมนุษยชน ครอบคลุมทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ



3 การประเมินนัยสำคัญของผลกระทบ

VGI ประเมินความสำคัญของผลกระทบที่ระบุไว้ โดยพิจารณาจากระดับและขอบเขตของผลกระทบ โอกาสที่จะเกิดผลกระทบ รวมถึงผลกระทบที่ไม่สามารถแก้ไขได้ นอกจากนี้ VGI ยังได้นำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (Expert Testing) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ มาพิจารณาประกอบการประเมินความสำคัญของผลกระทบ



4 การจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบที่มีนัยสำคัญในการรายงาน

VGI จัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนโดยพิจารณาจาก 2 หลักเกณฑ์ ได้แก่ ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและความสำคัญต่อผลกระทบทางธุรกิจของบริษัท เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นเป็น 3 ลำดับคือ สูง กลาง และต่ำ ผลการประเมินของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนได้ถูกนำเสนอต่อคณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยผ่านการรับรองจากคณะกรรมการบริหาร เพื่อทบทวนและตรวจสอบความถูกต้องของการจัดลำดับความสำคัญของผลการประเมินประเด็นสำคัญ และเพื่อให้คณะกรรมการบริษัท รับรองผลการประเมินว่ามีความสอดคล้องตามบริบทกลยุทธ์ของ VGI

สรุปประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ประเด็นด้านความยั่งยืน	ประเด็นด้านความยั่งยืนตามแนวทางของ GRI Standards	ขอบเขตของผลกระทบ		เป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (SDGs)
		ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร	
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. การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	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. ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	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. ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา	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

ระดับผลกระทบในแต่ละประเด็นความยั่งยืน

ระดับผลกระทบเชิงบวกในแต่ละประเด็นความยั่งยืน

ระดับผลกระทบเชิงลบในแต่ละประเด็นความยั่งยืน

- ▶ การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ
- ▶ การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
- ▶ ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา
- ▶ ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล
- ▶ การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

ผลกระทบเชิงบวกระดับสูง

- ▶ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และความเป็นอยู่ที่ดี
- ▶ สิทธิมนุษยชน
- ▶ การพัฒนาสังคมและชุมชน
- ▶ นวัตกรรม
- ▶ การจัดการของเสีย

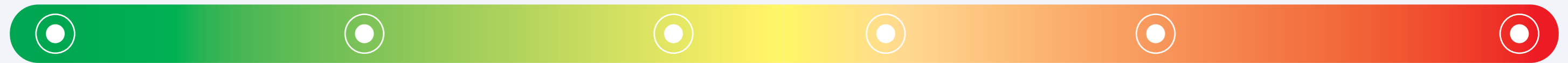
ผลกระทบเชิงบวกระดับต่ำ

- ▶ สิทธิมนุษยชน
- ▶ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และความเป็นอยู่ที่ดี
- ▶ การจัดการของเสีย
- ▶ นวัตกรรม

ระดับผลกระทบเชิงลบระดับต่ำ

- ▶ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- ▶ การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ
- ▶ ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล
- ▶ การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
- ▶ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ระดับผลกระทบเชิงลบระดับสูง



ผลกระทบเชิงบวกระดับกลาง

- ▶ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- ▶ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- ▶ กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน

ระดับผลกระทบเชิงลบระดับกลาง

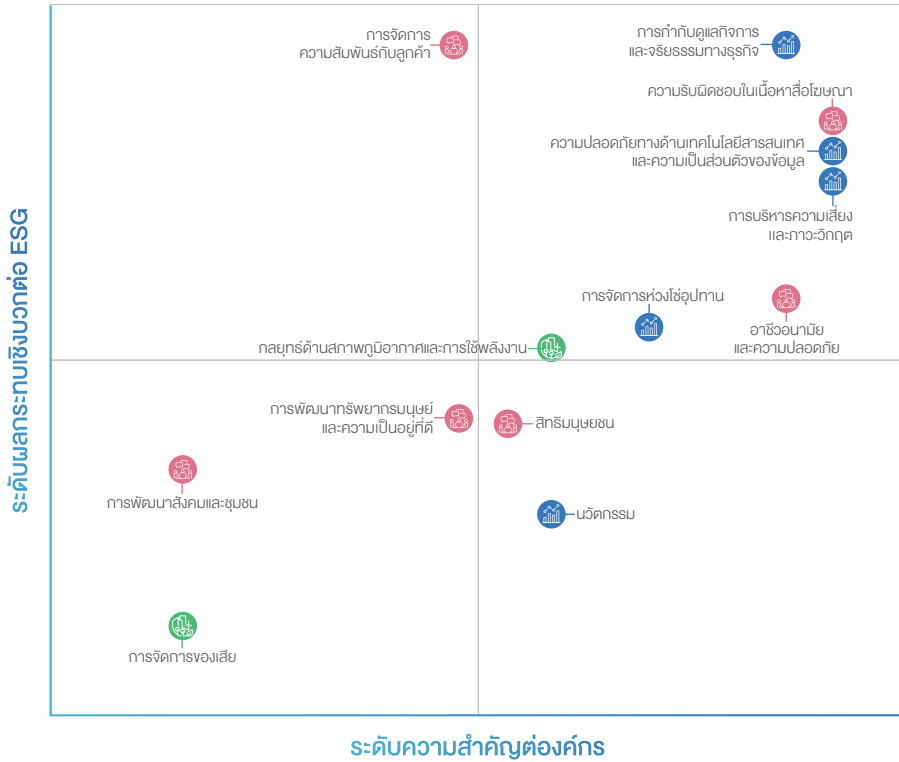
- ▶ ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา
- ▶ การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
- ▶ การพัฒนาสังคมและชุมชน
- ▶ กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน

ประเด็นด้านความยั่งยืน

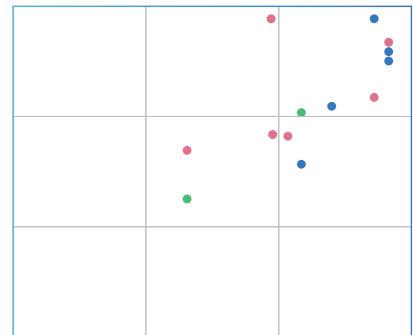
- ▶ ด้านสิ่งแวดล้อม
- ▶ ด้านสังคม
- ▶ ด้านเศรษฐกิจ และการกำกับดูแลกิจการ

ผลการประเมินตามหลักการแบบทวิสารัตถภาพ

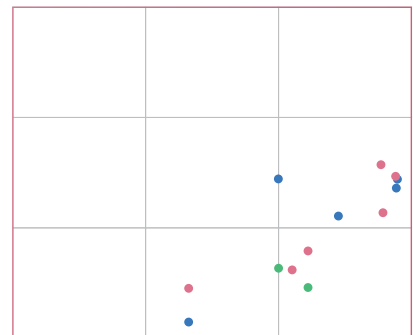
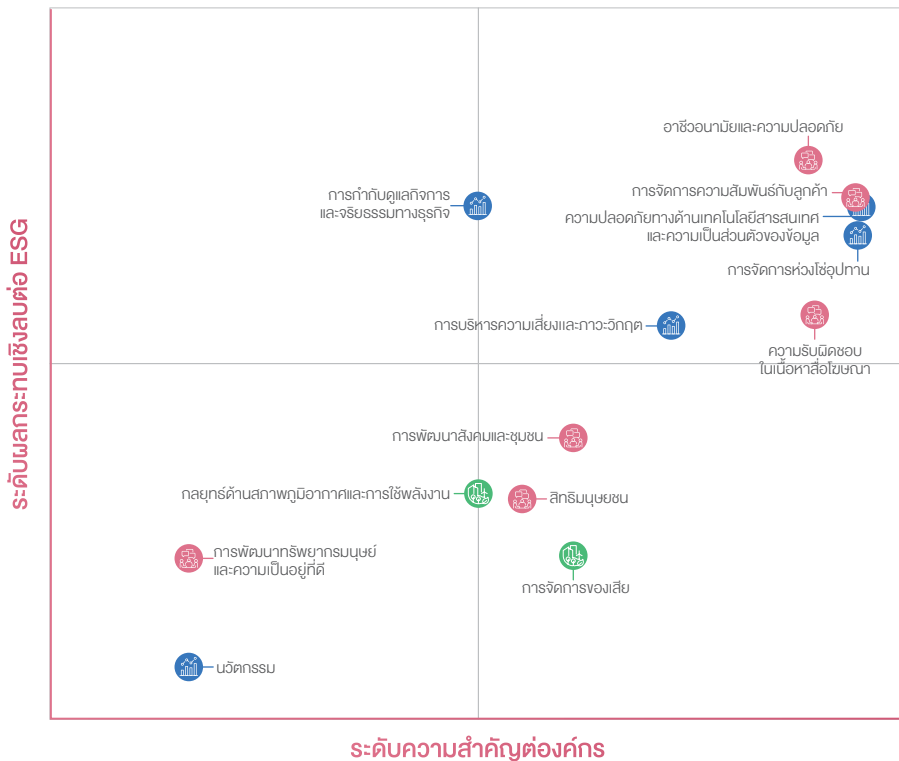
ผลกระทบเชิงบวกต่อผลกระทบขององค์กรในแต่ละประเด็นความยั่งยืน



- ด้านสิ่งแวดล้อม
- ด้านสังคม
- ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ



ผลกระทบเชิงลบต่อผลกระทบขององค์กรในแต่ละประเด็นความยั่งยืน

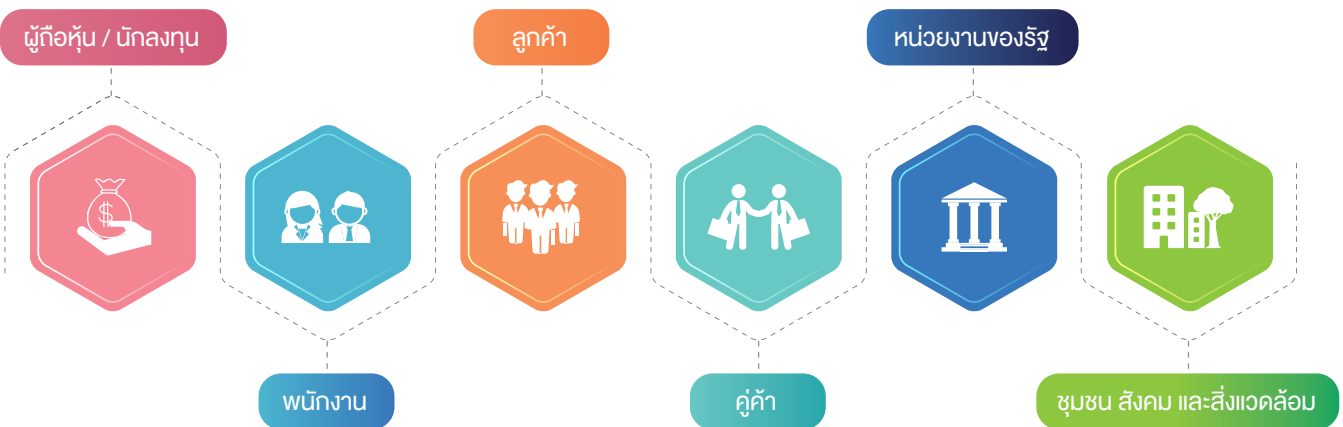


2.2 การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

(GRI 2-12, 2-29)

VGI เชื่อว่าผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว ดังนั้น บริษัทฯ จึงดูแลให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม เสมอภาค และเป็นธรรม อีกทั้งยังได้จัดทำนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการระบุผู้มีส่วนได้เสีย การระบุประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ การพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย การสื่อสาร และการแจ้งผลตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ บริษัทฯ จะกำหนดและระบุผู้มีส่วนได้เสียโดยพิจารณาจากระดับผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้เสียอาจได้รับจากการดำเนินงานของบริษัทฯ และระดับความจำเป็นในการพึ่งพาที่บริษัทฯ มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย

VGI ได้ระบุและประเมินลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรเป็นจำนวน 6 กลุ่ม และยังจัดให้มีช่องทางสื่อสารและวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้







ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน	
ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม	
การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี	การรายงานข่าวผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ต่าง ๆ
การรายงานผลประกอบการรายไตรมาสและรายปี โดยเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของ VGI และตลาดหลักทรัพย์ฯ	ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของบริษัทฯ ได้แก่ เว็บไซต์ Facebook อีเมล โทรศัพท์ เป็นต้น
ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ	
ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมทั้งมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีประสิทธิภาพ	เปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
ดำเนินกิจการที่มีผลประกอบการที่เติบโต มั่นคง และยั่งยืน	คำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม
การบริหารจัดการบริษัทฯ และปกป้องสิทธิของผู้ถือหุ้นในช่วงวิกฤตการระบาดของไวรัสโควิด-19	
ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง	
ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดี	จัดให้มีการอบรมพนักงานเพื่อให้มั่นใจถึงแนวปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานในการกำกับดูแลกิจการที่ดีและต่อต้านการทุจริต
ประเมินความเสี่ยงด้านการต่อต้านการคอร์รัปชันขององค์กรและได้รับการต่ออายุแนวร่วมภาคเอกชนต่อต้านคอร์รัปชัน (Collective Action Coalition of the Private Sector Against Corruption: CAC)	



พนักงาน

ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม

 สารจาก CEO ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในขององค์กร	 การสำรวจความพึงพอใจประจำปี
 ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กร เช่น VGI LINE Official Account, Intranet และพื้นที่ประชาสัมพันธ์ในสำนักงาน	 กล่องรับความคิดเห็น






ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ

 ปฏิบัติอย่างเสมอภาคและเคารพสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน	 ให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ
 ฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง	 ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม



มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกสุขลักษณะ และเหมาะสมตามหลักอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง

 มีผลความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับร้อยละ 97	 จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อดูแลพนักงาน
 ประกาศใช้นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน ทำการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และจัดการอบรมด้านสิทธิมนุษยชน	 จัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน
 จัดทำมาตรการและโครงการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน	







ลูกค้า



ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม

 การสำรวจความพึงพอใจประจำปี	 การรับเรื่องร้องเรียน ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน
 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดกิจกรรมระดมความคิดเห็นร่วมกัน เป็นต้น	 การรายงานข่าวผ่านทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ

 นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า ในราคาที่เป็นธรรมและเหมาะสม	 พัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง
 ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจของลูกค้า	 การปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง

 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเท่ากับร้อยละ 90	 พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจนได้รับการยอมรับจากภายนอก เช่น รางวัล The Most Innovative O2O Solutions for Payment and Logistics Platforms ในฐานะบริษัทชั้นนำที่มีนวัตกรรมล้ำสมัยที่สุดสำหรับแพลตฟอร์มดังกล่าว
---	--



ลูกค้า

ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม



กระบวนการคัดเลือกและการประเมินผลการปฏิบัติงานของลูกค้า



การประจุมร่วมกับลูกค้า

ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ



จัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้



ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญา

ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง



ลูกค้าลงนามรับทราบจริยธรรมลูกค้าที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG)



ลูกค้าได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยก่อนปฏิบัติงาน



หน่วยงานของรัฐ

ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม



การรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องตามระยะเวลาที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด



การสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง



การมีส่วนร่วมในกิจกรรม สัมมนา และโครงการของหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ



การปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎหมาย และกฎระเบียบบังคับที่กำหนด



เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอและครบถ้วน



เข้าร่วมโครงการหรือความร่วมมือใหม่ ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ

ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง



ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและบังคับที่กำหนดอย่างเคร่งครัด



เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานตามระยะเวลาและมากกว่าที่ข้อกำหนดเพื่อความโปร่งใส



เข้าร่วมโครงการด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) ของหน่วยงานภาครัฐ



ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม



ช่องทางการสื่อสาร เช่น ช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียน



การบริหารจัดการองค์กรโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม



กิจกรรมร่วมกับชุมชน



การใช้พื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ



พัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม



จำกัดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ



อยู่ร่วมกันกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน



มีส่วนร่วมการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง



กำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมการลดขยะ การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน และการสร้างแพลตฟอร์มที่สร้างสรรค์เพื่อเป็นกระบอกเสียงให้แก่สังคมวงกว้าง



จัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อลดของเสียและลดการใช้พลังงาน



ใช้พื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารเพื่อปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและร่วมพัฒนาสังคม



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

2.3 นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

VGI มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อประเด็นด้านความยั่งยืนเพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยยึดหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมแนวทางการดำเนินงานใน 7 ประเด็นหลักด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ สนับสนุนให้กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ ยึดถือปฏิบัติตามนโยบายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกันในองค์กรต่อไป โดย VGI ตระหนักดีว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะทำให้บริษัทฯ เติบโตได้อย่างยั่งยืนและเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นในระยะยาว ทั้งนี้ เพื่อยกระดับแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี และช่วยในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวางรากฐานเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่แข็งแกร่งให้กับบริษัทฯ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท จึงได้มีมติอนุมัติแต่งตั้ง “คณะกรรมการบรรษัทภิบาล” ขึ้น เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2558 เพื่อทำหน้าที่พิจารณา กำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมธุรกิจ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตและติดสินบน เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ รวมถึงกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบาย คู่มือ และแนวปฏิบัติต่าง ๆ

บริษัทฯ ยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการขยายขอบเขตความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลเพื่อให้ครอบคลุมหลักการและเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งเป็นส่วนต่อขยายจากหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยเหตุนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2566 จึงได้มีมติอนุมัติเปลี่ยนแปลงชื่อของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลเป็น “คณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน” และแก้ไขเพิ่มเติมกฎบัตรฯ ฉบับนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับมติดังกล่าว



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับกฎบัตรคณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

นอกจากนี้ VGI ยังได้แต่งตั้งคณะทำงานด้านความยั่งยืนทางธุรกิจซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการพิจารณานโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้องด้านความยั่งยืน การกำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืนทางธุรกิจเพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง การเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ รวมถึงการส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร โดยคณะทำงานด้านความยั่งยืนทางธุรกิจประกอบด้วยตัวแทนจากสายงานต่าง ๆ ภายในองค์กร ได้แก่ ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ฝ่ายปฏิบัติการและสนับสนุนงานแม่สรภานซิส ฝ่าย Brand & Marketing Communication ฝ่ายออกแบบกราฟิก และฝ่ายเลขานุการบริษัท นอกจากนี้ ผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนจะถูกรายงานไปยังคณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของ VGI เป็นประจำทุกไตรมาส



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ VGI มีการตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืนทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนความมุ่งมั่นด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดของแต่ละเป้าหมาย ดังนี้

ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมายระยะยาว 2563/64 – 2567/68	1 NO POVERTY	2 ZERO HUNGER	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	4 QUALITY EDUCATION	5 GENDER EQUALITY	6 CLEAN WATER AND SANITATION	7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	10 REDUCED INEQUALITIES	11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	13 CLIMATE ACTION	14 LIFE BELOW WATER	15 LIFE ON LAND	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS
 การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนของบริษัทฯ รวมถึงพนักงานของบริษัทย่อยหลักเข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ "ดีเลิศ" 																✓	✓
 การบริหารความเสี่ยง และภาวะวิกฤต	<ul style="list-style-type: none"> มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO – ERM 2017 								✓								✓	
 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	<ul style="list-style-type: none"> คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อจัดหาว่าจ้าง ที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับ 100% 					✓			✓			✓					✓	✓
 ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ 			✓					✓								✓	
 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับ 95% ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโฆษณา และการให้บริการของพนักงาน 								✓	✓		✓						✓
 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	<ul style="list-style-type: none"> อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 			✓	✓				✓		✓							
 อาชีพอนามัย และความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานและคู่ค้า ได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานความปลอดภัยร้อยละ 100 ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน 			✓					✓									
 กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ และการใช้พลังงาน	<ul style="list-style-type: none"> รักษาระดับการใช้พลังงานไฟฟ้าไม่ให้เพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐานปี 2562 ใช้แพลตฟอร์มโฆษณาขององค์กรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายในการสร้างความตระหนักรู้แก่ประชาชนไม่น้อยกว่า 1 ล้านคนต่อปี 			✓				✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓		✓
 การจัดการของเสีย	<ul style="list-style-type: none"> เปลี่ยนการนำขยะที่จะถูกฝังกลบหรือเผาทำลาย ด้วยการนำกลับมาใช้ประโยชน์ร้อยละ 30 ของปริมาณขยะทั้งหมด สร้างคุณค่าให้ขยะโดยการเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีเป้าหมายในการลดปริมาณการสร้างขยะอย่างน้อยร้อยละ 10 			✓			✓			✓		✓	✓	✓				✓

2.4 รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืนในปี 2566/67

S&P Global



VGI ได้รับการจัดอันดับให้เป็น “Top 1%” และได้คะแนนสูงสุดของ โลกด้วยคะแนน 82/100 ในหมวดอุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ และความบันเทิง (PUB Media, Movies & Entertainment) เป็น ปีที่ 2 ติดต่อกันจาก S&P Global Sustainability Yearbook 2024 สะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจในการดำเนินงานของ VGI ที่ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม การพัฒนาคุณภาพชีวิตของ ผู้คนในสังคม และการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี (Environment, Social, Governance: ESG) มาอย่างต่อเนื่อง



VGI ได้รับการรับรองจาก Carbon Neutral จากองค์การบริหาร จัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทด้านมีเดียแห่งแรกและแห่งเดียวใน ประเทศไทยที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนเป็นศูนย์ โดย VGI ได้ชดเชย การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรผ่านการเข้าร่วมโครงการ สนับสนุนคาร์บอนเครดิตที่ผ่านการรับรองจาก อบก. นอกจากนี้ VGI ยังได้จัดหาพลังงานสะอาดจากแหล่งพลังงานหมุนเวียนกว่า ร้อยละ 10 ของการดำเนินธุรกิจผ่านกลไกใบรับรองเครดิตการผลิต พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificates หรือ RECs)



VGI ได้รับการประเมินให้อยู่ระดับคะแนนดีเลิศ โดยจัดอยู่ ในกลุ่มบริษัท 5 ดาวในโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการ บริษัทจดทะเบียน หรือ Corporate Governance Report (“CGR”) จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นเวลา 8 ปีติดต่อกัน



SET AA
ESG Ratings 2023

VGI ได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ประจำปี 2566 (เดิมชื่อ Thailand Sustainability Investment หรือ THSI) ในระดับ “AA” ภายใต้กลุ่มบริการ (Services) จาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่เน้นย้ำให้เห็นว่า VGI มีความมุ่งมั่นและยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ทั้งยังให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งเพื่อช่วยขับเคลื่อนสังคมไปสู่ความยั่งยืน ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจเสมอมา



VGI ได้รับการรับรองให้เป็นสมาชิกของแนวร่วมต่อต้าน คอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC) แสดง ให้เห็นถึงเจตนารมณ์ของบริษัทฯ ต่อการมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจ อย่างถูกต้อง โปร่งใส ยุติธรรม และสามารถตรวจสอบได้ โดยกำหนดแนวปฏิบัติความรับผิดชอบในการดำเนินงาน ต่าง ๆ ที่เหมาะสม มีแนวทางที่ชัดเจนเพื่อป้องกันการทุจริต คอร์รัปชัน นำไปสู่การพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนต่อไป



VGI ได้รับรางวัลหอเกียรติยศ Thailand's Top Corporate Brand Hall of Fame 2023 หรือบริษัทที่มีมูลค่าแบรนด์องค์กรสูงสุด ติดต่อกัน 5 ปี ในหมวดธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์ จากเวที ASEAN and Thailand's Top Corporate Brands 2023 ที่จัดขึ้น โดยหลักสูตรปริญญาโท ด้านแบรนด์และการตลาด (MBM) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสื่อในเครือผู้จัดการ

03



VGI กับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ และการกำกับดูแลกิจการ

- 3.1 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ
- 3.2 การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
- 3.3 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- 3.4 นวัตกรรม
- 3.5 ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล



3.1 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

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



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2566/67	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย: พนักงานทุกคนของบริษัทฯ เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ</p> <div data-bbox="191 633 758 775" style="text-align: center;"> <p>เป้าหมาย 100%</p> <p>ผลการดำเนินงาน 100%</p> </div> <p><small>*เป้าหมายเป็นส่วนหนึ่งของดัชนีชี้วัดค่าตอบแทนผู้บริหาร</small></p>	<ul style="list-style-type: none"> • พนักงานทุกคนของบริษัทฯ เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ • ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล • ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”

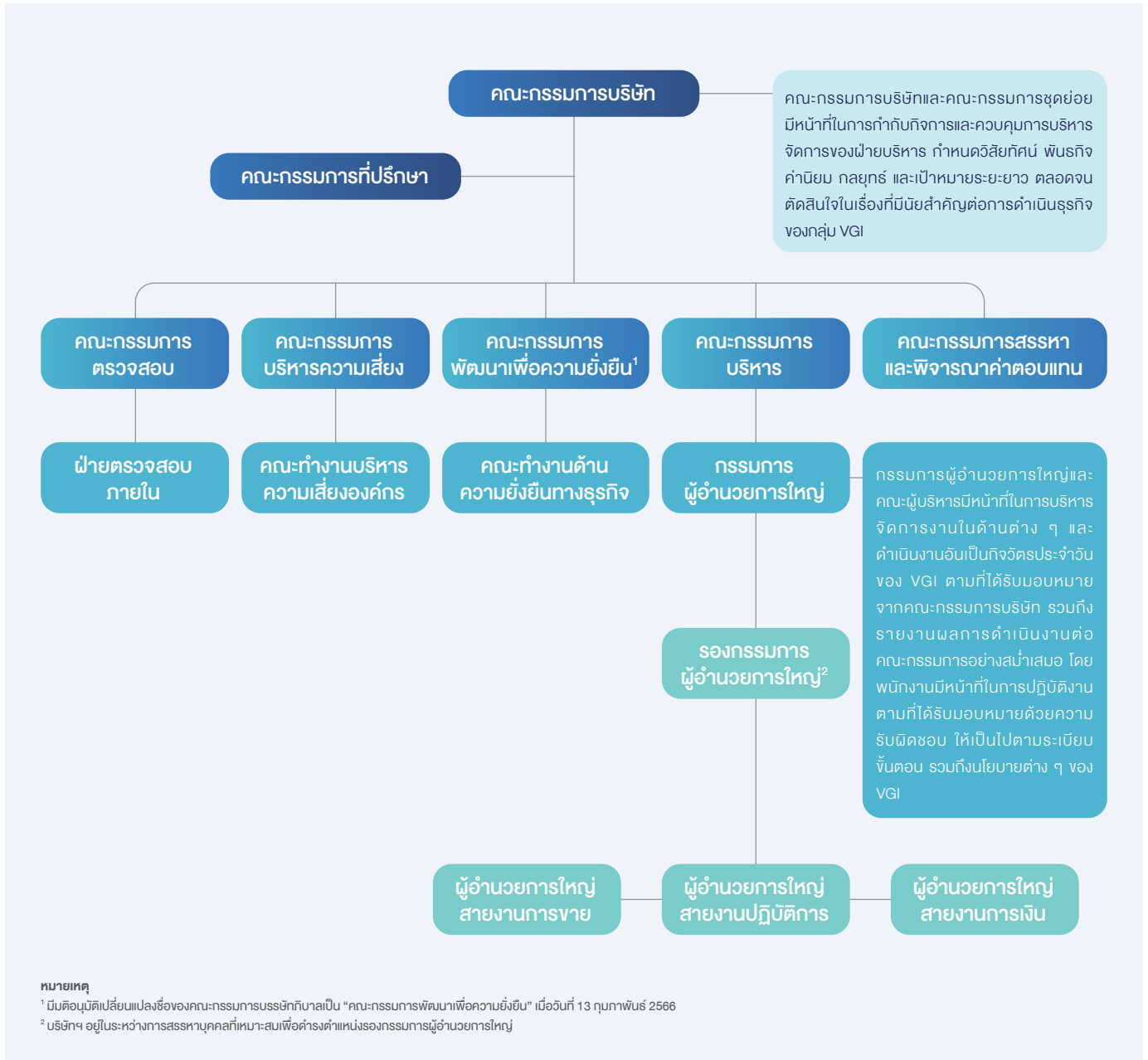
การกำกับดูแลกิจการ

การกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงการดำเนินงานอย่างสุจริตและโปร่งใสเป็นพื้นฐานสำคัญของการดำเนินกิจการและการเติบโตอย่างยั่งยืน VGI จึงยึดมั่นในแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย VGI ได้กำหนดโครงสร้างการประกอบธุรกิจ ระบบบริหารจัดการ และระบบการกำกับดูแลกิจการที่สนับสนุนและสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์ฯ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อเสนอแนะของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย และมาตรฐานสากลต่าง ๆ โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดทำและประกาศคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อกำหนดเป็นทิศทางในการทำงานให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้รับทราบและยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทมีการทบทวนคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าการกำกับดูแลกิจการของ VGI นั้น สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของสถานการณ์และการประกอบธุรกิจในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัท โครงสร้างการจัดการ รวมถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย ต่างมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาด้านความยั่งยืนและการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง



สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการระบุไว้ในรายงาน 56-1 One Report ของ VGI ภายใต้หัวข้อ "การกำกับดูแลกิจการ"

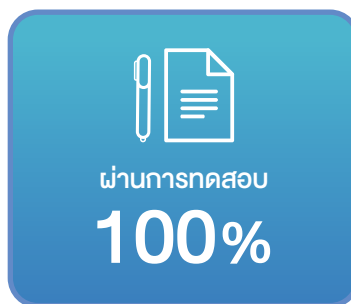
องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทหน้าที่หลักในการควบคุมการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ ดังนั้น เหนือในการคัดเลือกคณะกรรมการจึงจะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติที่รอบด้าน ประกอบด้วยความเป็นอิสระ ความรู้ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ โดยต้องไม่พิจารณาตามเพศ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ แหล่งกำเนิด สัญชาติ หรือภูมิหลังทางวัฒนธรรม

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายความหลากหลายของคณะกรรมการ

จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

VGI ตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งเสริมการพัฒนาด้านความยั่งยืนขององค์กร รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดทำและประกาศคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณทางธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการทำงานให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของบริษัทฯ รวมถึงบริษัทย่อยให้ยึดถือปฏิบัติตาม โดยคู่มือฉบับนี้ ครอบคลุมข้อกำหนดด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อลูกค้า การปฏิบัติต่อพนักงาน การปฏิบัติต่อคู่ค้า การปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า การปฏิบัติต่อเจ้าหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การป้องกันการฟอกเงิน กิจกรรมทางการเมือง การไม่ล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การรักษาความลับ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การซื้อขายหลักทรัพย์ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การรายงานหรือแจ้งเรื่องร้องเรียน และบทลงโทษ ทั้งนี้ คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้มีการลงนามรับทราบคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณทางธุรกิจนี้แล้วทุกคน



ทั้งนี้ VGI มุ่งเน้นเสริมสร้างความเข้าใจของพนักงานเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณทางธุรกิจที่ดีได้อย่างต่อเนื่อง โดยทั้งพนักงานเข้าใหม่และพนักงานปัจจุบันทั้งหมดของ VGI จะต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้ผ่านนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคู่มือการกำกับดูแลกิจการ พร้อมทำแบบทดสอบหลังการเรียนรู้ทุกคน โดยพนักงานทุกคนได้รับการอบรมในปี 2566/67 และร้อยละ 100 ผ่านการทดสอบด้วยคะแนนเฉลี่ยที่ 9.7/10

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

VGI มุ่งมั่นต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และการตัดสินใจบนทุกรูปแบบ อีกทั้งสนับสนุนให้คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของบริษัทฯ และบริษัทย่อย รวมถึงบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการทุจริตคอร์รัปชันไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมใด ๆ โดย VGI ดำเนินการตามแนวทางการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด และสื่อสารนโยบายการงดรับของขวัญให้พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบและปฏิบัติตาม ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ทำการทบทวนมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันเป็นประจำทุกปี เพื่อให้แน่ใจว่ามาตรการดังกล่าวสามารถป้องกัน ตรวจสอบ และตอบสนองต่อความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอ

นอกจากนี้ VGI ยังได้รับการรับรองให้เป็นสมาชิกของแนวร่วมภาคเอกชนต่อต้านคอร์รัปชัน (Collective Action Coalition of the Private Sector Against Corruption: CAC) ตั้งแต่ปี 2560 ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันในความมุ่งมั่นว่า บริษัทฯ จะไม่ยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันไม่ว่าจะในกรณีใด ๆ ก็ตาม ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2566 VGI ได้ทำการประเมินความเสี่ยงด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิกแนวร่วม CAC เป็นที่เรียบร้อย โดยจะครบอายุสมาชิกในวันที่ 30 มิถุนายน 2569

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับมาตรการต่อต้าน
การทุจริตคอร์รัปชัน



การแจ้งเรื่องร้องเรียน

VGI ส่งเสริมให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินงานธุรกิจอย่างถูกต้องและสอดคล้องตามกฎหมาย หลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดี คู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ และนโยบายต่าง ๆ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดช่องทางในการรับแจ้งเบาะแสการกระทำที่ไม่ถูกต้อง การกระทำที่ผิดขั้นตอนตามระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ การกระทำที่ผิดกฎหมายศีลธรรมจรรยาบรรณทางธุรกิจ หรือการกระทำใด ๆ ที่สงสัยว่าเป็นการทุจริตคอร์รัปชันที่เกี่ยวกับบริษัทฯ



ระบบเครือข่ายภายในองค์กร
Intranet



Doitright@vgi.co.th



ฝ่ายเลขานุการบริษัท
โทร: 0-2273-8884 ต่อ 391
หรือไปรษณีย์มายังที่อยู่บริษัท

การจัดการเรื่องที่ได้รับการร้องเรียน



รับเรื่องร้องเรียน

ฝ่ายเลขานุการบริษัทจัดทำสรุปเรื่องร้องเรียนการทุจริตและคอร์รัปชันเมื่อได้รับเบาะแสหรือร้องเรียนตามช่องทางต่าง ๆ



พิจารณา

พิจารณาในเบื้องต้นว่าเรื่องร้องเรียนอยู่เป็นกรณีการฝ่าฝืนมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันหรือไม่

- กรณีเป็นเรื่องที่ไม่เข้าข่ายการกระทำการฝ่าฝืนมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน จะส่งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- กรณีเป็นเรื่องทุจริตคอร์รัปชัน
 - หากไม่มีมูล จะแจ้งผลต่อผู้ร้องเรียน
 - หากมีมูลเพียงพอ ฝ่ายเลขานุการบริษัทจะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

*หากเป็นกรณีทุจริตคอร์รัปชันที่มีความรุนแรงและต้องได้รับการแก้ไขอย่างทันด่วนก็ จะรายงานเหตุดังกล่าวเบื้องต้นต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบ โดยจะสำเนาให้ฝ่ายตรวจสอบภายในรับทราบ



ประสานงาน

ประสานงานไปยังฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการสอบสวน ภายหลังตั้งคณะกรรมการสอบสวนแล้ว ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จะเป็นผู้ทำหน้าที่ในการสอบสวนข้อเท็จจริงต่อไป



รายงาน

สรุปรายงานจำนวนการแจ้งเบาะแสการทุจริต สรุปเหตุการณ์ และสถานะการดำเนินงานแก่คณะกรรมการตรวจสอบทุก 6 เดือน

VGI มีมาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูล โดยบริษัทฯ จะปกปิดชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใด ๆ ที่สามารถระบุตัวตนของผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูลได้ และจะจัดเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้อย่างเป็นทางการลับ ทั้งนี้ รายละเอียดกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน ขั้นตอนการดำเนินการสืบสวนสอบสวน และช่องทางการแจ้งเบาะแส สามารถอ้างอิงเพิ่มเติมได้ดังแสดงในมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยในปี 2566/67 ที่ผ่านมา VGI ไม่ได้มีการแจ้งเหตุ เบาะแส หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันแต่อย่างใด

0 จำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด ข้อร้องเรียน



- การดำเนินคดี
- จริยธรรมทางธุรกิจ
- ผลประโยชน์ทับซ้อน
- สิทธิมนุษยชน (ได้แก่ การเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิด)
- การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
- การฟอกเงินหรือการใช้ข้อมูลภายใน
- สิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัย

0 การดำเนินข้อร้องเรียน การดำเนินข้อร้องเรียน



- ตักเตือนด้วยวาจา
- ตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร
- ยกเลิกสัญญา
- อยู่ในช่วงการสืบสวนสอบสวน

การร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ

VGI ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชาติให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป โดยในปี 2566/67 บริษัทฯ มิได้ให้การสนับสนุนการรณรงค์ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทางการเมือง บุคคลหรือองค์กรที่ทำการขึ้นนำ และกลุ่มที่ได้รับการยกเว้นภาษีอื่น ๆ

ประเภทองค์กร	รายชื่อองค์กร	หัวข้อ	บทบาทของวีจีไอ		จำนวนเงินสนับสนุน			
					2563/64	2564/65	2565/66	2566/67
การลอบบี้ การรับส่งตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	0	0	0	0
แคมเปญการเมือง/องค์กร/ผู้สมัครระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค หรือระดับชาติ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	0	0	0	0
อื่น ๆ (เช่น ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการลงคะแนนเสียงหรือการลงประชามติ)	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	0	0	0	0
สมาคมทางการค้า	สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	รับนโยบายมาพัฒนากายในองค์กรเพื่อส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดี และพัฒนาความเป็นมืออาชีพของกรรมการบริษัทฯ	123,720	80,630	69,846	32,433.73
สมาคมทางการค้า	สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	รับนโยบายมาปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และแนวปฏิบัติที่ออกโดยหน่วยงานกำกับดูแลและหน่วยงานราชการ	26,750	30,750	26,750	25,000
สมาคมทางการค้า	สมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	สนับสนุนกิจกรรมขององค์กรในการให้ความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์หลักทรัพ์แก่ผู้ลงทุนทั่วไป	0	0	0	0
สมาคมทางการค้า	สมาคมผู้ผลิตปุ๋ยและโซลนาร์ (ASPA)	การปฏิบัติสำหรับสื่อ	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	ร่วมรับนโยบาย ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้อต่อการประกอบธุรกิจมาปฏิบัติภายในองค์กร ตลอดจนร่วมพัฒนาระบบการทำงานและแบ่งปันความรู้เพื่อส่งเสริมธุรกิจสื่อโซลนาร์	300,000	0	12,500	0
สมาคมทางการค้า	สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT)	การปฏิบัติสำหรับสื่อ	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	ร่วมรับนโยบาย ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้อต่อการประกอบธุรกิจมาปฏิบัติภายในองค์กร ตลอดจนร่วมพัฒนาระบบการทำงานและแบ่งปันความรู้เพื่อส่งเสริมธุรกิจสื่อโซลนาร์	0	0	0	224,415.89
สมาคมทางการค้า	สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย)	การปฏิบัติสำหรับสื่อ	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	สนับสนุนกิจกรรมขององค์กร	0	0	0	6,666.64
สมาคมทางการค้า	สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย	การพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารในประเทศไทย	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	ร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนกิจกรรมขององค์กร เพื่อเสริมความสามารถของผู้บริหารในทักษะด้านการบริหารจัดการในรูปแบบต่างๆ การสร้างเครือข่ายและการแบ่งปันความรู้สำหรับธุรกิจ เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือที่ยั่งยืนในการส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ ให้มีความเจริญก้าวหน้าและสามารถกีดกันภัยคุกคามแข่งขันกับต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน	0	0	0	51,478.52
สมาคมทางการค้า	สมาคมไทย-ญี่ปุ่น	สนับสนุนธุรกิจและการค้าเพื่อส่งเสริมการค้าทางเศรษฐกิจของประเทศไทย	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	สร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและส่งเสริมการค้าของเศรษฐกิจประเทศไทย	0	0	0	50,000.00
การมีส่วนร่วมทั้งหมดและการใช้จ่ายต่าง ๆ					450,470	111,380	109,096	389,994.78

3.2 การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

(GRI 2-12, 3-3)



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2566/67	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย: มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO – ERM 2017</p> <div style="text-align: center;"> <p>เป้าหมาย 100% ผลการดำเนินงาน 100%</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> จัดฝึกอบรมด้านการบริหารความเสี่ยงให้พนักงานทั่วองค์กร เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กร มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO – ERM 2017

VGI ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงในองค์กรอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นกลไกที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายตามแผนธุรกิจ กลยุทธ์ และวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ภายใต้สถานการณ์การดำเนินธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลาดที่มีการแข่งขันสูง วิกฤตการณ์ที่ไม่คาดคิด รวมถึงสถานการณ์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่และความไม่แน่นอนของธุรกิจต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

ดังนั้น บริษัทฯ จึงบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ลดความสูญเสียที่อาจจะเกิดขึ้น และจัดการกับประเด็นความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองและประกันคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคาดหวังให้พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบในการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรร่วมกันซึ่งเป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง

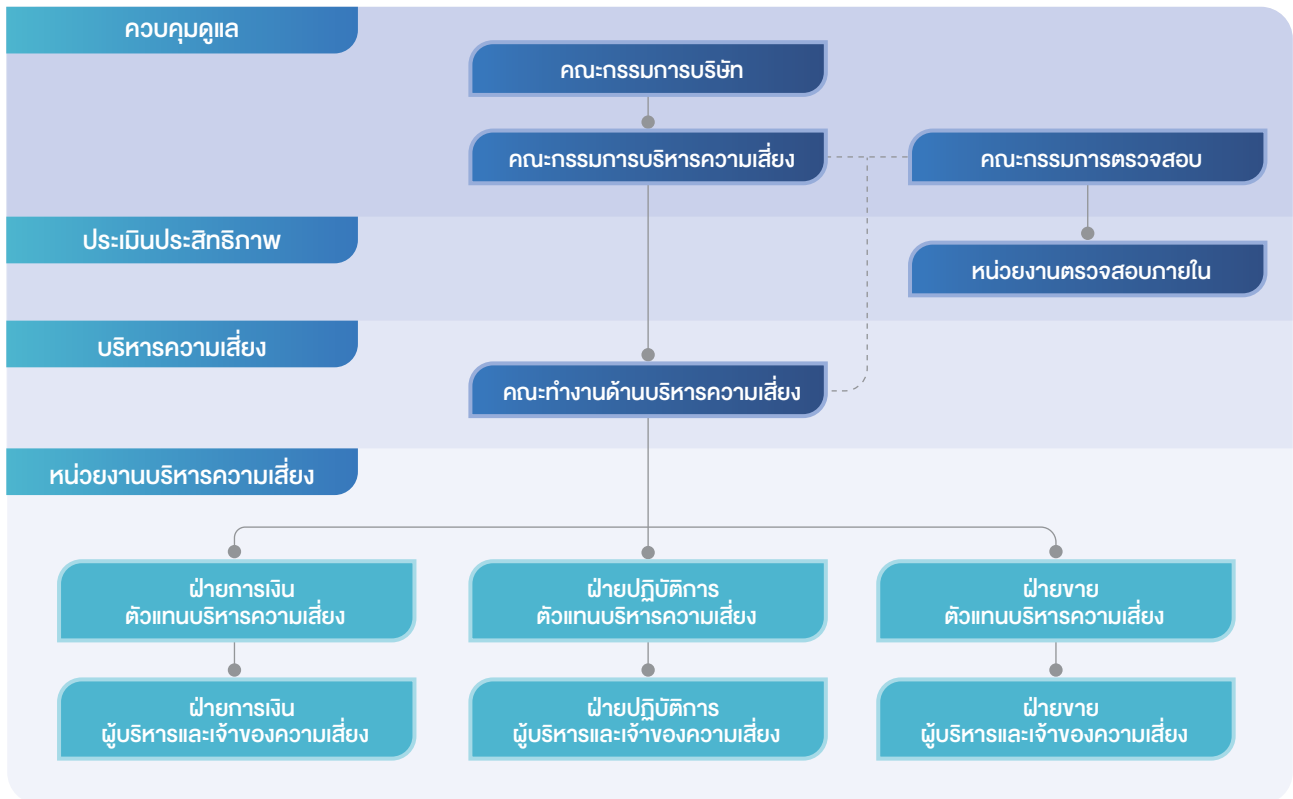
การกำกับดูแลความเสี่ยง

VGI ดำเนินการตามแนวทางของนโยบายบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ประกอบกับแนวทางของ Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission (COSO) โดยคณะกรรมการบริษัทมีความรับผิดชอบในการกำกับดูแลนโยบายของบริษัทฯ และได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อควบคุมดูแลการบริหารความเสี่ยง และมีบทบาทในการประเมิน วิเคราะห์ และบริหารจัดการความเสี่ยงให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องรายงานการประเมินและผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้จัดตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากทุกสายงานภายในองค์กร เพื่อตรวจสอบและดำเนินงานควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ขององค์กร (Risk Appetite) อย่างรอบด้าน นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานตรวจสอบภายใน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่แยกต่างหากออกจากหน่วยงานด้านการบริหารความเสี่ยง และมีความรับผิดชอบในการสอบทานและประเมินความมีประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ รวมถึงตรวจสอบการปฏิบัติตามด้านการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายการบริหารความเสี่ยง

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบาย Enterprise Risk Management Policy

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงองค์กร



กระบวนการบริหารความเสี่ยง

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

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ได้ระบุไว้ในรายงาน 56-1 One Report ของ VGI ภายใต้หัวข้อ “การบริหารความเสี่ยง”

ความเสี่ยงที่สำคัญขององค์กร








กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร



ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

VGI ไม่เพียงมุ่งเน้นแต่บริหารจัดการความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญเท่านั้น แต่ยังคงระดับแนวทางและมาตรการในการจัดการและตอบสนองความเสี่ยงอย่างกันทั่วทั้งที่ โดยจัดให้มีการทบทวนประเด็นและแนวโน้มของความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่อาจส่งผลกระทบต่อหรือนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจให้กับบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี โดยในปี 2566/67 บริษัทฯ ได้รวบรวมประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ จำนวน 4 ประเด็น ดังนี้

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	มลพิษทางอากาศที่รุนแรงในเขตเมือง	การรักษาความปลอดภัยในระบบสารสนเทศ	การขาดแคลนบุคลากรและ/หรือ แรงงานในด้านข้อมูลและดิจิทัล	ความไม่พร้อมในการปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ประเภทความเสี่ยง	ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม	ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี	ความเสี่ยงด้านสังคม	ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม
ความสำคัญ	สำคัญมาก	สำคัญมาก	สำคัญมาก	สำคัญมาก
ระยะเวลาคาดการณ์	ระยะยาว (3-5 ปี)	ระยะยาว (3-5 ปี)	ระยะยาว (3-5 ปี)	ระยะยาว (3-5 ปี)
คำอธิบาย	<p>การปลดปล่อยและการกระจายของสารอันตรายสู่อากาศอันมาจากกิจกรรมของมนุษย์เช่น PM2.5 มีผลกระทบต่อการมองเห็นและสุขภาพของมนุษย์ รวมไปถึงทำให้เกิดการสูญเสียทางการเงินและ/หรือ ความเสียหายต่อระบบนิเวศเมืองใหญ่ อย่างเช่น กรุงเทพมหานคร ต่างก็มีความเสี่ยงมลพิษ เช่น คุณภาพของอากาศเลวร้ายที่เพิ่มขึ้นและมลพิษทางเสียงที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งมลพิษทางอากาศที่เพิ่มขึ้นทำให้คนต้องอยู่ในบ้านมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการมองเห็นการโฆษณาและป้ายโฆษณาออกบ้าน</p> <p>นอกจากนี้ การเดินทางของผู้โดยสารมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับสภาพอากาศและคุณภาพอากาศ ผู้คนจะใช้ระบบขนส่งสาธารณะมากขึ้นเมื่อพวกเขารู้สึกสะดวกสบายและปลอดภัย</p>	<p>การใช้อาวุธและเครื่องมือทางไซเบอร์เพื่อทำสงครามไซเบอร์ การสอดแนมไซเบอร์ และการก่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ เช่น การเรียกค่าไถ่ทางไซเบอร์ ข้อความประชดประชัน หรือการปล้นขโมยข้อมูลเพื่อให้ได้ควบคุมฐานข้อมูลดิจิทัล และ/หรือ ทำให้เกิดความขัดข้องในการดำเนินการที่นำไปสู่การสูญเสียทางการเงินและชื่อเสียง รวมถึงเพิ่มค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทางธุรกิจ</p> <p>เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันมองเห็นถึงความสะดวกสบายของการทำธุรกรรมทางดิจิทัลมากขึ้น จึงมีลูกค้าที่ลงทะเบียนออนไลน์มากขึ้น ทำให้มีข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเสี่ยงต่อการถูกขโมยข้อมูลและละเมิดข้อมูลความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว</p>	<p>ความไม่สอดคล้องกันระหว่างจำนวนแรงงานและความต้องการทักษะในระดับโลก ภูมิภาค หรืออุตสาหกรรม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและความก้าวหน้าในเทคโนโลยี AI จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการสร้างงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ซึ่งรวมถึงการสูญเสียงานบางประเภทซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านแรงงานในอุตสาหกรรมสื่อและโฆษณา</p> <p>VGI คาดการณ์ว่าจะเผชิญกับความยากลำบากในการสรรหาคณะกรรมาธิการที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางบางกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับด้านข้อมูลและดิจิทัล อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ด้านดิจิทัลซึ่งทำให้บริษัทฯ จะต้องหาแนวทางในการตอบสนองต่อความเสี่ยงนี้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ</p>	<p>ความไม่แน่นอนและความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงในกฎระเบียบ เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย ความต้องการของผู้บริโภค และความคาดหวังของนักลงทุน เมื่อโลกกำลังเปลี่ยนผ่านเข้าสู่เศรษฐกิจในรูปแบบการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero)</p>
ผลกระทบ	<p>การเผยแพร่สื่อในพื้นที่สาธารณะอาจได้รับผลกระทบจากระดับของมลพิษที่สูง โดยระดับมลพิษที่สูงอาจทำให้จำนวนการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะและผู้โดยสารลดลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตรงต่อจำนวนผู้ชมสื่อของ VGI เนื่องจากป้ายโฆษณาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตเมือง</p> <p>นอกจากนี้ การแพร่ขยายของมลพิษทางอากาศที่ร้ายแรงอาจทำให้รัฐฯ ควบคุมบังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์หรือการทำงานที่บ้านอย่างเคร่งครัดเพื่อป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้านของ VGI อันมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าไปสู่การตลาดออนไลน์และการค้าออนไลน์ ทำให้ผู้ใช้โฆษณาและแบรนด์ลดลงปริมาณการโฆษณา</p>	<p>เนื่องจาก VGI มีการขยายธุรกิจที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านบริการดิจิทัลและธุรกิจด้านการกระจายสินค้า ซึ่งอาจมีการนำข้อมูลจากการดำเนินการธุรกิจมาใช้ รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงไปสู่ธุรกิจโฆษณาออนไลน์มากขึ้น จึงมีความเสี่ยงที่จะเกิดการโจมตีทางไซเบอร์ที่ชัดเจนและรุนแรงมากขึ้นได้</p> <p>หากไม่สามารถป้องกันความปลอดภัยของสารสนเทศได้อย่างเพียงพอ จะเกิดความเสียหายอย่างต่อเนื่องขององค์กร</p>	<p>การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะด้านข้อมูลและดิจิทัลจะส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับบริษัทฯ ซึ่งไม่เพียงแต่มีความจำเป็นสำหรับงานที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี (เช่น การบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศและการตรวจสอบเครือข่าย) แต่ยังมีสำคัญสำหรับการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ด้านลูกค้าของบริษัทฯ ซึ่งพึ่งพากิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการข้อมูล</p>	<p>ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง เช่น การมีกฎหมายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลให้บริษัทฯ เสียค่าใช้จ่าย อันมาจากการดำเนินงานธุรกิจที่อาจปล่อยก๊าซเรือนกระจกเกินกำหนด และอาจต้องเสียภาษีคาร์บอนซึ่งค่าใช้จ่ายอาจมีนัยสำคัญหากบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยไม่มีกลยุทธ์ด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก</p>

 ความเสี่ยง ที่เกิดขึ้นใหม่	 มลพิษทางอากาศ ที่รุนแรงในเขตเมือง	 การรักษาความปลอดภัย ในระบบสารสนเทศ	 การขาดแคลนบุคลากร และ/หรือ แรงงาน ในด้านข้อมูลและดิจิทัล	 ความไม่พร้อมในการปรับตัว จากการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ
มาตรการ และแนวทาง บริหารจัดการ	VGI คาดการณ์ว่าความเสี่ยง เช่นนี้จะเกิดขึ้นในระยะเวลา 3-5 ปี บริษัทฯ มีวิธีการบริหารจัดการ ที่มุ่งเน้นที่จะสร้างพันธมิตรทาง ธุรกิจใหม่ โดยการลงทุนใน พันธมิตรเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่ม ความหลากหลายในการให้บริการ ธุรกิจ และลดการพึ่งพิงอยู่กับ ธุรกิจเดียว เช่น การกระจายความ เสี่ยงด้วยการกระจายการวาง โฆษณาไปในหลาย ๆ ที่ หรือการ รับไปสู่อีเมลออนไลน์มากขึ้น	บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการ เคารพสิทธิส่วนบุคคลของเจ้าของ ข้อมูล และตระหนักถึงผลกระทบ ที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยง ด้านการโจมตีไซเบอร์ ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้จัดทำกรอบการ ดูแลระบบความมั่นคงปลอดภัย ด้านสารสนเทศ และจัดสรร งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ระดับนโยบาย จนถึงการดำเนินงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังลงทุนเพื่อ ป้องกันความเสี่ยงด้านไซเบอร์ เช่น จัดทำคู่มือสำหรับการ ปฏิบัติและมีการทบทวนนโยบาย ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยปีละครั้ง มีการควบคุมสิทธิการเข้าถึงของ พนักงานที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ IT และระบบเครือข่าย การติดตั้ง ระบบรักษาความปลอดภัยของ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Firewall) เพื่อแยกข้อมูลระหว่างเครือข่าย ภายในและภายนอก รวมไปถึง การฝึกอบรมเรื่องความเสี่ยง ให้กับผู้บริหารและพนักงาน ในทุกหน่วยงาน เพื่อสร้างความ รู้และเข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ความปลอดภัยของข้อมูล ส่วนบุคคลและมีการสื่อสาร แบบเชิงรุกแก่พนักงานทุกคน	VGI เป็นหนึ่งในบริษัทผู้นำด้าน สื่อและโฆษณาในประเทศไทยและ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมี ส่วนสำคัญในการเสริมสร้าง ตลาดแรงงานทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับโลก โดยบริษัทฯ จะรับมือ กับปัญหาขาดแคลนแรงงานและ ลดความเสี่ยงของการว่างงาน ผ่านการลงทุนในการพัฒนา ทักษะ ปกป้องสิทธิของแรงงาน และรักษาความมั่นคงของสัญญา การจ้างงาน	บริษัทฯ มีการแสดงความมุ่งมั่นที่ จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และยังได้รับการรับรองว่าเป็น องค์กรที่มีความเป็นกลางทาง คาร์บอน หรือ Carbon Neutral ผ่านองค์การบริหารจัดการ ก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย และยังมีการจัดหาพลังงาน สะอาดอย่างน้อย 10% ของการ ดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม VGI ยังมีการประเมินสถานการณ์ และพิจารณาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ กฎระเบียบและมาตรการในการ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในอนาคต

วัฒนธรรมองค์กรด้านความเสี่ยงขององค์กร


วัฒนธรรมองค์กรด้านความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดย VGI มุ่งเน้นที่จะส่งเสริมวัฒนธรรมด้านความเสี่ยงที่แข็งแกร่งทั่วทั้งองค์กร และคาดหวังให้พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบในการบริหารจัดการความเสี่ยงในกิจกรรมทางธุรกิจในแต่ละวัน ดังนั้น VGI จึงได้จัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกและความรู้แก่พนักงานและผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง โดยในปี 2566/67 มีผู้เข้าร่วมการอบรมจำนวนทั้งหมด 24 คน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการจัดอบรมการบริหารความเสี่ยงให้คณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อเข้าใจถึงบทบาทและความสำคัญของการจัดการความเสี่ยงในองค์กร



3.3 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

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



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2566/67	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย: คู่ค้าที่มีความสำคัญร้อยละ 100 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม</p> <div style="text-align: center;">  <p>เป้าหมาย 100% ผลการดำเนินงาน 100%</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> คู่ค้าที่มีความสำคัญร้อยละ 100 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม คู่ค้าลนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับร้อยละ 100 ไม่มีการเสียชีวิตของคู่ค้า

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

กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

VGI ดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลักจริยธรรมและความยั่งยืนที่สอดคล้องตามนโยบายด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้างตามหลักการดำเนินงาน ESG ซึ่งการบริหารและการจัดทำรายงานอยู่ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการบริษัทฯ โดยนโยบายนี้ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในทุกมิติ คำนึงถึงคุณภาพ ราคาที่เหมาะสม การส่งมอบที่ตรงเวลาและต่อเนื่อง หลักสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย รวมทั้งมีระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงทั้งในภาวะปกติและในภาวะฉุกเฉินหรือเกิดภัยพิบัติที่ไม่คาดคิด

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

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง

จรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง

VGI จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง เพื่อประกาศความยึดมั่นในการปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วยความโปร่งใส เท่าเทียม และเป็นธรรม ที่ครอบคลุมแนวปฏิบัติด้านมาตรฐานสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน (ได้แก่ แรงงานเด็ก สิทธิขั้นพื้นฐาน สภาพการทำงาน และค่าตอบแทนที่เหมาะสม) อาชีวอนามัย และความปลอดภัย รวมถึงการคำนึงถึงหลักจริยธรรม นอกจากนี้ VGI ยังสนับสนุนให้คู่ค้าของบริษัทฯ นำหลักการปฏิบัตินี้ไปประยุกต์ใช้กับคู่ค้าของตนเองเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้ VGI มีแนวปฏิบัติในการชำระเงินให้กับคู่ค้าภายใน 30 วัน โดยในปี 2566/67 มีการชำระเงินให้กับคู่ค้าตามกำหนด ไม่มีการผัดผ่อนชำระให้กับคู่ค้าแต่อย่างใด

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง

การประเมินความเสี่ยงคู่ค้าและการบูรณาการ ESG

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ประกอบด้วยการกลั่นกรองและคัดเลือกสินค้า บริการ รวมถึงการพิจารณากระบวนการประกอบกิจการของคู่ค้าในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการประเมินความเสี่ยงในกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ประเมินผลความสอดคล้องของคู่ค้าต่อหลักปฏิบัติของบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี การประเมินผ่านระบบหรือการประเมินแบบลงพื้นที่ล้วนเป็นไปตามมาตรฐานและกระบวนการตรวจสอบอย่างเป็นระบบในรูปแบบของแบบสอบถามการประเมินตนเอง (Self-Assessment Questionnaire หรือ SAQ) ผลการประเมินและคะแนนการประเมินจะถูกรวบรวมเป็นรายงานผ่านการตรวจสอบ และปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีการปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ



การจำแนกประเภทคู่ค้า

คู่ค้าทุกรายของบริษัทฯ ต้องลงนามรับทราบจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง จะต้องประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนของตนตามหลักการประเมินคู่ค้าของบริษัทฯ อย่างเป็นระบบ เช่น การทำแบบสอบถามการประเมินตนเอง (SAQ) เพื่อระบุคู่ค้าสำคัญซึ่งจะได้รับการประเมินลำดับต่อไป รวมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาลและธุรกิจ



การคัดกรองคู่ค้า

คู่ค้าที่เป็นคู่ค้าสำคัญ (Significant Tier 1 Suppliers) จะต้องประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนตามหลักการประเมินคู่ค้าของบริษัทฯ อย่างเป็นระบบ เช่น การทำแบบสอบถามการประเมินตนเอง (SAQ) เพื่อระบุคู่ค้าสำคัญซึ่งจะได้รับการประเมินลำดับต่อไป รวมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาลและธุรกิจ ตลอดจนการประเมินความเสี่ยงเฉพาะในระดับประเทศ ความเสี่ยงระดับภาคส่วน และความเสี่ยงเฉพาะสำหรับสินค้าโภคภัณฑ์ของคู่ค้า โดยใช้เกณฑ์การเทียบเคียงกับความคาดหวังของ VGI เกี่ยวกับความสามารถคู่ค้าในการจัดการความเสี่ยงด้าน ESG จากนั้นบริษัทฯ 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 ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความโปร่งใสและความเป็นธรรม ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชนต่อ VGI คือคู่ค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มคู่ค้าที่มีความเสี่ยง ESG สูง ทั้งนี้ คู่ค้าที่มีความเสี่ยง ESG สูงจะต้องได้รับการตรวจประเมินแบบลงพื้นที่ซึ่งดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อหรือผู้ตรวจสอบอิสระจากองค์กรที่ได้รับการยอมรับในอุตสาหกรรม (ตามระดับความเสี่ยง) เพื่อประเมินประสิทธิภาพในแง่ของความต่อเนื่องทางธุรกิจ ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง และการดำเนินงานที่รับผิดชอบ โดย VGI จะส่งคะแนนการประเมินไปยังคู่ค้า ในกรณีที่คู่ค้าไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด บริษัทฯ จะแจ้งไปยังคู่ค้าให้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด



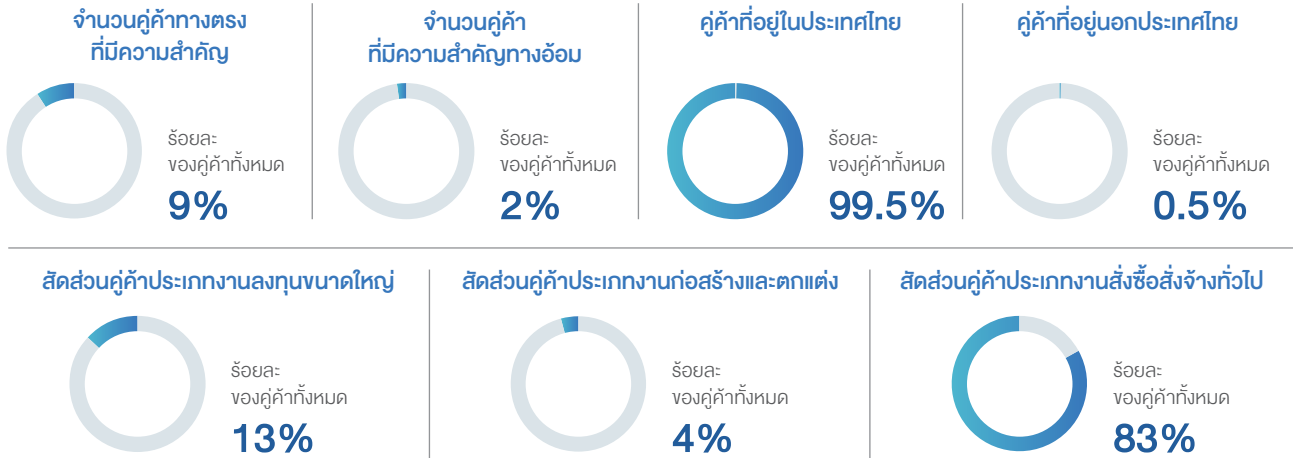
การดำเนินการแก้ไขและพัฒนาคู่ค้า

หลังการประเมิน VGI จะตรวจสอบผลการประเมินและการตรวจสอบนอกสถานที่ และขอแผนการดำเนินการแก้ไขจากคู่ค้าเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการแก้ไข และบริษัทฯ คอยมอนิเตอร์และให้ความช่วยเหลือจากทั้งทางไกลและหน้างานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าที่มีแผนดำเนินการแก้ไขสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ทันเวลา

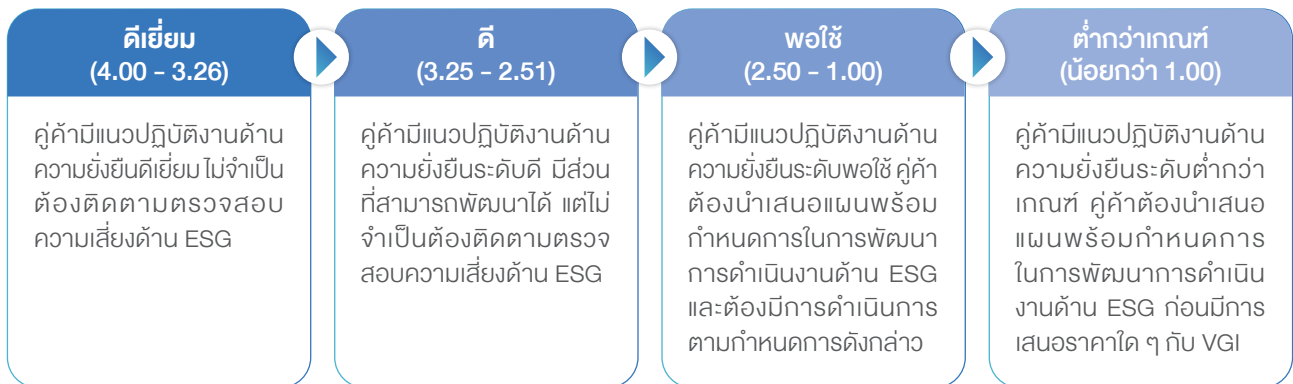
VGI จัดให้มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับโปรแกรม ESG ของคู่ค้า รวมถึงการสนับสนุนด้านเทคนิคเพื่อพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพ ESG เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าทุกรายไม่มีความเสี่ยงและปฏิบัติตามข้อกำหนด นอกจากนี้ คู่ค้าสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลการประเมิน ESG ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกและความคาดหวังของบริษัทฯ รวมถึงการแจ้งเตือนในตลาด

ในปี 2566/67 VGI มีลูกค้าทางตรงทั้งหมด 193 ราย ซึ่งคิดเป็นการจัดซื้อจัดจ้างรวม 586 ล้านบาท ที่是客户ที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรองของบริษัทฯ เรียบร้อยแล้วจากลูกค้าทั้งหมด โดยมีลูกค้าทางตรงที่มีความสำคัญจำนวน 17 ราย มีการจัดซื้อจัดจ้างรวม 425 ล้านบาทหรือร้อยละ 72.55 ของมูลค่าจัดซื้อจัดจ้างรวม นอกจากนี้ บริษัทฯ มีลูกค้าที่มีความสำคัญทางอ้อมอีกจำนวน 4 ราย ในปี 2566/67

ประเภทลูกค้า



จากจำนวนลูกค้าที่มีความสำคัญทั้งหมด พบลูกค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG สูง ทั้งหมด 17 รายที่ผ่านการตรวจประเมินแบบลงพื้นที่ โดยเกณฑ์การตรวจประเมินแบบลงพื้นที่นั้น ครอบคลุมประเด็นสำคัญต่อความยั่งยืนทางธุรกิจหลายด้าน เช่น การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ การกำกับดูแลภายในและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน การคุ้มครองและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน การกำกับดูแลและควบคุมภายในที่พอเพียง โดยผลการประเมินจะแบ่งได้เป็น 4 ลำดับ ตามความสามารถในการดำเนินงานตามหลัก ESG ดังนี้



ไม่มีลูกค้ารายใดที่ได้รับการประเมินด้วยผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงหรือที่อาจเกิดขึ้นจนถูกยกเลิกสัญญาลูกค้า หลังจากนั้น VGI จะตรวจสอบผลการประเมินแบบลงพื้นที่ และขอแผนการดำเนินการปรับปรุงจากลูกค้าเพื่อแก้ไขปัญหากการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด โดยที่ผ่านมามีไม่มีลูกค้ารายใดที่ทางบริษัทฯ ต้องช่วยเหลือการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข

จากผลการตรวจประเมินแบบลงพื้นที่ในปี 2566/67 พบว่า VGI ไม่มีลูกค้าที่มีผลประเมินอยู่ในระดับพอใช้หรือต่ำกว่าเกณฑ์ และไม่มีลูกค้าที่มีกิจกรรมทางธุรกิจที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนแต่อย่างใด

การประเมินคุณค่า

จำนวนลูกค้าทั้งหมดที่ประเมินผ่านการประเมิน
ด้วยระบบและการประเมินแบบลงพื้นที่



ปี 2566/2567

197 ราย

เปอร์เซ็นต์ของลูกค้ารายสำคัญ
ที่ได้รับการประเมิน



ปี 2566/2567

100%

จำนวนลูกค้าที่ได้รับการประเมินผลกระทบ
ด้านลบที่เกิดขึ้นจริง/ที่อาจเกิดขึ้น



ปี 2566/2567

5%

(11 ราย)

เปอร์เซ็นต์ของลูกค้าที่มีผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นจริง/ที่อาจเกิดขึ้น
และการดำเนินการแก้ไข/มีแผนการปรับปรุงตามที่ตกลงกันได้



ปี 2566/2567

100%

จำนวนลูกค้าที่มีผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริง/
ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรุนแรงและถูกยกเลิกสัญญาลูกค้า



ปี 2566/2567

0%

การพัฒนาคุณค่า

VGI เชื่ออย่างยิ่งว่าการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนนั้น เป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี ในอนาคต VGI จึงมุ่งเน้นความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกันเป็นองค์รวมและจัดทำโปรแกรมการเพิ่มศักยภาพ โดยบริษัทฯ มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคนิคให้กับลูกค้าเพื่อพัฒนาความสามารถและประสิทธิภาพด้าน ESG อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ VGI ยังให้การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของลูกค้ารายอื่น ตลอดจนให้คำแนะนำและการสนับสนุนในการ ดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงต่อลูกค้า โดยบริษัทฯ มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคนิคให้กับลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับงานก่อสร้าง ติดตั้ง หรือลูกค้าที่อาจมีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยดังกล่าวเป็นประจำทุกปี ซึ่งในปี 2566/2567 มีลูกค้าเข้าร่วมโครงการทั้งหมด 8 ราย

การดำเนินการแก้ไขและพัฒนาคุณค่า

จำนวนลูกค้าทั้งหมดที่ได้รับการสนับสนุน
ในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข



ปี 2566/2567

0 ราย

เปอร์เซ็นต์ของลูกค้าที่ประเมินผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นจริง/
ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรุนแรงกับบริษัทฯ ให้การสนับสนุนในการดำเนินการ
ตามแผนปฏิบัติการแก้ไข



ปี 2566/2567

0%

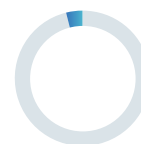
จำนวนลูกค้าทั้งหมดในโครงการเสริมสร้างศักยภาพ



ปี 2566/2567

8 ราย

เปอร์เซ็นต์ของลูกค้าสำคัญในโครงการเสริมสร้างศักยภาพ



ปี 2566/2567

4%

3.4 นวัตกรรม

(GRI 3-3)



นวัตกรรมเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักที่เป็นรากฐานของกลยุทธ์ทางธุรกิจของ VGI และเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ของบริษัท เพื่อเป็น “ผู้นำโซลูชันส์แห่งอนาคต (Pioneering Solutions for Tomorrow)” ที่มาพร้อมกับระบบนิเวศแบบบูรณาการอย่างเต็มรูปแบบ โดย VGI ยึดมั่นต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและความเป็นเลิศด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์และโซลูชันส์ที่เป็นนวัตกรรมหรือมูลค่าเพิ่ม ซึ่งจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งยังดึงดูโอกาสใหม่ ๆ ให้แก่ธุรกิจอีกด้วย

VGI Digital Lab



VGI Digital Lab เป็นผู้ให้บริการทั้งมีเดียออนไลน์และออนไลน์โซลูชันส์ และผลิตภัณฑ์การตลาดดิจิทัลที่ก่อตั้งขึ้นในปี 2560 โดย VGI Digital Lab ใช้เทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลในการนำเสนอแบรนด์ต่าง ๆ ด้วยชุดข้อมูลบุคคลกว่า 200 มิติข้อมูลประกอบด้วยข้อมูลประชากรศาสตร์ จุดประสงค์ในการซื้อ สินค้าที่ซื้อ พฤติกรรมการเดินทาง ความเป็นเจ้าของ และพฤติกรรมการใช้ดิจิทัล โดยจะทำให้สามารถระบุแคมเปญการตลาดของแบรนด์บนเครือข่ายโซเชียลมีเดียของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทำให้เข้าถึงผลลัพธ์ทางธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น โดยนวัตกรรมของ VGI Digital Lab ในปี 2566/67 มีดังนี้

VGI POV+ โซลูชันส์ใหม่ทางการตลาดเจาะกลุ่ม Office Worker และกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง

ในยุคที่การทำ Segmentation เป็นเรื่องจำเป็นต่อการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดของแบรนด์ต่าง ๆ VGI เล็งเห็นถึงโอกาสสำคัญที่จะเป็นตัวกลางนำพานักการตลาดและแบรนด์ไปพบปะทำความเข้าใจกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงสุดของประเทศหรือกลุ่ม Office Worker จึงเพิ่มโซลูชันส์ใหม่ “VGI POV+” ให้กับสื่อภายในอาคารสำนักงาน เครื่องมือที่จะเป็นกุญแจสำคัญให้กับนักโฆษณาได้ครีเอตแผนสื่อสารการตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น ที่สำคัญด้วยอินไซต์และดาต้าของ “VGI POV+” จะช่วยส่งมอบประสบการณ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด ตรงใจ และสร้างความคุ้มค่า

สำหรับจุดเด่นของ VGI POV+ คือ กลยุทธ์ Strategic Location โดยร้อยละ 80 ของเครือข่ายตั้งขึ้นนำทั่วกรุงเทพฯ ของ VGI มีความสูงมากกว่า 20 ชั้น นั้นหมายถึงความแข็งแกร่งของ Eyeballs ที่มีความสามารถในการสร้าง Huge Awareness กับการเกิดได้อย่างมีศักยภาพ เพิ่มโอกาสการมองเห็นสื่อที่บ่อยขึ้นและนานกว่าเดิม อ้างอิงจากการเก็บดาต้า พบว่ากลุ่ม Office Worker ส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่ในลิฟต์สูงถึง 90 -180 วินาทีต่อการขึ้นลิฟต์ 1 ครั้ง และพบว่ามี การโดยสารลิฟต์ 6-8 รอบต่อวัน นอกจากลิฟต์ในอาคารสำนักงานแล้ว POV+ ยังถูกติดตั้งอยู่ในทุกจุด Touchpoint ที่สามารถ Captive Journey & Locations ได้ตั้งแต่เดินทางมาถึงออฟฟิศ ไม่ว่าจะเป็นบริเวณลิฟต์โดยสาร โถง Information หรือแม้แต่จุดบันไดเลื่อนต่าง ๆ POV+ ถูกวางให้กลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อมที่ชาวออฟฟิศต้องพบเจอในแต่ละวัน ทำให้เกิดการจดจำโฆษณาได้โดยไม่รู้ตัว และจากการทำงานร่วมกันของนวัตกรรมและฐานข้อมูล ทำให้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมและสไตล์การใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง ช่วยให้แบรนด์สามารถยิงโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น พร้อมกับสามารถวัดผลลัพธ์ของแคมเปญได้แม่นยำยิ่งขึ้นอีกด้วย

POV+ คือการผสานการทำงานอย่างเต็มรูปแบบระหว่างสื่อ Offline และ Online

OFFLINE TARGETING

+

ONLINE TARGETING

POV+ มีโซลูชันสี่ที่จะตอบโจทย์การทำแคมเปญให้แบรนด์ได้อย่างไรบ้าง?

สร้างการรับรู้ แบบอิมแพ็ค	เรียกยอดขายหรือ Call To Action	ตอกย้ำแบรนด์ แบบไม่หยุดยั้ง
<ul style="list-style-type: none"> • เปิดตัวผลิตภัณฑ์ • ปลดปล่อยแคมเปญใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> • กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ • แคมเปญโปรโมชั่น 	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างการจดจำแบรนด์ • ตอกย้ำที่หนึ่งจับใจลูกค้า

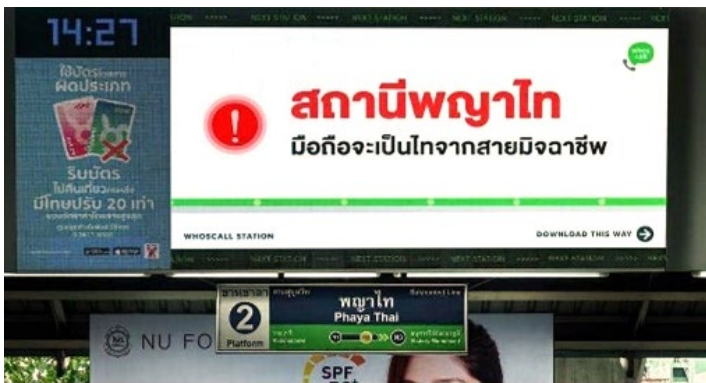
ด้วยความสามารถของ VGI POV+ จะช่วยให้แบรนด์สามารถสร้างการรับรู้ได้แบบอิมแพ็คไปพร้อมกับเพิ่มยอดขายหรือ Call to Action ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ในทุก Customer Journey ไม่ว่าจะเป็นออฟไลน์หรือออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคพบเห็นแบรนด์อย่างสม่ำเสมอ ทำให้แบรนด์เป็นที่จดจำและเติมเต็มความสำคัญในใจของผู้บริโภคได้อย่างยาวนาน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการ “POV+” ได้ที่นี่

การสนับสนุนพื้นที่สื่อเพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจในเรื่องของความปลอดภัยผ่าน “Whoscall: The Safety Stations”

เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมา สังคมไทยกำลังประสบปัญหาเรื่องการถูกล่อลวงจากมิจฉาชีพผ่านโทรศัพท์มือถือ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของไอเดียของผลงานโฆษณา **“Whoscall: The Safety Stations”** ที่ต้องการเตือนคนไทยให้รู้เท่าทันถึงมิจฉาชีพผ่านการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัย โดยวางกลยุทธ์การสื่อสารที่เน้น Customization Content แบบเข้าใจง่าย แพลกใหม่ สนุกสนาน และน่าจดจำ ด้วยการเลือกใช้สื่อโฆษณาบนพื้นที่สถานีและในรถไฟฟ้า BTS ที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางและหลากหลายเป็นสื่อหลักของแคมเปญ โดยนำลูกเล่นของเสียงประกาศบนสื่อโฆษณาในรถไฟฟ้า BTS มาผสานกับเทคโนโลยีที่รองรับการออกแบบตามช่วงเวลา สถานี และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารจนเกิดเป็นไอเดียของข้อความต่าง ๆ เช่น “สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ ทั้งชาติจะปลอดภัยจากแก๊งคอลเซนเตอร์” “สถานีนาฬิกา ฟ้า ฟ้า น้ำ อา รู้กันเบอร์แปลกกัน..บ้างน่า” เป็นต้น ซึ่งนำไปสู่การสร้าง Impact Awareness ได้อย่างยอดเยี่ยม

โดยแคมเปญนั้นนอกจากจะสร้างความรับรู้และความเข้าใจเรื่องความปลอดภัยในการรับข่าวสารแล้ว ยังได้เข้าชิงรางวัลระดับโลกด้านครีเอทีฟ สาขา “Best Response Campaign” แคมเปญโฆษณาที่ได้รับผลตอบรับยอดเยี่ยมที่สุดในงาน The Festival of Media Global 2023 เวทีประกวดผลงานโฆษณาและแคมเปญการสื่อสารทางการตลาดที่มีความโดดเด่นจากทั่วโลก ซึ่งได้รับการประเมินและตัดสินโดยกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในวงการเอเจนซีและนักการตลาดผู้มีชื่อเสียงจากแบรนด์ระดับโลก



โดย VGI ในฐานะผู้นำด้านการให้บริการสื่อโฆษณาที่ครอบคลุมแบบ 360 องศา เชื่อมโลกออฟไลน์และออนไลน์ไว้ด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ ยังคงมุ่งหน้าสร้างสรรค์คอนเทนต์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การสื่อสารที่ทันสมัยทันสมัย พร้อมทั้งจะเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับมาตรฐานคุณภาพของธุรกิจสื่อสารการตลาดและวงการโฆษณาของไทยต่อไป

รับชมคลิปวิดีโอของโฆษณา “Whoscall: The Safety Stations” ได้ที่นี่

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการ “Whoscall: The Safety Stations” ได้ที่นี่

การใช้ “programmatic Digital Out of Home Media (pDOOH)” เพื่อช่วยแบรนด์ในการสื่อสารต่อผู้บริโภค


programmatic Digital Out of Home Media หรือ pDOOH เป็นเครื่องมือที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักโฆษณา ผ่านการใช้แพลตฟอร์มที่มีนวัตกรรม การเลือกเกณฑ์ลักษณะเฉพาะของผู้ชม ผสมผสานกับสถานที่ เวลา และสภาพอากาศ ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นเหมือนชุดคำสั่งในการหยิบเอาผลิตภัณฑ์ โปรโมชัน และข้อความที่ตรงกับบริบท ณ เวลานั้น ๆ มากที่สุด มานำเสนอ สำหรับผลการทดสอบแคมเปญโดยใช้ pDOOH พบว่ากลุ่มเป้าหมายที่ได้เห็นโฆษณานั้น ๆ จะได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากเดิมผ่าน Hyper Personalized Advertising มากกว่า 400 ชั้น ที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองอัตโนมัติอยู่ตลอดเวลา ซึ่งช่วยให้เกิดการจดจำแบรนด์และนำไปสู่การตัดสินใจง่ายขึ้น pDOOH จึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือการตลาดที่ช่วยให้แบรนด์สามารถสื่อสารได้ตรงกับความต้องการของความรู้สึกของผู้บริโภค ณ เวลานั้น ๆ ถือเป็น การสร้าง Awareness, Engagement, Conversion ไปจนถึงทลาย Pain Point สื่อนอกบ้านที่มีมาตั้งแต่ในอดีต



3.5 ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

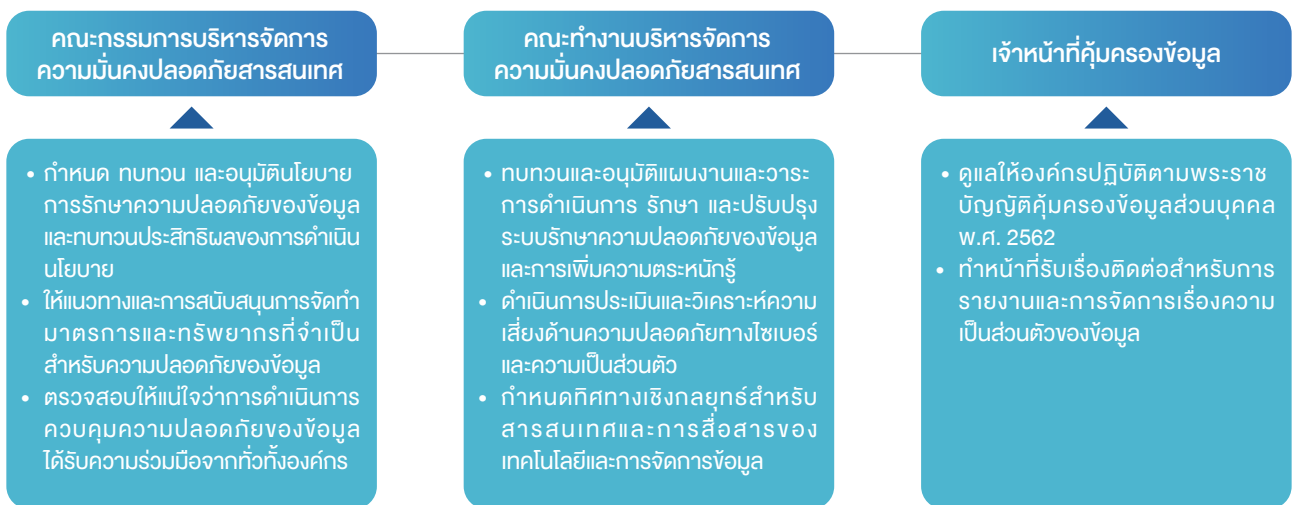
(GRI 2-1, 3-3, 418-1)



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2566/67	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย: ไม่มีกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า</p> <div style="text-align: center;">  <p>เป้าหมาย 100% ผลการดำเนินงาน 100%</p> </div> <p><small>*เป้าหมายเป็นส่วนหนึ่งของดัชนีชี้วัดค่าตอบแทนผู้บริหาร</small></p>	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานภาครัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

จากความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและการพึ่งพาเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันนั้น อาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ และความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล VGI จึงตระหนักถึงความสำคัญของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อป้องกันผลกระทบจากความเสียดังกล่าวต่อการดำเนินธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย ในเรื่องนี้ บริษัทฯ จึงยึดมั่นปฏิบัติตามนโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และกำหนดมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต่าง ๆ พร้อมทั้งยังเสริมสร้างความรู้ความตระหนักของพนักงานเกี่ยวกับภัยคุกคามความปลอดภัยทางไซเบอร์อีกด้วย

การกำกับดูแลความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและทางไซเบอร์



การจัดการความปลอดภัยของข้อมูล

ภายใต้ธุรกิจบริการชำระเงิน กลุ่มแบมบิกมีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากลักษณะธุรกิจนั้น เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อเป็นกรอบการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว ตลอดจนเพื่อให้แน่ใจถึงความสอดคล้องตามข้อกำหนดด้านกฎระเบียบและสัญญาที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศของบริษัทฯ ทุกคน จะต้องปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว และหากมีเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยที่เกิดจากการละเลยไม่ปฏิบัติตามก็จะมีผลกระทบทางวินัย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีระบบบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล ดังนี้

การวิเคราะห์



การใช้วิธีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและประเมินแผนการจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ

การประเมิน



นำการประเมินความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการโครงการและวงจรการพัฒนาธุรกิจ

การควบคุม



วิธีการจัดการความเสี่ยงนั้นประกอบด้วย การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง การถ่ายโอนความเสี่ยง การลดความเสี่ยง หรือการยอมรับความเสี่ยง ซึ่งในการลดความเสี่ยงนั้น จะต้องมีการเลือกและดำเนินการตามแนวทางควบคุมเพื่อลดระดับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

การตรวจสอบ



- มีการบันทึกผลลัพธ์ของการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลและแผนการควบคุมความเสี่ยง
- มีการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ VGI ยังได้จัดทำนโยบายความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โดยขอบเขตการบังคับใช้นั้นครอบคลุมถึงพนักงานและผู้เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานในนามของบริษัทฯ ซึ่งนโยบายนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบในการกำหนดแนวปฏิบัติงานในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดและระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดครอบคลุมถึงโครงสร้างความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของบริษัทฯ ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร การบริหารจัดการทรัพยากร การควบคุมการเข้าถึง การเข้ารหัสข้อมูลทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการดำเนินงานด้านการสื่อสาร ความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการภายนอก การบริหารจัดการเหตุการณ์ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของการบริหารจัดการเพื่อสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ รวมไปถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนด โดยนโยบายฉบับนี้จะได้รับการทบทวนและกำหนดให้มีการตรวจสอบความสอดคล้องตามข้อกำหนดโดยผู้ตรวจรับรองทั้งภายในและภายนอก

VGI ยังจัดทำการประเมินช่องโหว่ทางเทคนิคของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นประจำ และมีการกำหนดให้มีการตรวจสอบระบบโดยผู้ตรวจรับรอง ทั้งนี้ ระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทฯ ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ISO 27001: 2013 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจและแผนการกู้คืนข้อมูลทางสารสนเทศ เพื่อให้มั่นใจในความพร้อมของข้อมูลและการบริหารหลังจากการหยุดชะงักที่อาจเกิดขึ้นกับกระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง

การปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

การปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้า พนักงาน คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้น นับเป็นสิ่งที่ VGI ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยบริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายความเป็นส่วนตัวเพื่อให้การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรนั้น สอดคล้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ตลอดจนมีการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับข้อกำหนดในกฎระเบียบดังกล่าวเพื่อเพิ่มความตระหนักรู้แก่พนักงาน และในปี 2566/67 บริษัทฯ ได้มีการจัดหลักสูตรอบรมดังกล่าวให้คณะกรรมการบริษัทได้เตรียมพร้อมและเพิ่มพูนความรู้ในการบังคับใช้ของกฎระเบียบอีกด้วย ทั้งนี้ VGI จะใช้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ภายใต้นโยบายความเป็นส่วนตัวที่ได้รับความยินยอมเท่านั้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดอบรมเรื่องการปกป้องความเป็นส่วนตัวให้แก่พนักงานในองค์กร เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจ เรื่องการปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูลจำนวน 2 ครั้งในปีที่ผ่านมา โดยในปี 2566/67 บริษัทฯ ไม่ได้มีการใช้ข้อมูลของลูกค้า เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ และไม่ได้รับคำขอข้อมูลของลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายใด ๆ



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับลูกค้า



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับฝ่ายทรัพยากรบุคคล



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับการประชุมผู้ถือหุ้น



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับการใช้กล้องโทรทัศน์วงจรปิด



นโยบายความเป็นส่วนตัว
บริษัท บีเอสไอเอส โฮลดิ้งส์ จำกัด

04



VGI กับความยั่งยืน ด้านสังคม

- 4.1 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
- 4.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี
- 4.3 สิทธิมนุษยชน
- 4.4 การพัฒนาสังคมและชุมชน
- 4.5 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- 4.6 ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา



4.1 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

(GRI 3-3)



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2566/67	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย: อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับร้อยละ 90</p> <div data-bbox="188 607 754 738"> <p>เป้าหมาย 90%</p> <p>ผลการดำเนินงาน 94%</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับร้อยละ 95 ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโฆษณาและการให้บริการของพนักงาน

VGI ให้ความสำคัญกับลูกค้าขององค์กรเป็นอย่างยิ่ง ด้วยตระหนักดีว่าความสัมพันธ์ที่มีต่อลูกค้า คือกุญแจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อพบปะ กระชับความสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการรับฟังและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้ VGI เข้าใจความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า และสามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทฯ เป็นปัจจัยสำคัญต่อผลประกอบการทางธุรกิจขององค์กร

กลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

VGI มุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าตลอดทุกขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ บริษัทฯ จึงยึดปฏิบัติตามแนวทางการสร้างแบรนด์อย่างมีจริยธรรม การส่งมอบและตรวจสอบงาน ตลอดจนการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ทันสมัย และตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ นอกจากนี้ VGI จะแจ้งเฉพาะข้อมูลของสินค้าและบริการของบริษัทฯ ในระหว่างการทำการตลาดที่ถูกต้องโดยไม่มีกีดกันหรือใช้ประโยชน์จากความเปราะบางทางการตลาด และ VGI ยังมีระบบการตรวจสอบคุณภาพงานก่อนส่งงานให้ลูกค้า การติดตาม แก้ไขงานในกรณีพบเหตุบกพร่อง ชำรุด หรือเสียหายภายในเวลาอันรวดเร็วที่เกี่ยวข้องกับสื่อโฆษณา และมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาเป็นประจำเพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ในส่วนของธุรกิจบริการชำระหนี้ บริษัทฯ มีกระบวนการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาประสบการณ์การใช้บริการของลูกค้าอีกด้วย

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านจริยธรรมทางการสร้างแบรนด์และการตลาด

นอกจากนี้ VGI ยังมีแนวทางการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพอื่น ๆ ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมร่วมกับลูกค้า การจัดทำการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าประจำปี และกำหนดช่องทางการติดต่อที่ลูกค้าสามารถแจ้งข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะผ่านช่องทาง Social Media ของบริษัทฯ เช่น Facebook, X, Instagram หรือ โทร 0-2273-8884 #0 และกำหนดแนวทางการจัดการข้อร้องเรียนเพื่อให้สามารถตอบสนองกับลูกค้าได้อย่างทันท่วงที โดยข้อร้องเรียนดังกล่าวจะถูกแจ้งไปยังต้นสังกัดหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการตรวจสอบและดำเนินการแก้ไข ซึ่งผลการจัดการจะถูกแจ้งกลับไปยังผู้ร้องเรียนอย่างรวดเร็วที่สุด



อัตราคะแนน
ความพึงพอใจของลูกค้า
94%

การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า



Rabbit Rewards ร่วมมือกับ Robinhood แลกเที่ยวรถไฟฟ้า BTS ฟรี

โดย Rabbit Rewards จับมือกับ Robinhood เพื่อมอบสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้าสมาชิก Rabbit Rewards และลูกค้า Robinhood Ride เมื่อโดยสาร Robinhood Ride ขึ้นท่า 100 บาท รับ Rabbit Rewards 250 พอยท์ เพื่อนำไปแลกเที่ยวเดินทาง BTS 1 เที่ยว หรือรีเวิร์ดอื่น ๆ อีกมากมาย ผ่านแอปพลิเคชัน Rabbit Rewards เพื่อคืนกำไรให้แก่ลูกค้า สนับสนุนการใช้งานส่งสารารณะช่วยลดมลพิษทางอากาศและลดฝุ่นในพื้นที่กรุงเทพฯ

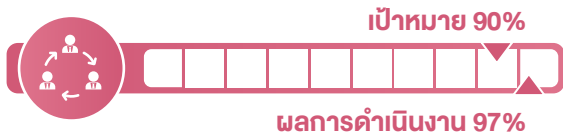
4.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี

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



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2566/67

เป้าหมาย: อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร ในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ 90



*เป้าหมายเป็นส่วนหนึ่งของดัชนีชี้วัดค่าตอบแทนผู้บริหาร

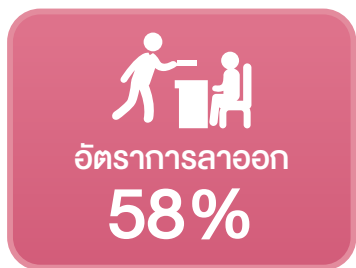
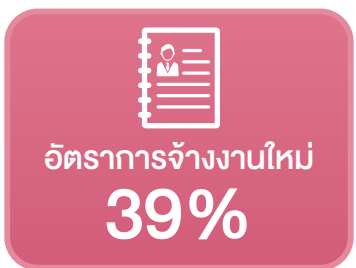
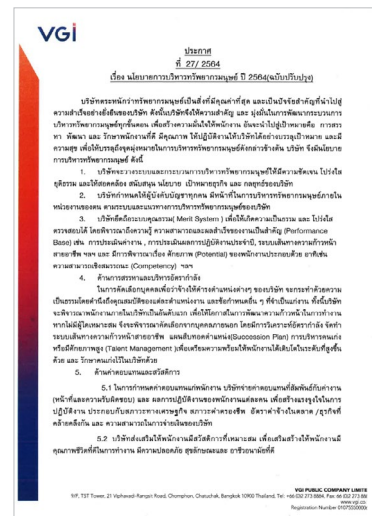
เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 – 2567/68

อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

VGI ตระหนักดีว่า พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าเป็นอย่างยิ่งขององค์กรในการช่วยขับเคลื่อนบริษัทฯ ไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ดังนั้นการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน และการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดย VGI มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงานและรักษาพนักงานไว้เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนบริษัทฯ ไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน

การจัดการทรัพยากรมนุษย์

พนักงานมีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ ภารกิจ และกลยุทธ์ขององค์กร ไปบนเส้นทางความสำเร็จ โดยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของ VGI นั้นเป็นไปตามนโยบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ถูกกำหนดไว้และคู่มือที่เกี่ยวข้อง โดยนโยบายดังกล่าวครอบคลุมทุกแง่มุมของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ทั้งโครงสร้างองค์กร การจัดหา และการจ้างงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม การประเมินประสิทธิภาพ การพัฒนาคุณมนุษย์ สถานที่ทำงานที่ปลอดภัย การคุ้มครองสิทธิมนุษยชน และพนักงานสัมพันธ์ ซึ่งการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ทั้งนี้ VGI ทำงานอย่างหนักเพื่อให้แน่ใจว่าผู้มีความสามารถที่สุดนั้นจะถูกดึงดูดและรักษาไว้ เพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตทางธุรกิจขององค์กร ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานทุกคน และมีการสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน นอกจากนี้ VGI ยังพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนให้พนักงานเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถของตนอย่างเต็มที่



การพัฒนาทุนมนุษย์

VGI ได้จัดให้มีหลักสูตรการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถและทักษะของพนักงาน โดยหลักสูตรการฝึกอบรมมุ่งเน้นไปที่ 4 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

ความเชี่ยวชาญในเชิงธุรกิจ

มีความเข้าใจงานและธุรกิจเป็นอย่างดี
สร้างพันธมิตร และมองเห็นภาพกว้าง



จิตนวัตกรรม

มีความกล้าคิด ทดลอง เรียนรู้ พัฒนา
และริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ



การทำงานร่วมกัน

ให้ความร่วมมือ มีส่วนร่วม รับฟัง
แลกเปลี่ยน แบ่งปัน เพื่อส่วนรวม



ยกระดับศักยภาพ

มุ่งมั่น พัฒนา และยกระดับศักยภาพ
ตนเองเสมอ



นอกจากนี้ VGI ยังนำความสามารถเชิงสมรรถนะหลักมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดทำแผนพัฒนาพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาความสามารถของตนเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพระยะยาว โดยการอบรมที่ VGI จะแบ่งออกเป็น 3 หลักสูตร ประกอบด้วย

1

หลักสูตรกลาง:

เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ
และความสามารถของพนักงาน
ตลอดจนสร้างมุมมองเชิงบวก
ในการทำงาน

2

หลักสูตรบริหารจัดการ:

หลักสูตรฝึกอบรม
ระดับหัวหน้างาน
เกี่ยวกับการจัดการงาน
และผู้ใต้บังคับบัญชา

3

หลักสูตรเฉพาะสายงาน:

หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนา
พนักงานในความสามารถ
และความรู้ที่เจาะจง
กับหน้าที่การงาน

บริษัทฯ ยังมีการติดตามดูแลผลตอบแทนจากการลงทุนในทุนมนุษย์ ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ที่สะท้อนมูลค่าผลตอบแทนของทุนมนุษย์ของบริษัทจากการลงทุนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรบุคคล ทั้งนี้ ในปี 2566/67 VGI ได้จัดให้มีการฝึกอบรม โดยชั่วโมงการอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานหนึ่งคนคือ 36.11 ชั่วโมง ซึ่งหลักสูตรการฝึกอบรมที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

หลักสูตรการฝึกอบรม ปี 2566/67

VGI: Strengthen Our People's Power from Within

VGI มุ่งมั่นในการพัฒนาพนักงานให้มีศักยภาพ สามารถปรับตัว และมีกรอบความคิดที่ส่งเสริมและเหมาะสมเอื้ออำนวยต่อการสร้างองค์กรแห่งความสูงและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจไปพร้อม ๆ กัน จึงได้มีการจัดอบรมหลักสูตร “Strengthen Our People's Power from Within” เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้และเข้าใจถึงตัวตนที่แท้จริงของมนุษย์ โดยเริ่มต้นจากตนเองสามารถนำไปปรับใช้และเปลี่ยนแปลงตัวตนได้ด้วยขั้นตอนและวิธีการต่าง ๆ จากผู้เชี่ยวชาญได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

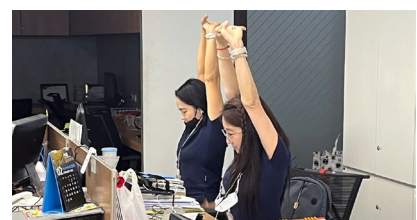
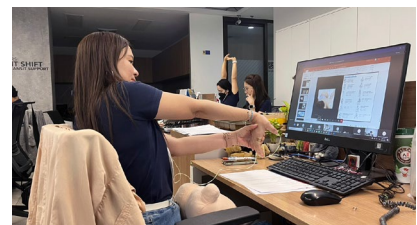


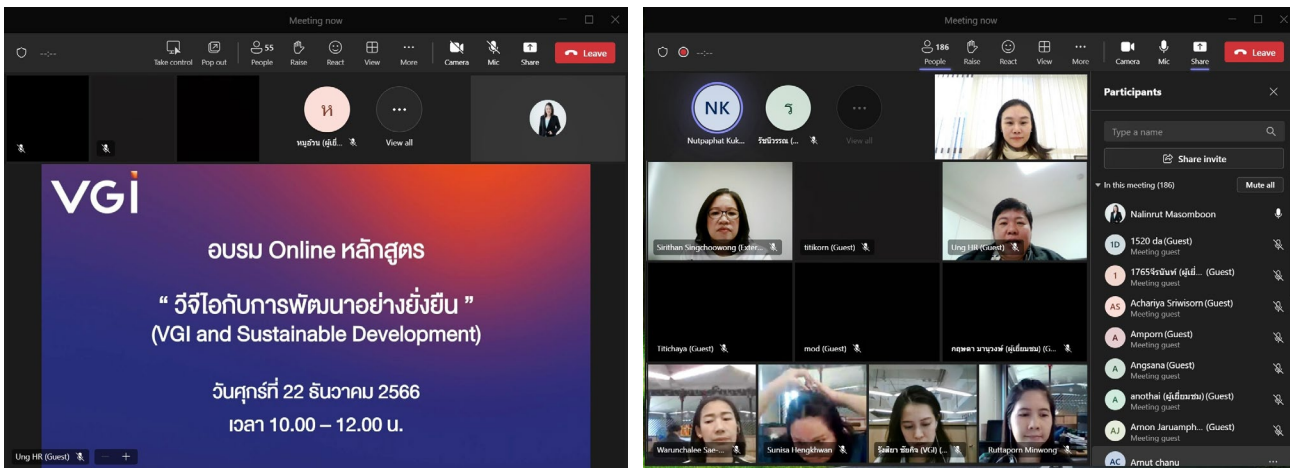
การสื่อสารที่ใช้ เพื่อเข้าใจคู่สนทนา (Empathic Communication)

การสื่อสารที่ดี ผู้สนทนาควรจะสื่อสารได้อย่างมั่นใจ ใจกว้างใจ และปลดปล่อยศักยภาพออกมาใช้ได้อย่างเต็มเปี่ยม รวมไปถึงการสำรวจตนเองและการฝึกทักษะที่ใช้ในการเข้าใจ (Empathy) รับรู้ถึงความจริงใจในการสื่อสาร สร้างบรรยากาศการทำงานที่มีความปลอดภัยและเกิดความเข้าใจระหว่างกัน นำไปสู่การเห็นอกเห็นใจและอยากสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน VGI จึงได้จัดโครงการฝึกอบรมหลักสูตร “การสื่อสารที่ใช้ เพื่อเข้าใจคู่สนทนา (Empathic Communication)” โดยมีพนักงานเข้าร่วมร้อยละ 100 เพื่อให้สอดคล้องกับ Core Competency: Collaboration เพื่อให้พนักงานเกิดความสัมพันธ์ที่ดี ทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุข ใส่ใจความรู้สึกซึ่งกันและกัน ท่ามกลางบรรยากาศของความเป็นมิตรต่อกันที่เป็นผลพวงจากการติดต่อสื่อสารที่เข้ากัน

เปลี่ยนมุมมอง ปรับความคิด พิชิตโรค (Coach Your Health)

VGI เชื่อว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดขององค์กร รวมถึงสุขภาพของพนักงานที่เป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีความสุข จึงได้จัดอบรมโครงการ “เปลี่ยนมุมมอง ปรับความคิด พิชิตโรค” เพื่อให้พนักงานสามารถทำความเข้าใจในการอ่านผลตรวจสุขภาพประจำปี มีความรู้ในเรื่องความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะก่อให้เกิดโรค ป้องกันความเสี่ยงในการเกิดโรค และสร้างความตระหนักในการให้ความสำคัญของการดูแลสุขภาพและผลกระทบของปัญหาสุขภาพของตนเอง



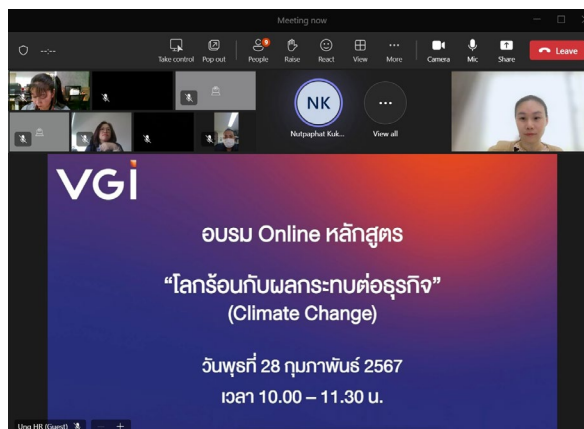


วีจีโอกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (VGI and Sustainable Development)

การพัฒนาขององค์กรอย่างยั่งยืนเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมจากองค์กรทั่วโลกในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นแนวคิดที่นอกเหนือจากความสำคัญกับการทำธุรกิจแล้ว ยังคำนึงถึงความรับผิดชอบต่ออีก 3 ด้านหลัก คือ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งองค์กรที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ธุรกิจ แสดงความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป VGI จึงได้จัดอบรมให้กับพนักงานเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงสร้างความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมด้านความยั่งยืน โดยมีพนักงานเข้าร่วมร้อยละ 100 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของ VGI ที่จะมุ่งไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน

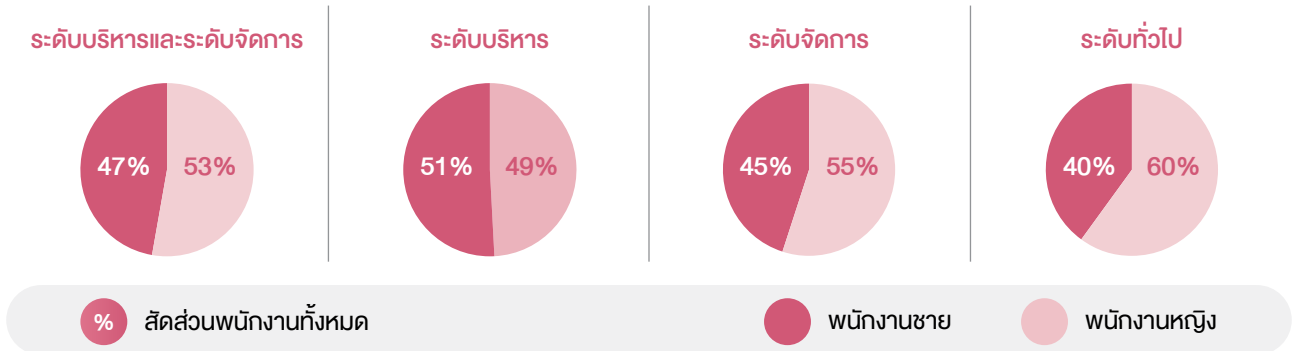
โลกร้อนกับผลกระทบต่อธุรกิจ (Climate Change)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นปัญหาสำคัญที่ก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้าง ซึ่งนอกจากจะสร้างผลกระทบต่อคน สุขภาพ และธรรมชาติแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่ธุรกิจด้วย ดังนั้น VGI จึงให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และหาหนทางในการแก้ไขและลดการเกิดปัญหาเหล่านี้ จึงได้จัดอบรมให้กับพนักงานเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในแนวทางของการปรับตัวในอนาคตทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ เพื่อหาหนทางในการแก้ปัญหาโลกร้อนที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ โดยองค์กรธุรกิจถือเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยกันป้องกันและดูแลสิ่งแวดล้อม ผ่านการลดการใช้พลังงาน ลดการใช้น้ำ ลดปริมาณของเสีย รวมถึงลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากกิจกรรมขององค์กรได้ เพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อันจะเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมในเชิงบวกให้กับสังคม และสิ่งแวดล้อมต่อไป



ความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก

VGI ให้ความสำคัญกับพนักงานที่หลากหลายและวัฒนธรรมการไม่แบ่งแยก โดยบริษัทฯ เชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าความหลากหลายและการรวมเป็นหนึ่งเดียวกันจะสร้างที่ทำงานที่มีพลวัต โดยพนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติต่อความชอบทางเพศ เพศ เชื้อชาติหรือชาติพันธุ์ สัญชาติ ประเทศต้นกำเนิดหรือภูมิหลังทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ บุคลากร LGBTQIA+ มีสิทธิได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ของบริษัทฯ อย่างเท่าเทียม เช่น กองทุน ลาเพื่ออุปถัมภ์ครอบครัว และการลาเพื่อผ่าตัดแปลงเพศ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยไม่คำนึงถึงเพศ



นอกจากนี้ หากพบเจอพฤติกรรมเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดในบริษัทฯ สามารถรายงานได้ผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสตามคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจซึ่งผู้รายงานจะได้รับการคุ้มครองจากการรายงานดังกล่าว นอกจากนี้ผู้รายงานยังสามารถรายงานเป็นลายลักษณ์อักษรหรือด้วยวาจาต่อหัวหน้างานและฝ่ายทรัพยากรบุคคล ซึ่งจะมีการดำเนินการตามกระบวนการสอบสวนที่กำหนดไว้และส่งต่อไปยังผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล รวมถึงแจ้งให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารทราบตามความเหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทฯ จะมีการดำเนินการแก้ไขหรือดำเนินการทางวินัยตามเห็นสมควรจากข้อสรุปของการสอบสวนดังกล่าว โดยในกรณีการละเมิดจะมีการดำเนินคดีทางกฎหมายตามเหมาะสม

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

ความพึงพอใจในองค์กรของพนักงาน

VGI จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยบริษัทฯ ได้นำผลสำรวจดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงแนวทางการส่งเสริมความพึงพอใจของพนักงาน รวมถึงจัดทำหลักสูตรพัฒนาศักยภาพพนักงาน และดูแลให้พนักงานทุกคนรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในงานของตนเอง ซึ่งในปี 2566/67 พนักงานทุกคนได้ทำแบบสำรวจและได้ผลการประเมินความผูกพันที่ร้อยละ 73 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายประจำปีที่ร้อยละ 70



ผลสำรวจความผูกพัน
ของพนักงานที่มีต่อองค์กร

73%



ผลสำรวจความพึงพอใจ
ของพนักงานที่มีต่อองค์กร

97%

4.3 สิทธิมนุษยชน

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 412-1)



สิทธิมนุษยชนเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานในความเป็นมนุษย์ที่ทุกคนพึงได้รับอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม การละเมิดสิทธิมนุษยชนอาจส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจและภาพลักษณ์ขององค์กร VGI จึงให้ความสำคัญสูงสุดต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร โดยการยึดหลักสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการเกิดเหตุการณ์การละเมิดสิทธิมนุษยชน

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

VGI กำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อเป็นมาตรฐานในการบริหารจัดการสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร ซึ่งครอบคลุมความมุ่งมั่นของบริษัทที่จะป้องกันไม่ให้เกิดการข้ามขูญะ การบังคับใช้แรงงาน แรงงานเด็ก การเลือกปฏิบัติ และการคุกคามหรือล่วงละเมิดทุกรูปแบบ ทั้งทางเพศและอื่น ๆ อีกทั้งยังสนับสนุนและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนในเรื่องเสรีภาพในการสมาคม สิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง และค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดทำนโยบายเรื่องการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดต่อสิทธิของบุคคลอื่น และนโยบายเรื่องความหลากหลายและการยอมรับความหลากหลาย เพื่อสนับสนุนความหลากหลายและเคารพสิทธิมนุษยชนของพนักงาน

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

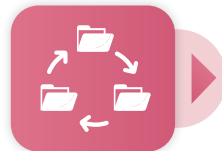
การบริหารจัดการสิทธิมนุษยชน



การประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน



การประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น



บูรณาการสิ่งที่ค้นพบและดำเนินการตามความเหมาะสม



ติดตามและสื่อสารประสิทธิภาพ



แก้ไขผลกระทบด้านลบ

VGI ดำเนินการตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านตามหลักการชี้แนะขององค์กรสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชน เพื่อประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงบริษัทย่อยที่ VGI มีอำนาจการบริหาร และได้จัดทำมาตรการเพื่อบรรเทาและแก้ไขผลกระทบต่าง ๆ เหล่านี้ในกรณีที่มีการละเมิดขึ้น ทั้งนี้ ในปี 2566/67 VGI ได้ทำการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Disclosure Report) และได้เปิดเผยข้อมูลการประเมินไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ



Human Rights Due Diligence Disclosure Report FY 2023/24



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับรายงานผลการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิทธิมนุษยชน

VGI ส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนให้กับผู้บริหารและพนักงานทุกระดับมาโดยตลอด โดยในปี 2566/67 บริษัทฯ ได้จัดการฝึกอบรมสองชั่วโมงผ่านรูปแบบออนไลน์โดยสถาบันภายนอกเพื่อให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับข้อมูลด้านสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน รวมถึงความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญและเกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าของการประกอบธุรกิจ เช่น การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดในที่ทำงาน นอกจากนี้ พนักงานยังได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการของการตรวจสอบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน นโยบายเรื่องการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดต่อสิทธิของบุคคลอื่น และนโยบายเรื่องความหลากหลายและการยอมรับความหลากหลาย

ในกรณีที่เกิดการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเหตุหรือเบาะแสผ่านช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียนที่บริษัทฯ ได้กำหนด เพื่อดำเนินการตามกระบวนการสืบสวนสอบสวนข้อเท็จจริง โดยในปี 2566/67 บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการแจ้งเหตุเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนและไม่มีเหตุการณ์การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดที่เกิดขึ้น



การมอบพื้นที่สื่อเพื่อสนับสนุนสิทธิมนุษยชน

VGI เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนและสร้างความตระหนักในด้านสิทธิมนุษยชนผ่านโครงการต่าง ๆ ผ่านการประชาสัมพันธ์บนสื่อบนรถไฟฟ้ามหานคร เพื่อทำให้เข้าถึงผู้คนที่มาใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสซึ่งมีจำนวนมาก การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์หรือแคมเปญต่าง ๆ จึงสามารถกระจายเข้าถึงผู้คนที่ได้ในวงกว้างและกระจายผลกระทบเชิงบวกไปยังสังคมได้อย่างทั่วถึง

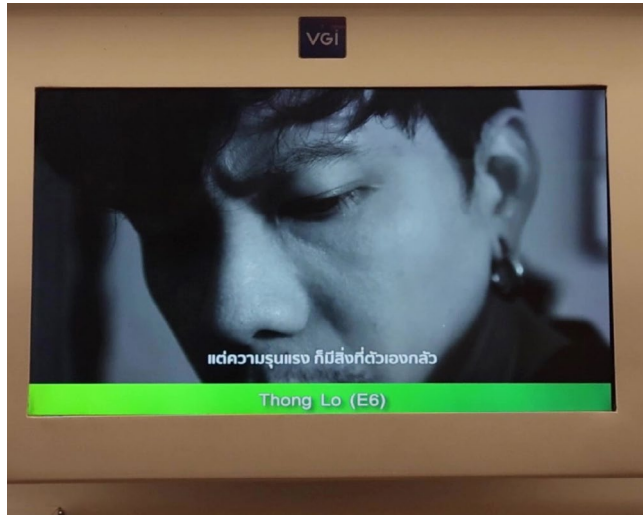
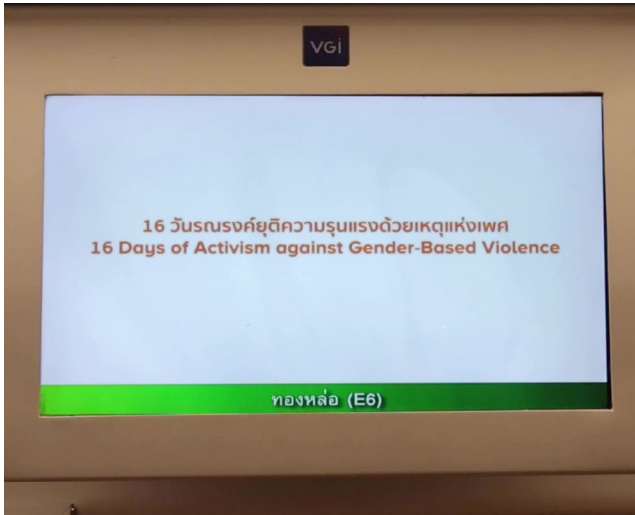
โครงการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่าและข้อสะโพกเทียมแก่ผู้ป่วยด้อยโอกาส (Happy Walk Operation)

มูลนิธิศรัทธา สร้างข้อต่อชีวิต (New Joint For Life Foundation) ซึ่งเป็นองค์กรการกุศลทางการแพทย์ไม่แสวงหาผลกำไรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการจัดสวัสดิการให้แก่สังคมและบุคคลที่อยู่ในภาวะยากลำบากหรือจำเป็นต้องได้รับการช่วยเหลือผ่านการรักษาโรคข้อเข่าและข้อสะโพกเสื่อมโดยการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่าและข้อสะโพกเทียมให้แก่ผู้ป่วยที่ด้อยโอกาสได้รับคุณภาพชีวิตที่ดีและกลับมาเดินได้สะดวกขึ้นอีกครั้ง โดยทางมูลนิธิได้รับความร่วมมือจากอาสาสมัครทางการแพทย์ในสาขาต่าง ๆ ทั้งทีมแพทย์ พยาบาล และนักกายภาพบำบัด ร่วมเป็นจิตอาสาดำเนินโครงการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเทียมให้กับผู้ด้อยโอกาสตามจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยได้ดำเนินโครงการไปแล้วจำนวน 20 โครงการ



การรณรงค์ 16 วัน เพื่อต่อต้านความรุนแรงด้วยเหตุแห่งเพศ

VGI ได้สนับสนุนพื้นที่สื่อบนรถไฟฟ้าให้กับ United Nations Development Programme (UNDP) ร่วมรณรงค์ 16 วัน เพื่อต่อต้านความรุนแรงด้วยเหตุแห่งเพศ (16 Days of Activism Against Gender-Based Violence) ซึ่งตรงกับวันที่ 25 พฤศจิกายน ถึง 10 ธันวาคม ของทุกปี เพื่อสร้างความตระหนักให้กับภาคประชาสังคมให้ทราบถึงความรุนแรงและแบ่งปันความรู้เพื่อยุติความรุนแรงด้วยเหตุแห่งเพศทุกรูปแบบที่เกิดขึ้นในสังคม



โครงการ “The Color of Pride” ณ ลาน MBK ระหว่างช่วง Pride Month

VGI ร่วมฉลอง Pride Month Festival เดือนแห่งการขับเคลื่อนด้านความหลากหลายทางเพศ ผ่านสื่อโฆษณาและกิจกรรมที่แสดงออกถึงการสนับสนุนและเข้าใจในความหลากหลายทางเพศที่เท่าเทียมกัน อย่างการร่วมเดินขบวนพาเหรดส่งท้ายเดือนแห่ง Pride Month ในงาน Pride in Love Final Mardi Gras และจัดกิจกรรม The Color of Pride ที่หน้าลาน MBK Center



4.4 การพัฒนาสังคมและชุมชน

(GRI 3-3)



VGI ตระหนักดีว่าการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนนั้น บริษัทฯ จะต้องเป็นองค์กรที่ดีที่สามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับสังคมได้อย่างเป็นสุข บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการดำเนินงานควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและชุมชน เพราะการได้รับการยอมรับและความไว้วางใจคือส่วนสำคัญต่อการเติบโตทางธุรกิจของ VGI ต่อไป

ทิศทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

VGI กำหนดรูปแบบความคิดริเริ่มด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและกิจกรรมพัฒนาสังคมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยในปี 2566/67 VGI ได้กำหนดโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมที่มุ่งเน้นการสนับสนุนการพัฒนาทางการศึกษา และสร้างจิตสำนึกเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้กับสังคมเกี่ยวกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ จากกิจกรรมดังกล่าว บริษัทฯ มุ่งสนับสนุนและเพิ่มจำนวนพนักงานอาสา รวมถึงส่งเสริมการรับรู้ทางสังคมเชิงบวกและความพึงพอใจต่อองค์กร

ทิศทางกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของ VGI (VGI's CSR Strategic Direction)



กิจกรรมด้านสังคมของวีจีไอ

การพัฒนาห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ให้แก่โรงเรียน

VGI และทีมงานวีจีไออาสา เป็นตัวแทนร่วมพัฒนาห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ส่งมอบเครื่องคอมพิวเตอร์และเก้าอี้ จำนวน 50 ชุด พัฒนาคอมพิวเตอร์ จำนวน 16 ตัว พร้อมด้วยทีมงานร่วมพัฒนาออกแบบระบบ Network ให้กับโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 14 อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เพื่อเป็นกำลังสำคัญของประเทศในการขับเคลื่อนคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับเยาวชนอย่างเท่าเทียม ผ่านการกระจายความช่วยเหลือให้กับโรงเรียนที่ยังขาดแคลนอุปกรณ์การเรียนการสอน



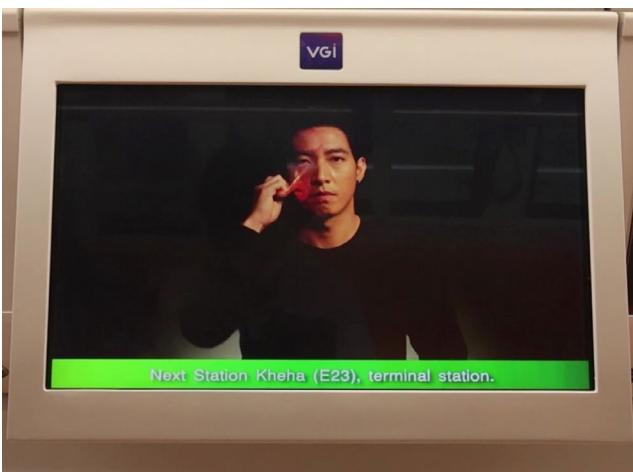
โครงการ 25 ล้านก้าว เดินเพื่อน้อง

เพื่อเป็นการฉลองครบรอบ 25 ปี ของ VGI จึงได้จัดกิจกรรมโครงการ “25 ล้านก้าว เดินเพื่อน้อง” ให้พนักงานร่วมกันสะสมก้าวเดิน ในระยะเวลา 3 เดือน โดยมีเป้าหมาย 25 ล้านก้าว ซึ่งจำนวนก้าวเดินที่พนักงานของ VGI ทำได้ทั้งหมดกว่า 263,116,934 ก้าวเดิน และด้วยผลสัมฤทธิ์จำนวนก้าวเดินนี้ ได้นำไปสู่การเดินทางของ VGI และชมรมวีจีไออาสา เพื่อมอบทุนการศึกษาและสนับสนุน อุปกรณ์กีฬาให้กับนักเรียน ณ โรงเรียนชุมชนสามพร้าว อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี เพื่อพัฒนากีฬาและศักยภาพ ให้กับเด็ก ๆ และเข้าถึงอุปกรณ์การเรียนการสอนได้อย่างทั่วถึง



มูลนิธิสร้างรอยยิ้ม ช่วยเหลือผู้ป่วยยากไร้ที่มีภาวะปากแห้งเพดานโหว่

มูลนิธิสร้างรอยยิ้มเป็นองค์กรการกุศลทางการแพทย์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร โดยมีพันธกิจหลักในการให้ความช่วยเหลือผู้ป่วยยากไร้ที่มีภาวะปากแห้งเพดานโหว่ รวมถึงแผลไฟไหม้และความผิดปกติอื่น ๆ บนใบหน้า โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ในแต่ละปี มูลนิธิสร้างรอยยิ้มตั้งเป้าที่จะรักษาผู้ป่วยด้วยโอกาสจำนวน 800-1,000 คน ผ่านโครงการออกหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ปีละ 4 ครั้ง นอกจากการให้การรักษาแก่ผู้ป่วยที่มีภาวะปากแห้งเพดานโหว่แล้ว มูลนิธิสร้างรอยยิ้มยังได้ให้ความช่วยเหลือรักษาและผ่าตัดแก่ผู้ป่วยที่มีภาวะแผลไหม้ ยึดติดหรือแข็งขี้ปากที่จะกลับมาใช้ชีวิตได้ตามปกติหากไม่ได้รับการรักษา VGI จึงได้สนับสนุนพื้นที่สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์พันธกิจเป้าหมาย และสื่อสารเรื่องความทรมาณของผู้ป่วยแผลไหม้ เปรียบเทียบระหว่างแผลไหม้จากการทำเทคนิคพิเศษในภาพยนตร์ กับแผลไหม้ในชีวิตจริงเพื่อให้เกิดความตระหนักแก่สังคมในวงกว้างต่อไป



การมอบทุนการศึกษาให้กับบุตรของพนักงาน

VGI มอบทุนการศึกษาให้กับบุตรของพนักงานเป็นประจำทุกปี โดยในปีนี้นักทาง VGI ได้มอบทุนการศึกษาจำนวน 85 ทุน ทุนละ 5,000 บาท เพื่อเพิ่มโอกาสให้บุตรของพนักงานได้พัฒนาศักยภาพในการเรียนรู้และเป็นกำลังสำคัญของประเทศต่อไปในอนาคต



การบริจาคเครื่องฟ้นฆ่าเชื้อให้แก่โรงเรียน

VGI ได้มอบตู้ฟ้นฆ่าเชื้อให้กับโรงเรียนเปรมประชาวัฒนา (เครือข่ายออลิก) เป็นจำนวน 2 ตู้ เพื่อใช้สำหรับการกำจัดเชื้อโรคที่อาจจะแพร่กระจายในกลุ่มนักเรียนและผู้ปกครอง และเพื่อให้เด็กที่มาโรงเรียนได้รับสุขอนามัยที่ดี สอดคล้องตามเป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างมีศักยภาพควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืนสู่สังคมอย่างครอบคลุมในทุกมิติ



การบริจาคปฏิทินให้แก่ศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อคนตาบอด

VGI ร่วมกับ กลุ่มบริษัททีเอส ส่งมอบปฏิทินตั้งโต๊ะเก่าจากแคมเปญ “ฮือให้” โดยเป็นปฏิทินที่พนักงาน ผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส และหน่วยงานใกล้เคียงกับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสร่วมกันบริจาค จำนวนกว่า 20,000 ฉบับ พร้อมทั้งเป็นตัวแทนกลุ่มบริษัททีเอส และผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอสมอบเงินจำนวน 786,450 บาท เพื่อสนับสนุนจัดซื้ออุปกรณ์เพื่อพัฒนาฝ่ายผลิตหนังสืออักษรเบรลล์ เพื่อนำไปจัดทำสื่อการเรียนการสอนให้กับผู้พิการทางสายตาสำหรับศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อคนตาบอด มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยโครงการนี้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ในด้านการสนับสนุนการศึกษาที่มีคุณภาพ และดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งโครงการนี้ส่งเสริมด้านการศึกษาให้กับผู้พิการทางสายตา พร้อมทั้งเป็นส่วนหนึ่งในการลดปริมาณขยะและใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดอีกด้วย



VGI Kids พิชิตพลังงานสะอาด

VGI ร่วมกับ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรม VGI Kids ให้แก่บุตรหลานของพนักงานเข้าร่วม เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดและการประดิษฐ์สิ่งของจากวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว พร้อมทั้งปลูกฝังแนวคิดการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม รวมถึงยังเป็นการดูแลบุตรหลานของพนักงานในระหว่างวันทำงานอีกด้วย



4.5 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

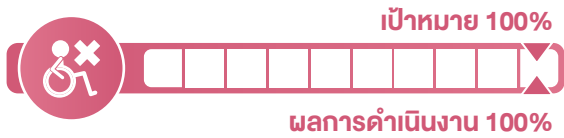
(GRI 3-3, 403-1, 403-2, 403-6, 403-9)



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2566/67	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 – 2567/68
-----------------------------------	--

เป้าหมาย: ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน

- พนักงานและคู่ค้าได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานความปลอดภัยร้อยละ 100
- ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน



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

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ทำการประเมินและจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานสำหรับธุรกิจสื่อโฆษณาเป็นประจำ โดยกระบวนการประเมินความเสี่ยง ประกอบด้วย



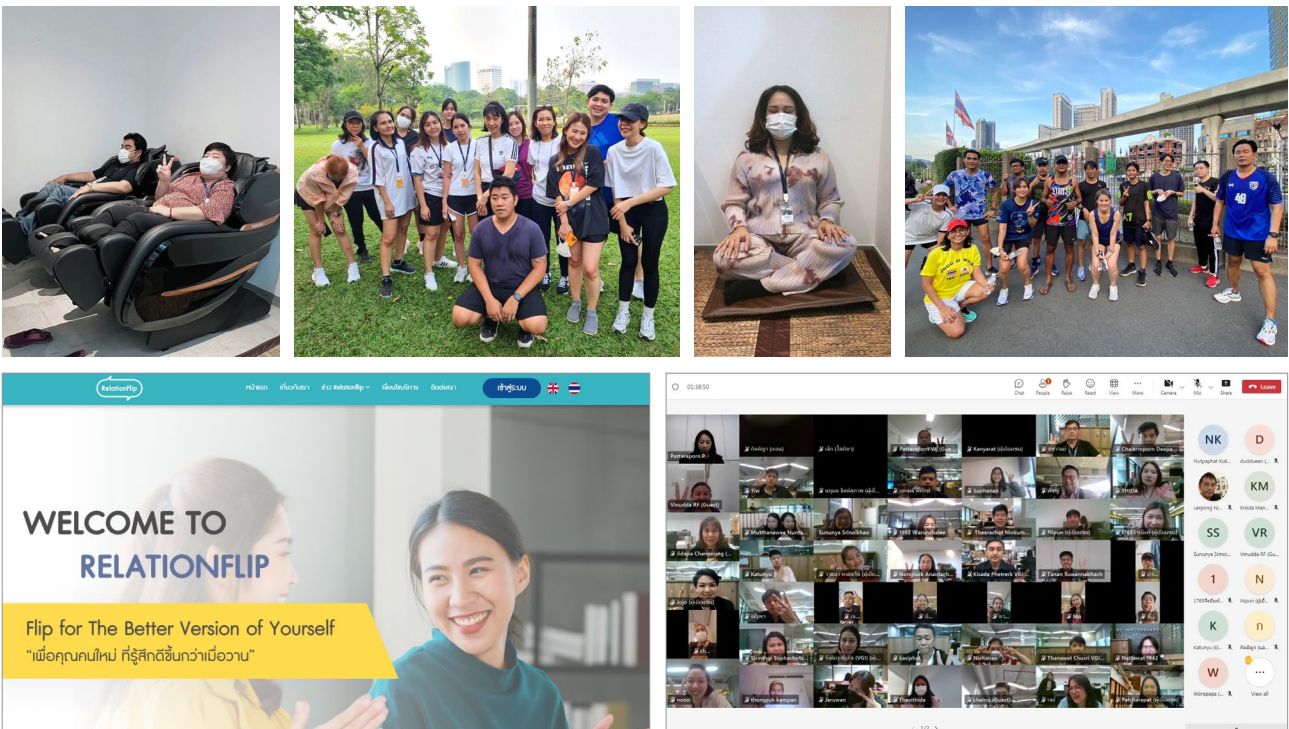
ทั้งนี้ พนักงานสามารถรายงานเหตุการณ์และสถานการณ์อันตรายจากการทำงานได้ระหว่างการประชุมด้านความปลอดภัยประจำเดือน หรือสามารถจัดทำรายงานอุบัติการณ์เพื่อดำเนินการสืบสวนสอบสวนตั้งขึ้นตอนที่กำหนดไว้ในระเบียบปฏิบัติงาน บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้พนักงานรายงานข้อกังวลที่เกี่ยวข้องกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยผ่านช่องทาง การแจ้งเรื่องร้องเรียนตามที่บริษัทฯ ได้กำหนดตามคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ โดยผู้รายงานจะได้รับการคุ้มครองจากการตอบโต้ อีกทั้งในสถานการณ์ที่เชื่อว่าจะก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือเจ็บป่วย พนักงานมีสิทธิหยุดงานและแจ้งให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไปได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงขององค์กรเพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินด้านสุขภาพ เช่น วิกฤตโรคระบาดที่อาจทำให้ธุรกิจหยุดชะงักได้

นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ยังคาดหวังให้คู่ค้ารักษามาตรฐานการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยตามที่ประกาศผ่านจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง โดยความปลอดภัยและอาชีวอนามัยนั้น เป็นหนึ่งในเกณฑ์ที่บริษัทฯ ใช้ในการประเมินคู่ค้าในกระบวนการจัดซื้อและเป็นส่วนหนึ่งของข้อกำหนดในสัญญาการจัดซื้อจัดจ้าง

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

วัฒนธรรมองค์กรด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

VGI มีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพให้แก่พนักงานและเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ โดยประกอบไปด้วย การตรวจสุขภาพพนักงานประจำปี คลาสออกกำลังกาย ชมรมต่าง ๆ เช่น ชมรมวิ่ง โยคะ เต้นแอโรบิก มีการจัดตั้งเก้าอี้נדวดในสำนักงานเพื่อคลายความเหนื่อยล้าของพนักงานระหว่างวัน รวมไปถึงคำนึงถึงสุขภาพจิตของพนักงานทุกคน จึงได้จัดทำโครงการปรึกษาจิตแพทย์ผ่านแอปพลิเคชัน Relationflip ที่พนักงานจะได้ทำแบบสอบถามเพื่อทราบถึงสุขภาพจิตปัจจุบันของตนเอง และหากต้องการปรึกษาแพทย์เพิ่มเติม ก็สามารถทำได้ออนไลน์โดยไม่มีค่าใช้จ่ายอีกด้วย



นอกจากนี้ VGI ยังจัดให้มีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เพื่อปลูกฝังความตระหนักรู้และลดเหตุการณ์อันไม่พึงประสงค์ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการปฏิบัติงานที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง โดยหลักสูตรฝึกอบรมนี้จัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปีสำหรับพนักงานทุกคน ซึ่งมากกว่าความที่ 2 ปี อันเป็นข้อกำหนดตามกฎหมาย ในปี 2566/67 การจัดอบรมดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 378 คน ประกอบด้วย พนักงาน 151 คน และผู้รับเหมา 227 คน รวมไปถึง VGI ยังจัดให้มีการฝึกอบรมไฟไหม้ให้แก่พนักงานทุกคนเป็นประจำทุกปีร่วมกับเจ้าของอาคารอีกด้วย



4.6 ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา

(GRI 3-3)



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

ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณาและการโฆษณา

VGI ได้กำหนดมาตรการและแนวทางการปฏิบัติด้านสื่อโฆษณาที่เหมาะสมผ่านนโยบายด้านความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา ซึ่งครอบคลุมจรรยาบรรณแห่งการโฆษณาและการนำเสนอสื่อต่าง ๆ โดยบริษัทฯ จะตรวจสอบให้มั่นใจว่าเนื้อหาที่ใช้โฆษณานั้นมีความถูกต้อง เหมาะสม เป็นความจริง และไม่ขัดต่อข้อกำหนด กฎหมาย และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะไม่นำเสนอเนื้อหาสื่อโฆษณาที่เอาเปรียบหรือก่อให้เกิดความวุ่นวายต่อกลุ่มเปราะบางอย่างกลุ่มเยาวชน เนื้อหาที่จะช่วยก่อให้เกิดความขัดแย้งทางศาสนาและเชื้อชาติ และสื่อที่แสดงถึงความรุนแรงและภาพลามกอนาจาร นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ จะไม่แสดงเนื้อหาที่เบี่ยงเบนหรือเกินความจริงในลักษณะที่เป็นเท็จที่มีวัตถุประสงค์เพื่อหลอกลวงสังคม ทั้งนี้ ข้อความคำเตือนจะถูกนำเสนอสำหรับเนื้อหาสื่อโฆษณาที่อาจก่อให้เกิดความขัดเคืองหรือมีความรุนแรง เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลือกดูได้ตามความเหมาะสม และเพื่อให้สอดคล้องตามแนวทางการโฆษณานั้น บริษัทฯ จะตกลงตามข้อกำหนดและเงื่อนไขกับลูกค้าและแบรนด์ต่าง ๆ ในทุกการทำธุรกิจร่วมกัน และได้กำหนดให้มีขั้นตอนในการตรวจสอบเนื้อหาของสื่อโฆษณาโดยฝ่ายกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหานั้นสอดคล้องตามกฎหมาย แนวปฏิบัติ และข้อกำหนดของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในกรณีที่ว่าเนื้อหาไม่เป็นไปตามแนวปฏิบัติของบริษัทฯ VGI ขอสงวนสิทธิ์ทั้งหมดเพื่อปฏิเสธที่จะเผยแพร่เนื้อหาสื่อโฆษณาดังกล่าว ดังข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ได้ตกลง

โดยในปี 2566/67 ที่ผ่านมานั้น บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการแจ้งเหตุเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม และไม่มีเหตุการณ์การเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิดที่เกิดขึ้น



0 ครั้ง

ไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการแจ้งเหตุเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม

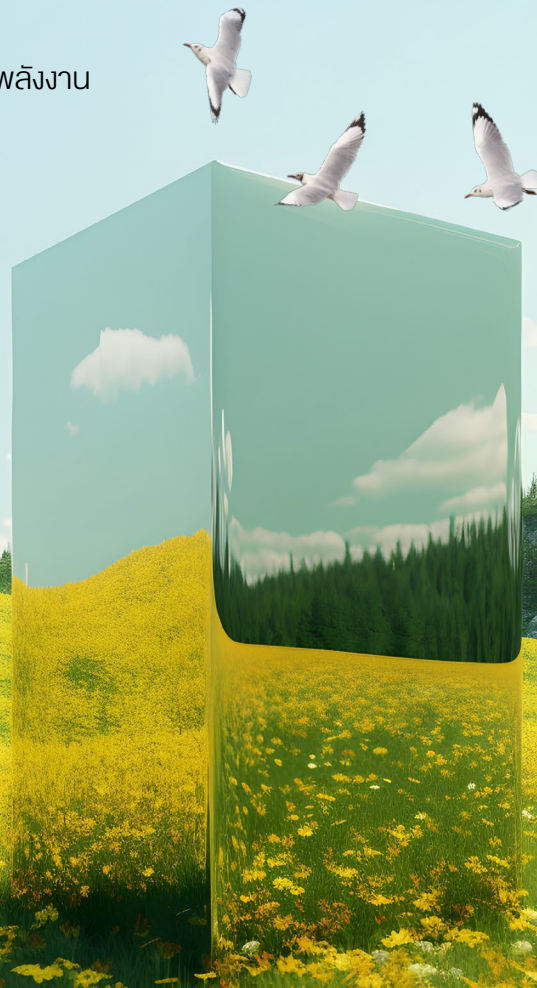
โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณาและการโฆษณา

05



VGI กับความยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม

- 5.1 กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน
- 5.2 การจัดการของเสีย



5.1 กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน

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



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2566/67	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 – 2567/68
<p>เป้าหมาย: รักษาระดับการใช้พลังงานไฟฟ้าไม่ให้เพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐานปี 2562</p> <div data-bbox="188 628 754 760"> <p>เป้าหมาย ≤ 10%</p> <p>ผลการดำเนินงาน ≤ 10%</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> รักษาระดับการใช้พลังงานไฟฟ้าไม่ให้เพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐานปี 2562 ใช้แพลตฟอร์มโฆษณาขององค์กรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายในการสร้างความตระหนักแก่ประชาชนไม่น้อยกว่า 1 ล้านคนต่อปี

ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นปัญหาสำคัญระดับโลกอย่างปฏิเสธไม่ได้ VGI จึงมุ่งมั่นที่จะรับมือกับทั้งความท้าทายและโอกาสอันมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการอนุรักษ์พลังงาน โดยในฐานะผู้ให้บริการ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชัน VGI ไม่เพียงตั้งใจที่จะจัดการกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอันมาจากกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทเท่านั้น แต่ยังมีมุ่งมั่นสร้างความตระหนักในสังคมเกี่ยวกับความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านแพลตฟอร์มสื่อโฆษณาของบริษัทอีกด้วย โดย VGI ยึดปฏิบัติตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมความมุ่งมั่นของบริษัทที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในการดำเนินงาน ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงการอนุรักษ์พลังงาน พิจารณานำพลังงานสะอาดมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านการเผยแพร่บทความ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสู่สาธารณะในช่องทางสื่อต่าง ๆ ของบริษัท อย่างต่อเนื่อง

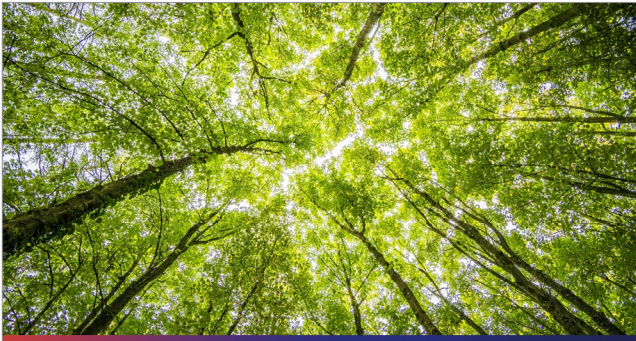
นอกจากนี้ VGI ยังให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อาทิ การเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนของสภาพอากาศที่รุนแรงและภัยธรรมชาติที่อาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางธุรกิจของ VGI ได้ ดังนั้น เพื่อจัดการกับความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเหล่านี้ VGI จึงดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรเพื่อทบทวนปัจจัยเสี่ยงที่มีอยู่และที่ก่อกำเนิดขึ้นใหม่อันเกี่ยวข้องกับผลกระทบของสภาพอากาศที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ อีกทั้ง บริษัทฯ ได้กำหนดแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กร รวมไปถึงแผนฟื้นฟูจากภัยพิบัติเพื่อจัดการกับเหตุการณ์สภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

ความเสี่ยงและโอกาสของบริษัทฯ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

VGI มีความตั้งใจที่จะจัดการกับความท้าทายและโอกาสที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ร่วมไปกับการสร้างความตระหนักทางสังคมเกี่ยวกับความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านช่องทางสื่อและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของบริษัทฯ โดย VGI บริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพอากาศที่รุนแรง และภัยธรรมชาติที่อาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางธุรกิจ โดยได้เปิดเผยข้อมูลตามมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Taskforce on Climate-Related Financial Disclosures หรือ TCFD) ซึ่งประกอบไปด้วย การประเมินความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



TCFD Report 2023/24



Climate Risk Assessment Report 2023/24



นอกจากนี้ VGI ยังมีแนวทางในการประเมินและจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ ผ่านการพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ และอาจก่อให้เกิดผลกระทบที่สำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ รวมถึงการดำเนินงานของตนเอง รวมถึงลูกค้าและลูกค้า โดยสามารถศึกษาเพิ่มเติมผ่านรายงานการประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Risk Assessment Report) ของ VGI



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับรายงาน TCFD



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับรายงาน Climate Risk Assessment

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรในปี 2566/67

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม Scope 1+2
2,824 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e)

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม Scope 1+2+3
13,702 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e)



โครงการอนุรักษ์พลังงานและส่งเสริมการลดก๊าซเรือนกระจก

Carbon Neutral

VGI มุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอย่างจริงจัง โดยในปีนี้ VGI ได้ทำการคำนวณ ทวนสอบ และขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร พร้อมทั้งได้รับการรับรองฉลาก Carbon Neutral จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. โดย VGI ได้ชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรผ่านการเข้าร่วมโครงการสนับสนุนคาร์บอนเครดิตที่ผ่านการรับรองจาก อบก. นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดหาพลังงานสะอาดจากแหล่งพลังงานหมุนเวียนร้อยละ 10 ของการดำเนินงานธุรกิจ โดยการใช้ใบรับรองเครดิตการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificates หรือ RECs) ซึ่งมาจากโครงการพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ของบริษัท บีซีพีจี จำกัด (มหาชน)



The Air We Share

VGI ได้ให้การสนับสนุนพื้นที่จัดกิจกรรมและสื่อโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของบริษัทฯ เพื่อจัดกิจกรรม The Air We Share ซึ่ง VGI ร่วมกับ บีทีเอส กรุ๊ป กรุงเทพมหานคร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ และภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ร่วมกันจัดขึ้นเพื่อให้ความรู้กับประชาชนและสร้างความตระหนักเกี่ยวกับปัญหามลพิษทางอากาศจากฝุ่น PM 2.5 ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ โดยมีการนำเสนอแนวทางการเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหามลพิษทางอากาศผ่านการใช้ชีวิตประจำวันอย่างยั่งยืนให้แก่ประชาชนและบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ โดยมีการจัดแสดงผ่านรูปแบบ Interactive Wall ที่ผู้เข้าร่วมงานสามารถสัมผัสเรื่องราวของนิทรรศการผ่านปลายนิ้วและนิทรรศการแสดงความรู้เกี่ยวกับมลพิษทางอากาศ



โครงการ 25 ล้านก้าว เดินเพื่อน้อง “ปลูกป่า ไร้มลพิษชาติ เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้ชุมชน”

VGI และทีมงานวีจีไออาสา จัดกิจกรรมบริจาคและปลูกต้นไม้ ภายใต้โครงการ “25 ล้านก้าว เดินเพื่อน้อง” ร่วมกับนักเรียนและบุคลากรจากโรงเรียนชุมชนสามพร้าว อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับชุมชน สอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัทฯ ในการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่สังคมและชุมชน





กิจกรรมปล่อยเต่าคืนสู่ท้องทะเล

บริษัท ซุปเปอร์ เทอร์เกิล จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วยพนักงาน บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรม “ปล่อยเต่าคืนสู่ท้องทะเล” โดยร่วมกับ ปล่อยเต่า ทำความสะอาดบ่อเต่า และมอบเงินสนับสนุน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ หน่วยบัญชาการต่อสู้ อากาศยานและรักษาฝั่ง อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเล อย่างยั่งยืน รวมถึงพัฒนาโครงการต่างๆ เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

Same Way Save World

VGI ตระหนักถึงปัญหาการปล่อยคาร์บอนที่เกิดจากการเดินทางของพนักงาน มาที่ทำงาน บริษัทฯ จึงได้จัดทำแคมเปญ ‘Same Way Save World’ เพื่อสนับสนุนให้พนักงานติดรถกันไปทำงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนที่ไม่จำเป็น จากการเดินทางโดยรถยนต์ โดยตั้งแต่เริ่มโครงการในปี 2564 สามารถช่วย หลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเดินทางของพนักงานได้ทั้งหมด 75 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e)



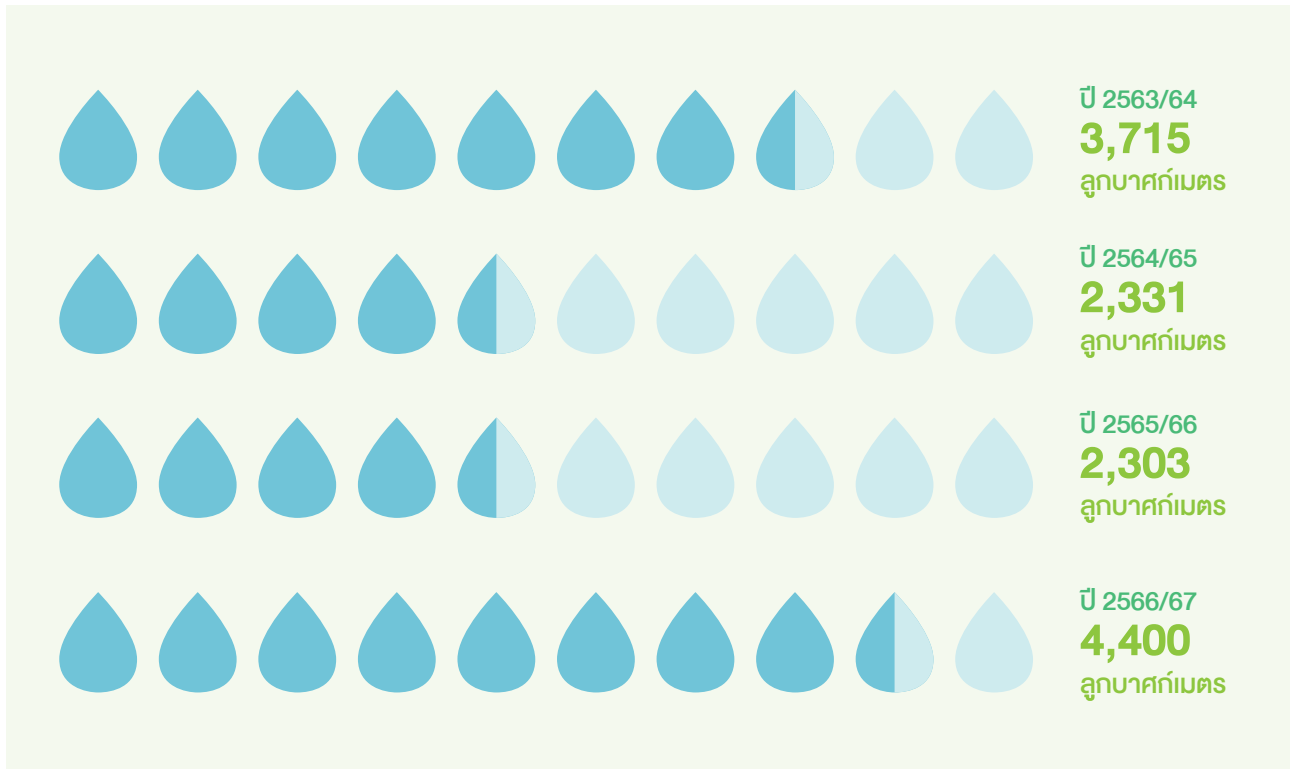
การลดการใช้ไฟฟ้าบนสถานีรถไฟฟ้า

VGI ประหยัดการใช้ไฟฟ้าจากสื่อโฆษณาของบริษัทฯ บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสโดยการเปลี่ยนหลอดไฟลูออโรสเซนต์เป็นแบบหลอดไฟ LED มาตั้งแต่ปี 2556 และดำเนินการปิดไฟหลังเวลาทำการ ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ถึง 4 ล้านบาท ต่อปี



การบริหารจัดการน้ำ

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจหลักของ VGI เป็นการให้บริการด้าน Offline-to-Online โซลูชันส์ จึงมีเพียงการใช้น้ำจากอาคารสำนักงานที่บริษัทตั้งอยู่เท่านั้น โดย VGI มีการสื่อสารแก่พนักงานเรื่องการประหยัดน้ำและใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ปริมาณการใช้น้ำของ VGI มาจากการใช้น้ำประปาทั้งหมด โดยในปี 2566/67 มีการใช้น้ำ 4,400 ลูกบาศก์เมตร



5.2 การจัดการของเสีย

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



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2566/67	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 – 2567/68
-----------------------------------	--

เป้าหมาย: เปลี่ยนการนำขยะที่จะถูกฝังกลบหรือเผาทำลาย ด้วยการนำกลับมาใช้ประโยชน์ร้อยละ 30 ของปริมาณขยะทั้งหมด



- เปลี่ยนการนำขยะที่จะถูกฝังกลบหรือทำลาย ด้วยการนำกลับมาใช้ประโยชน์ร้อยละ 30 ของปริมาณขยะทั้งหมด
- สร้างคุณค่าให้ขยะโดยการเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีเป้าหมายในการลดปริมาณการสร้างขยะอย่างน้อยร้อยละ 10

VGI ให้ความสำคัญในการลดของเสีย การปฏิบัติด้านการจัดการของเสียที่สอดคล้องตามกฎระเบียบ และการนำเศษธุรกิจหมุนเวียนมาใช้ในกิจกรรมทางธุรกิจ โดยตระหนักดีว่าการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพเป็นวาระสำคัญในการดำเนินธุรกิจเพื่อช่วยลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง ทั้งนี้ VGI มีความมุ่งมั่นในการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ และประยุกต์ใช้แผนเศรษฐกิจหมุนเวียนของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยของเสียที่เกิดจากการดำเนินงานของ VGI เองโดยทั่วไปแล้ว จะเกิดจากกิจกรรมในสำนักงานที่ถูกกำจัดโดยฝ่ายบริหารอาคารตามข้อผูกพันในสัญญา และป้ายไว้นิลที่ใช้แล้วที่เกิดจากธุรกิจสื่อโฆษณาของบริษัทฯ ซึ่งจะถูกจัดเก็บไว้ในพื้นที่หรือนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีระบบการกำกับและติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับของเสียโดยทั่วไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการลดขยะตามหลักการ 3R คือ ลดของเสียให้น้อยที่สุด (Reduce) นำของเสียกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และนำไปผ่านกระบวนการหรือแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

หลักการลดของเสีย 3R ของ VGI

Reduce

การลดของเสียให้น้อยที่สุด

Reuse

การนำของเสียกลับมาใช้ใหม่

Recycle

การนำของเสียไปผ่านกระบวนการหรือแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลการจัดการของเสียขององค์กรในปี 2566/67



25.29 ตัน
ปริมาณของเสียทั้งหมด
(ขยะอันตรายและขยะไม่อันตราย)



45.07%
ปริมาณของเสียที่นำกลับมา
ใช้ประโยชน์

โครงการด้านการจัดการของเสีย

VGI ได้บริจาคอุปกรณ์ป้าย Standee และ Inkjet จากการใช้ในการจัดประชุมผู้ถือหุ้นให้กับสถาบันดนตรี MUSIC INSPIRES by เครื่อง่ายศิลปะดนตรีเพื่อคนพิการ ซึ่งเป็นองค์กรที่จัดการเรียนการสอนดนตรีและกิจกรรมเพื่อการพัฒนาศักยภาพและทักษะทางดนตรีสำหรับผู้พิการและคนทั่วไป โดยทางสถาบันจะนำอุปกรณ์ป้าย Standee และ Inkjet ไปใช้สำหรับจัดทำสื่อการเรียนการสอนดนตรี คิดเป็นมูลค่ารวม 19,000 บาท



การคัดแยกประเภทขยะ

VGI ทำการคัดแยกประเภทของขยะที่เกิดจากกิจกรรมภายในสำนักงาน ก่อนที่จะส่งกำจัดโดยฝ่ายบริหารอาคาร โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีถังขยะเฉพาะสำหรับขยะประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ขยะทั่วไป เศษอาหาร ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย ซึ่งบริษัทฯ รับผิดชอบการคัดแยกขยะเพื่อสร้างความตระหนักของพนักงานเกี่ยวกับความสำคัญของบทบาทและความร่วมมือในการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ



โครงการลดการใช้ขวดพลาสติก

VGI สนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมกันลดปริมาณขยะพลาสติกในองค์กร โดยได้จัดหาเครื่องกรองน้ำเพื่อให้พนักงานได้ดื่มน้ำสะอาด พร้อมทั้งได้แจกแก้วน้ำรักษาอุณหภูมิเป็นของระลึกให้กับพนักงานภายใต้การครบรอบ 25 ปี VGI เพื่อรณรงค์ให้พนักงานหันมาใช้แก้วน้ำที่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้ ลดปริมาณขยะพลาสติก และเป็นส่วนช่วยในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอีกด้วย



โครงการอัปไซเคิลโวนิลจากป้ายโฆษณาที่ใช้แล้ว

VGI ยังคงอัปไซเคิลโวนิลที่ใช้แล้วจากป้ายโฆษณาตามความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการลดขยะ-โดยการประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยในปี 2566/67 ขยะโวนิลของ VGI ได้ถูกเปลี่ยนจากการถูกกำจัด ไปเป็นการอัปไซเคิลเพื่อผลิตเป็นกระเป๋าทรงสวย รวมถึงแจกให้แก่โรงเรียนในโครงการจิตอาสาต่าง ๆ ของ VGI จำนวนกว่า 650 ใบ ซึ่งนอกจากจะช่วยลดปริมาณขยะแล้ว ในการผลิตกระเป๋านั้น VGI ยังได้สนับสนุนให้ชุมชนมีรายได้ผ่านการจ้างงานชุมชนเพื่อผลิตกระเป๋าอีกด้วย ซึ่งในปีที่ผ่านมา VGI ได้สนับสนุนชุมชนเป็นมูลค่ากว่าแสนบาท





RANKED #1 IN THE WORLD FOR SUSTAINABILITY

Under the Media, Movies & Entertainment Industry by S&P Global for the 2nd Consecutive Year (Ranked in the Top 1%)

The Company is deeply honored and grateful to receive these prestigious awards and recognitions. These accolades not only acknowledge our dedication and hard work but also inspire us to continue striving for excellence. We accept them with sincere appreciation and a renewed commitment to achieving even greater milestones.



Recognised with the "Thailand's Top Corporate Brand Hall of Fame 2023," this award honors the corporate for maintaining a high brand value for the 5th consecutive year at the ASEAN and Thailand's Top Corporate Brands 2023.



Certified as a member of the Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC) since 2017



Received an "Excellent" Corporate Governance scoring for the 8th consecutive year in 2023 by the Thai Institute of Directors (IOD)



Honoured with an "AA" sustainable stock rating under the "SET ESG Ratings" in the Services category for 2023, marking our inclusion in the list of SETESG Index for the 3rd consecutive year



Included in the SET100 Index during the period of January to June 2023 by SET.



Included in the MSCI Small Cap Indices for the 4th consecutive year by the Morgan Stanley Capital International (MSCI) index.



Certified with the Carbon Neutral label from the Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) for the 2nd consecutive year. VGI is the first and only Carbon Neutral media company in Thailand.



SUSTAINABILITY REPORT 2023/24

VGI Public Company Limited

TABLE OF CONTENTS

01



INTRODUCTION

1.1 About This Report	81
1.2 Message from the Chairman	83
1.3 Ambition and Strategy	84
1.4 VGI Ecosystem and Value Chain	86

02



SUSTAINABILITY DEVELOPMENT AT VGI

2.1 Materiality Assessment	90
2.2 Stakeholder Engagement	95
2.3 Sustainability Development Policy and Goals	99
2.4 Sustainability Awards and Achievements in 2023/24	102

03



GOVERNANCE AND ECONOMIC DIMENSION

3.1 Corporate Governance and Business Conduct	104
3.2 Risk and Crisis Management	110
3.3 Supply Chain Management	114
3.4 Innovation	118
3.5 Information Technology Security and Personal Data Privacy	122

04



SOCIAL DIMENSION

4.1 Customer Relationship Management	126
4.2 Human Resources Development and Well-Being	128
4.3 Human Rights	133
4.4 Social and Community Development	136
4.5 Occupational Health and Safety	140
4.6 Responsibility Towards Advertising and Media Content	142

05



ENVIRONMENTAL DIMENSION

5.1 Climate and Energy Strategy	144
5.2 Waste Management	149

06



SUSTAINABILITY PERFORMANCE SUMMARY

6.1 Sustainability Performance Report	154
6.2 GRI Content Index	155
6.3 Independent Assurance Statement	156
6.4 Survey of Readers' Opinion	159

01



INTRODUCTION

- 1.1 About This Report
- 1.2 Message from the Chairman
- 1.3 Ambition and Strategy
- 1.4 VGI Ecosystem and Value Chain





VGI

thairways.com

021-7700518

Dunkin'

7-Eleven

7-Eleven

PIUS

PIUS

PIUS

1.1 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 compiling 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 performance progress in various dimensions. The 2023/24 Sustainability Report includes the Company’s economic, social and environmental performance between April 1st, 2023 to March 31st, 2024.


The report has been prepared in accordance with the GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards), covering 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 their operations. The social and environmental performance indicators disclosed in this Sustainability Report are thoroughly verified by the independent auditor Lloyd’s Register Quality Assurance (LRQA) independent auditors to assure comprehensive data collection, accuracy, completeness and reliability. The data verified in 2023/24 includes 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. Moreover, this Sustainability Report is reviewed and approved by the Board Committee.

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/en/document/annual-reports>.

For more information, please contact:

Company Secretary Division 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



1.2 MESSAGE FROM THE CHAIRMAN

(GRI 2-22)

Dear Shareholders and Stakeholders,

This year is a special year for VGI as it marks our 25th anniversary. At the core of our business lies our longstanding vision of ‘Pioneering Solutions for Tomorrow.’ With this, VGI prioritises impactful integration across its ecosystem to build resilience while fostering sustainable value creation for the organisation. This philosophy has been deep-rooted in the foundation across all our business operations. In order for us to best address the needs of our consumer and revolutionise their experiences, we harness the power of our innovative services, all-encompassing ecosystem and advanced digital technology. Over the past several years, VGI has been able to navigate our business through numerous challenges, including the role of Artificial Intelligence (AI) in shaping the global economy and continuous shifts in consumer behaviour. Nevertheless, we remain confident in the resilience of our business strategy, especially in our provision of Offline-to-Online (O2O) Solutions, which have driven VGI to adapt to the ever-changing world. Apart from this, VGI is dedicated to operating and growing our business in a sustainable direction across all our platforms. By using the Sustainable Development Goals (SDGs) as a compass to guide the innovations and to conduct our business responsibly, we aim to enhance the well-being of our environment and society towards a sustainable future.

VGI is cognisant of the significant role stakeholder engagement plays within our value chain in driving our mission towards sustainable growth for success. Our dedication to foster sustainability extends beyond our organisation to include the responsibility to conduct our business to create positive impact to the society, communities and the environment. VGI adheres to principles of good governance and conducts its business with transparency and accountability to instill confidence and ensure fair treatment for our stakeholders. Furthermore, we recognise our employees as a valuable resource for the Company. For this reason, we conduct our business with the utmost respect to human rights and carry our operations in accordance with our Human Rights Policy to promote diversity, equity and inclusion with zero tolerance for discrimination. This year, VGI conducted its Human Rights Due Diligence (HRDD) to formally review the Company’s process and procedures for mitigation and remediation, as well as assess the risks and impact of human rights issues. Moreover, the Company supports the dissemination of educational content to enhance social awareness of diverse sustainability topics through VGI’s advertising space. In relation to environmental sustainability, we recognise that environmental crisis can profoundly impact the private sector, society and our communities, hence we continuously strive to improve our operational energy efficiency and reduce our carbon emissions. Over the past two years, VGI has been a certified carbon neutral company and has maintained at least 10% of its energy consumption from renewable sources through the procurement and investment of Renewable Energy Certificates (RECs). Our environmental activities highlight the Company’s dedication in being a part of the driving force to help Thailand achieve its goal to become Carbon Neutral by 2050 and Net Zero by 2065 in accordance with the Paris Agreement.

VGI’s perseverance in driving sustainable development has earned us national and international recognition. This year, we are proud of our inclusion within the S&P Global Sustainability Yearbook 2024 for our 3rd consecutive year and maintained our dominance as global sustainability leader within the Media, Movies & Entertainment sector for the 2nd consecutive year with a score of 82/100. Furthermore, VGI earned its inclusion within the SET ESG Ratings from the Stock Exchange of Thailand, being ranked with an “AA” for the first time, and has also received an “Excellent” or a “5-star” rating in Good Governance from the Thai Institute of Directors Association (IOD) for its 8th consecutive year.

To conclude, I would like to extend my heartfelt appreciation to all our Board of Directors and employees for their continuous contribution towards sustainable development for the organisation and greater society. Beyond this, my sincerest gratitude goes to all our stakeholders for instilling their continuous trust and support in VGI. I am profoundly honoured and confident that your collective contribution will accelerate the growth of VGI towards a direction that uplifts the wellbeing of society and the environment towards a more sustainable outlook.



Keeree Kanjanapas

Chairman of the Board of Directors

1.3 AMBITION AND STRATEGY

(GRI 2-23)

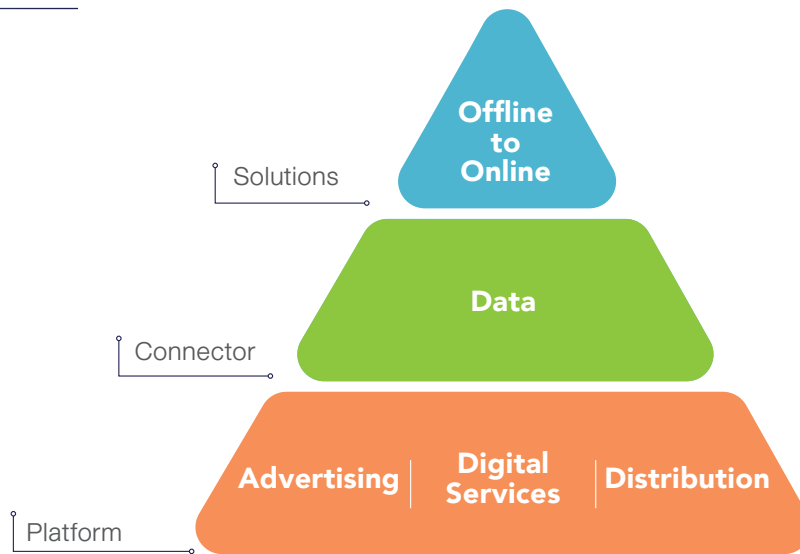
VISION

Pioneering Solutions for Tomorrow

MISSION

- Design pioneering experiences for consumers
- Create a pioneering platform for brands
- Build pioneering and sustainable business for stakeholders, society and the environment

VGI VALUES



V

VALUES

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

G

GROWTH

We aim to achieve industry-leading growth. Strengthening our unique business units and partnering with key complimentary market leaders around the world are our key growth differentiators.

I

INNOVATION

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

STRATEGY

VGI aims to be the market leader in providing Offline-to-Online (“O2O”) Solutions. The Company continues 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.



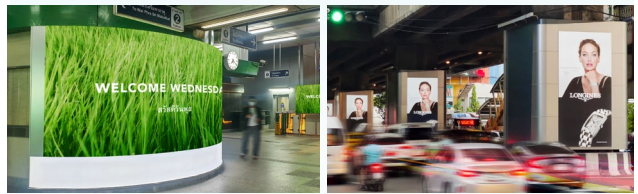
1.4 VGI ECOSYSTEM AND VALUE CHAIN

(GRI 2-6)

VGI is a service provider of Offline-to-Online (O2O) Solutions with a complete ecosystem on media business platforms including advertising, payment 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.



Advertising



Advertising in transit network ("Transit media")

VGI was granted the exclusive rights to manage media on over 37,000 static displays and 2,300 digital screens in trains and on stations in the form of LCD screens with high potential to reach and communicate with millions of media audiences using urban public transport.



Advertising in office buildings ("Office media")

Advertisement distribution that reaches office workers groups. VGI owns the largest office media network with 203 office buildings and 1,713 screens.



Billboards and street furniture advertising ("Outdoor media")

Outdoor media managed through ROCTEC¹ and PlanB Media Public Company Limited covers areas across the country, reaching a large audience of advertising media and helping to effectively create awareness and brand recognition.

Note

¹ On December 28th, 2023, Master Ad Public Company Limited officially changed its name to Roctec Global Public Company Limited ("ROCTEC")



Digital Services

Cashless Payment



Offline and online payments on the mass transit system and retail stores. Currently, approximately 17.8 mn Rabbit cards and co-branded cards are sold, and over 800 retails are partnered from various businesses which the card holders can make payments.



Rabbit Care

Leader in online insurance (InsurTech) and financial products (FinTech) comparison platform



Rabbit Cash

An online lending service provider that offers easy, convenient and fast access to financial resources for Thai consumers without adhering to traditional lending conditions.



Distribution



Super Turtle Public Company Limited (TURTLE)

TURTLE is a mass transit retail provider focusing on providing convenience and value to Thai customers, consisting of 3 types of businesses: retail, commercial space rental on BTS SkyTrain and publishing/book business.

Fanslink Communication Company Limited (Fanslink)

Fanslink is a leading company in brand management and multi-platform commerce that includes, pet products, health and beauty products, and smart home gadgets. Fanslink also provides comprehensive commercial services and go-to-market strategies for various brands on both online and offline platforms.



fanslink

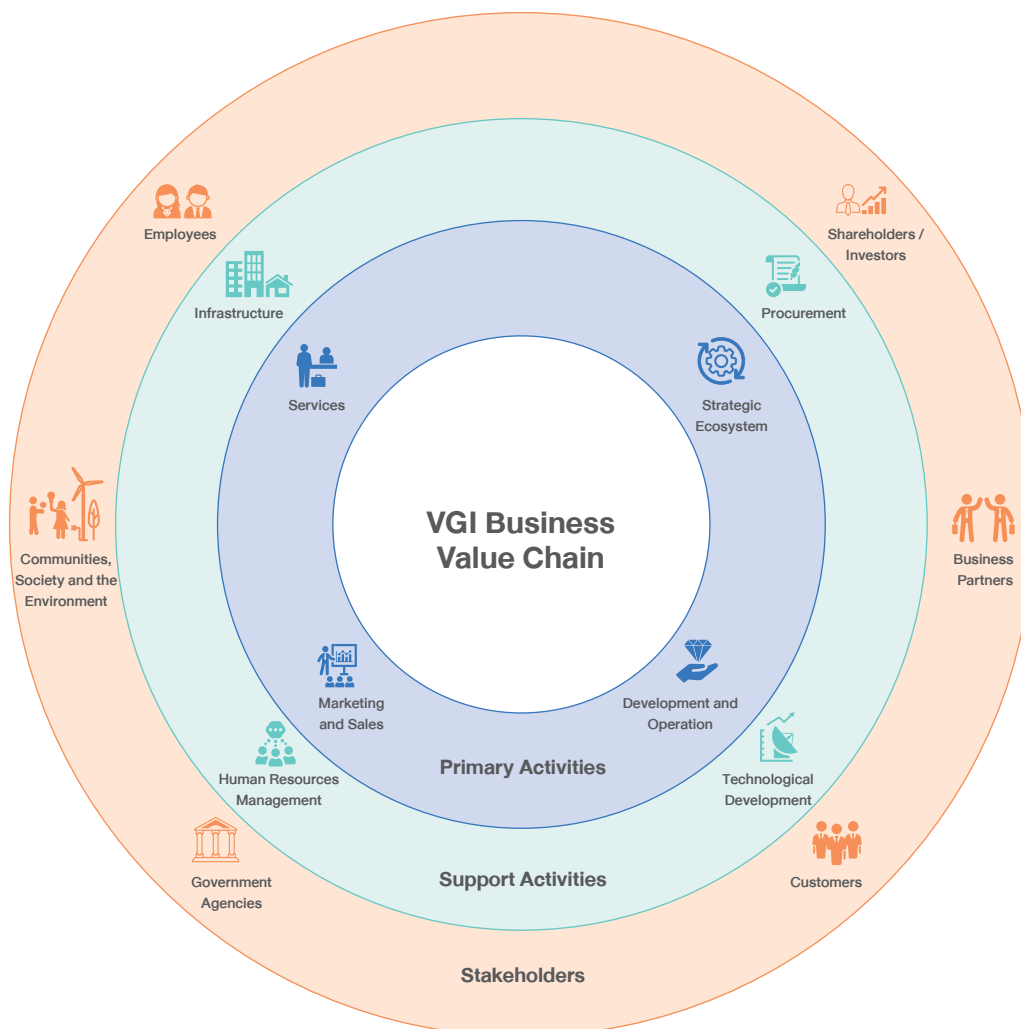
VGI VALUE CHAIN

(GRI2-6)

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 customer engagement with the brand.

Moreover, this ecosystem paves access to consumers' behaviors and interests through their various offline and online payment service transactions, 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, as well as 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, for instance, retailer and managing leasing spaces on BTS SkyTrain stations, brand management, and distributor for products from China's leading brands. Additionally, VGI's payment service business also complements and boosts its distribution business by offering cashless payment services to consumers.



02



SUSTAINABILITY DEVELOPMENT AT VGI

- 2.1 Materiality Assessment
- 2.2 Stakeholder Engagement
- 2.3 Sustainability Development Policy and Goals
- 2.4 Sustainability Awards and Achievements in 2023/24



2.1 MATERIALITY ASSESSMENT

(GRI 3-1)

VGI conducted an enterprise materiality assessment on an annual basis, taking into consideration both internal and external factors that cover the Company’s risks, impact issues and stakeholder expectations. 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, a concept in which the Company assesses environmental, social and governance (ESG) impact on the Company (internal), as well as the Company’s ESG impact from activities throughout the value chain towards stakeholder groups. The criteria on assessing the impacts are based on the Company’s Enterprise Risk Management criteria, therefore issues can later be integrated when assessing the Company’s risk factors.

Furthermore, it has been 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), and 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 relationship with stakeholders throughout the value chain. Moreover, the Company analysed global sustainability trends 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 ESG Ratings Index
- Global trends for media, movies and the 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’s 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 identified impacts 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 material sustainability 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 categorised into high, medium and low priorities.

The results of material sustainability issues were 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.

Material Sustainability Issues

Material Issues	GRI Standards 2021	Scope of Impact		Sustainability Development Goals (SDGs)
		Internal	External	
ECONOMIC AND GOVERNANCE 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 Resources 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. Social and Community Development	Management of Material Topics (GRI 3-3) Economic Performance (GRI 201-1)	+ -	+ -	3, 4, 8, 9, 13
10. Occupational 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 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



Positive Impact



Negative Impact

Material Issues by Impact Level

Positive Impact

Negative Impact

- Corporate Governance and Business Conduct
- Customer Relationship Management
- Responsibility of Content
- Information Security and Data Privacy
- Risk and Crisis Management

- Human Resources Development and Well-Being
- Human Rights
- Social and Community Development
- Innovation
- Waste Management

- Human Rights
- Human Resources Development and Well-Being
- Waste Management
- Innovation

- Occupational Health and Safety
- Corporate Governance and Business Conduct
- Information Security and Data Privacy
- Customer Relationship Management
- Supply Chain Management

Major positive Impact

Minor positive Impact

Minor negative Impact

Major negative Impact

Moderate positive Impact

Moderate negative Impact

- Occupational Health and Safety
- Supply Chain Management
- Climate and Energy Strategy

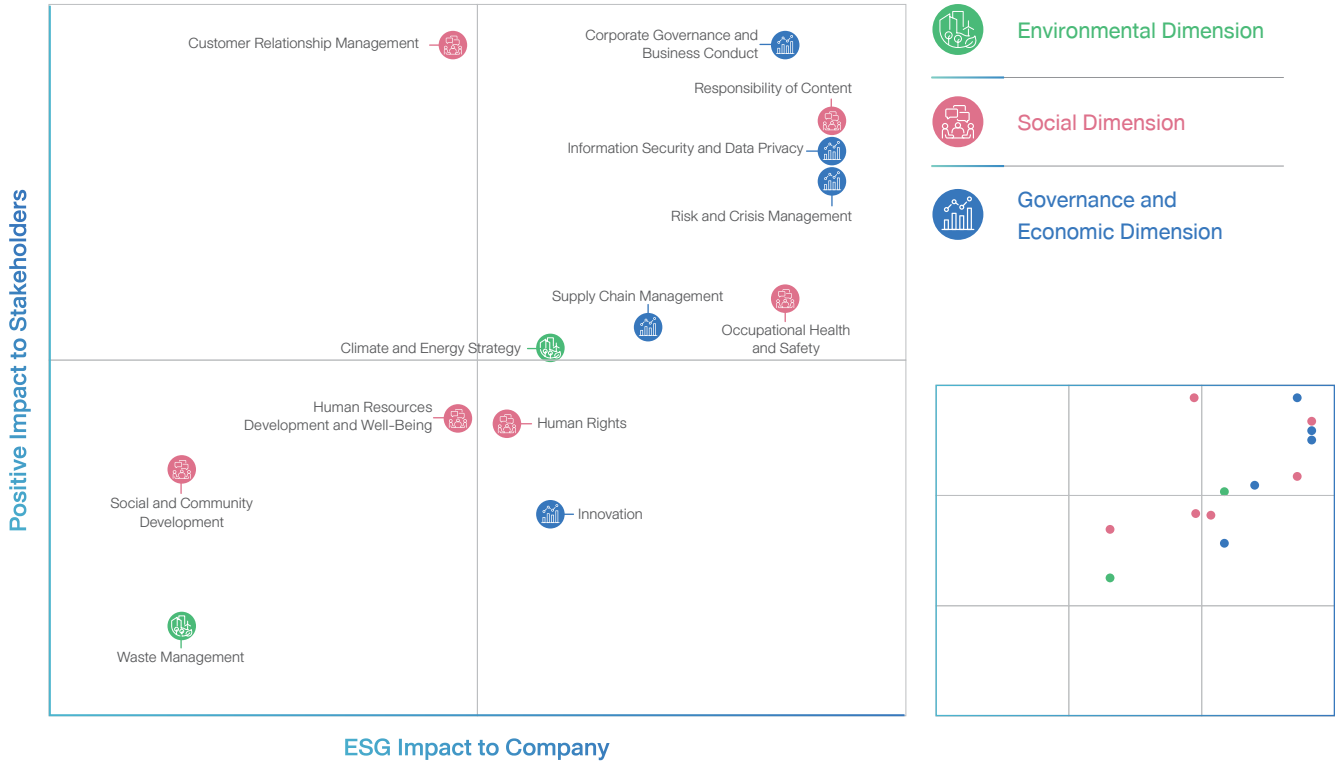
- Responsibility of Content
- Risk and Crisis Management
- Social and Community Development
- Climate and Energy Strategy

Sustainability Material Issues

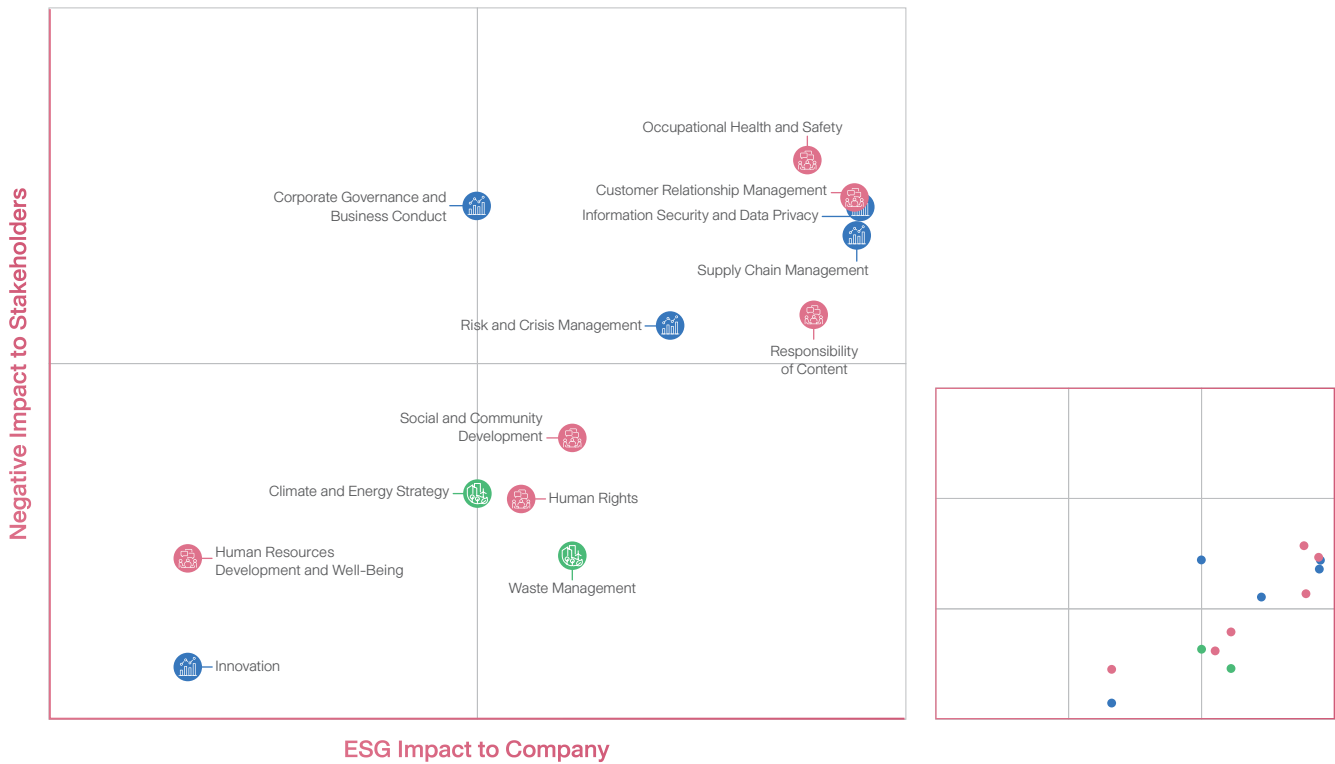
- Environmental Dimension
- Social Dimension
- Governance and Economic Dimension

Double Materiality Results

Positive Impact



Negative Impact



2.2 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 business’s value chain. 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 and prioritised 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 reports 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 the Covid-19 pandemic crisis	
Company Responses	
Conduct business with transparency in accordance with relevant laws, Corporate Governance Policy and Code of Conduct	Ensure standardised practices on good corporate governance and anti-corruption through group-wide employee training
Assess the Company’s anti-corruption risk and renew membership of the Collective Action Coalition of the Private Sector 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, intranet and common areas in the office



Comment box

Key Stakeholder Interests



Treat employees equitably by 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 guidelines

Company Responses



Employee satisfaction survey result at 97%



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



Establish a Human Rights Policy, conduct human rights due diligence process and provide human rights training



Organise various training programs to enhance employee capabilities



Provide employee support programs to foster employees' health and well-being



Customers

Engagement Channels



Annual satisfaction survey



Collect complaints, suggestions and comments via complaint channels



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



Provide 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 develop products and gain external recognition, such as being awarded the "Most Innovative O2O Solutions for Payment and Logistics Platforms" as the leading company with the most innovative platform



Business Partners

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 sign acknowledgement to the Supplier Code of Business Conduct, which covers operational economic, social and environmental issues



Business partners receive safety training prior to performing work



Government Agencies

Engagement Channels



Report performances following the frequency defined by government agencies



Communicate with government officials to create correct understanding



Continuously participate in activities, seminars and projects by government agencies

Key Stakeholder Interests



Comply with laws, rules and regulations



Disclose comprehensive operational information on a regular basis



Join projects or joint associations initiated by government agencies

Company Responses



Strictly comply with relevant laws and regulations



Disclose information on operational performances following the prescribed timeframe that exceeds regulatory requirements for transparency



Participate in ESG initiatives and projects organised and endorsed by government agencies



Communities, Society and the 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 operations



Coexist with communities in a sustainable manner



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

Company Responses



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



Conduct various waste management and energy reduction initiatives



Offer free-of-charge media spaces to raise awareness on environmental and societal development

Please scan this QR code for the Stakeholder Engagement Policy

2.3 SUSTAINABLE DEVELOPMENT POLICY AND GOALS

VGI is committed to conducting business with responsibility towards sustainability issues in order to maximise benefits for all stakeholders throughout the value chain. The Company follows the principles of sustainable development in accordance with the Sustainable Development Policy that covers operational guidelines in 7 major areas covering economic, social and environmental dimensions, and encourages its directors and employees to continue adhering to the policy for consistent sustainable development within the organisation. VGI is well aware that good corporate governance will lead to the Company’s sustainable growth and create added value for the Company and its shareholders in the long term. To elevate the guidelines for good corporate governance and 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 thus resolved to approve the appointment of the “Corporate Governance Committee” on March 20, 2015. The Committee’s mission is to consider, define, review and improve VGI’s corporate governance and business ethics policies, social responsibility policy towards society, communities and the environment, as well as policies and guidelines in regard to anti-corruption and bribery, to propose to the Board of Directors for approval. The Committee is also responsible for overseeing compliance with policies, manuals and guidelines.

Moreover, the Company recognises the importance of expanding the Corporate Governance Committee’s scope of responsibilities to encompass corporate sustainability principles and goals, which are an extension of good corporate governance principles. Consequently, the Board of Directors’ meeting that commenced on February 13, 2023 resolved to approve the Corporate Governance Committee’s name change to the “Sustainability Committee,” and amended this charter to be consistent with the said resolution.



Please scan this QR code for the Sustainability Committee Charter

Furthermore, VGI has appointed a Sustainability Development Working Group responsible for the 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, in addition to promoting awareness of sustainable development throughout the organisation. The Sustainability Development Working Group comprises representatives from various internal functions, namely the departments of Human Resources, Finance, Sales, Purchasing, Information Technology, Mass Transit Operations and Support, Brand & Marketing Communication, Graphic Design, and Company Secretary. Additionally, sustainability performance will be reported to the VGI Sustainability Committee every quarter.



Please scan this QR code for the Sustainable Development Policy

In addition, VGI has set economic, social and environmental sustainability goals to support the Company's commitment to sustainability, with the details of each goal as follows.

Material Sustainability Issues	Long-Term Sustainability Targets 2020/21–2024/25	1 NO POVERTY	2 ZERO HUNGER	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	4 QUALITY EDUCATION	5 GENDER EQUALITY	6 CLEAN WATER AND SANITATION	7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	10 REDUCED INEQUALITIES	11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	13 CLIMATE ACTION	14 LIFE BELOW WATER	15 LIFE ON LAND	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS		
Corporate Governance and Business Conduct	<ul style="list-style-type: none"> All of the Company's employees—including those of subsidiaries—attend business ethics training No significant warning or audit from regulators "Excellent" rating in corporate governance scoring 																	✓	✓	
Risk and Crisis Management	<ul style="list-style-type: none"> Risk management carried out according to the COSO – ERM 2017 framework 								✓										✓	
Supply Chain Management	<ul style="list-style-type: none"> 100% of the Company's suppliers sign acknowledgment of the Supplier Code of Business Conduct, which addresses operational issues across economic, social and environmental dimensions 					✓			✓				✓						✓	✓
Information Security and Data Privacy	<ul style="list-style-type: none"> No breach of customers' private data security No complaints from government agencies, clients or other relevant parties in wrongful use of personal data 			✓					✓										✓	
Customer Relationship Management	<ul style="list-style-type: none"> Customer satisfaction score at 95% No complaints from customers regarding advertising media and customer service 								✓	✓		✓								✓
Human Resources Development and Well-Being	<ul style="list-style-type: none"> Employee satisfaction rate no 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 No work-related accidents 			✓					✓											
Climate and Energy Strategy	<ul style="list-style-type: none"> Maintain the level of electricity consumption to less than 10% increase when compared to the baseline year of 2019 Use corporate advertising platforms to distribute climate change content with the goal of reaching at least 1 million people per year 			✓				✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓				✓
Waste Management	<ul style="list-style-type: none"> Adjust waste disposal methods from landfilling or incineration to recycling 30% of total waste Create value for waste by transforming them into environmentally friendly products with the goal of reducing waste generation by at least 10% 			✓			✓			✓		✓	✓	✓						✓

2.4 SUSTAINABILITY AWARDS AND ACHIEVEMENTS IN 2023/24

S&P Global



VGI has been ranked in the “Top 1%” and achieved the world’s highest score of 82/100 in the PUB Media, Movies & Entertainment industry for the 2nd consecutive year from the S&P Global Sustainability Yearbook 2024, demonstrating the Company’s unceasing regard for environmental issues, improvement to people’s quality of life, and business conduct according to ESG (Environment, Social, Governance) principles of good corporate governance in our business operations.



VGI has been certified with the Carbon Neutral label from the Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) or TGO for the 2nd consecutive year. VGI is the first and only carbon neutral media company in Thailand, offsetting the organisation’s greenhouse gas emissions through participation in a carbon credit support program certified by the TGO. In addition, the Company also procures clean energy from renewable sources for 10% of its business operations using Renewable Energy Certificates (RECs).



VGI was certified as “Excellent” and classified as a 5-star company in the Corporate Governance Report (“CGR”) organised by the Thai Institute of Directors Association (IOD) for 8 consecutive years.



VGI has been included in the SET ESG Ratings—formerly known as Thailand Sustainability Investment or THSI—with an “AA” rating under the Service Industry group for 2023 by the Stock Exchange of Thailand (SET), underscoring the Company’s commitment and determination in the pursuit of sustainable business operations, as well as consistent prioritisation of all stakeholders and readiness to be a part in driving society toward sustainability alongside good business conduct.



VGI is a certified member of the Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC), demonstrating the Company’s resolve to conduct proper, transparent, fair and verifiable business operations by establishing appropriate measures for responsibility in various processes, with clear guidelines to prevent corruption and further lead the organisation’s development towards sustainability.



VGI was awarded the Thailand’s Top Corporate Brand Hall of Fame 2023 Award at ASEAN and Thailand’s Top Corporate Brand 2023 for being the company with the highest corporate brand value in the media category for 5 consecutive years. The event was organised by the Master in Branding and Marketing program (MBM), Faculty of Commerce and Accountancy from Chulalongkorn University, together with the Stock Exchange of Thailand and media under the Manager Media Group.

03



GOVERNANCE AND ECONOMIC DIMENSION

- 3.1 Corporate Governance and Business Conduct
- 3.2 Risk and Crisis Management
- 3.3 Supply Chain Management
- 3.4 Innovation
- 3.5 Information Technology Security and Personal Data Privacy



3.1 CORPORATE GOVERNANCE AND BUSINESS CONDUCT

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



Progress Towards 2024/25 Goals	Long-Term Sustainable Development Goals From 2020/21-2024/25
<p>Target: All Company employees attended the business ethics training</p> <div data-bbox="188 679 756 803"> </div> <p>*Targets are linked to executive compensation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • All Company employees attended the business ethics training • No significant warning or audit from regulators • “Excellent” rating in corporate governance scoring

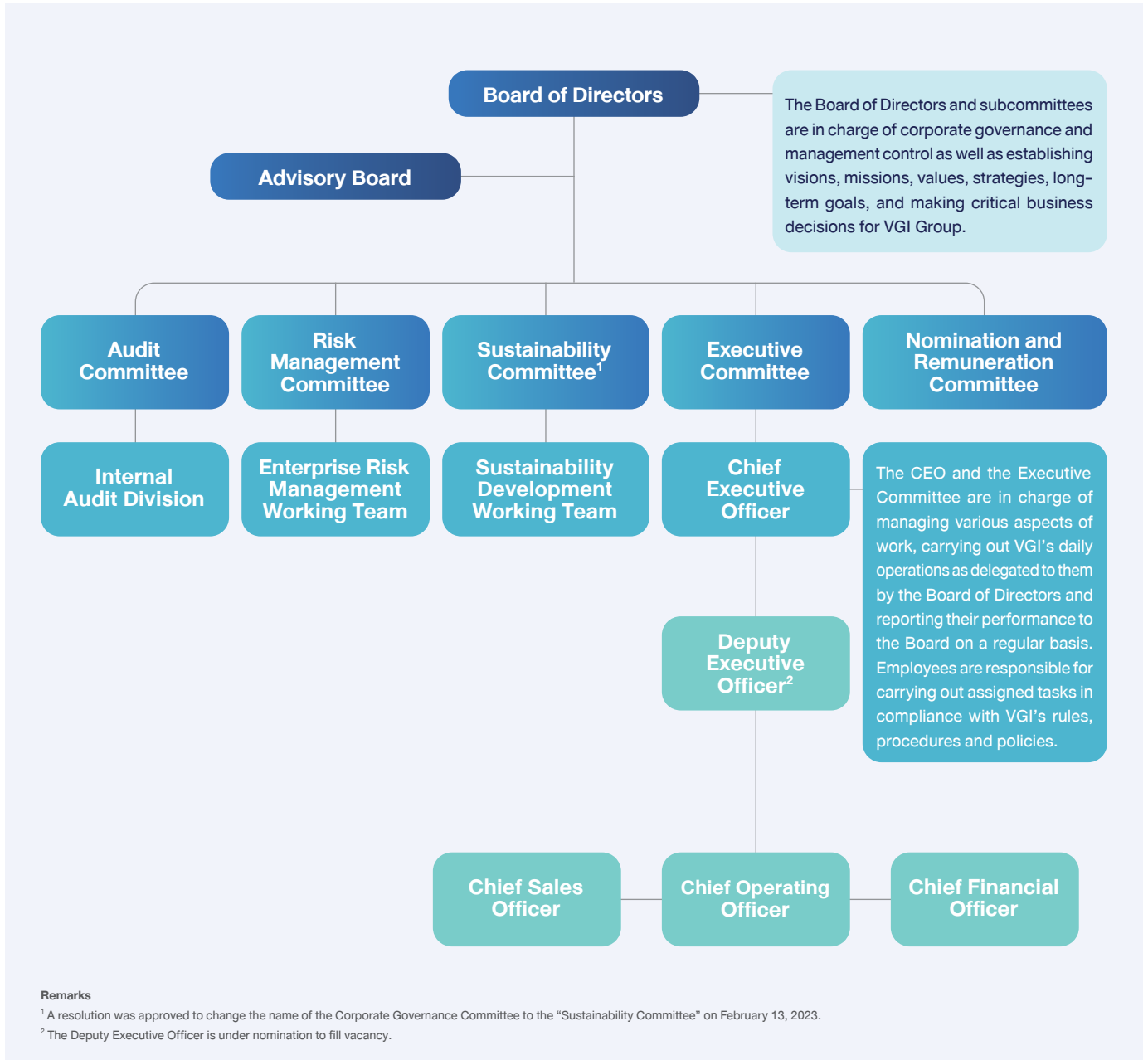
Corporate Governance

Good corporate governance, including honest and transparent operations, is the cornerstone of business operations and sustainable growth. VGI thus adheres to business operations under good corporate governance and business conduct to ensure fairness and confidence to all stakeholders. VGI has established a sound business structure, management and corporate governance systems that support and comply with sound corporate governance principles of the Stock Exchange of Thailand and the Securities and Exchange Commission, recommendations by the Thai Institute of Directors Association, and various international standards. The Board of Directors has prepared and publicised a handbook on corporate governance and business ethics to establish a working direction for directors, executives and employees at all levels to acknowledge and adhere to as a guideline for performing their duties. As such, the guidelines are reviewed by the Board of Directors annually to ensure the capability of VGI's corporate governance in continually responding to current fluctuating conditions and business operations.

Please scan this QR code for the 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 the continuous promotion and support of the Company's sustainable development and business growth.



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

Board Composition

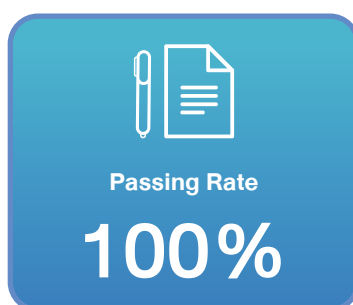
The Board of Directors plays a primary role in overseeing the Company's good corporate governance. Therefore, the committee selection criteria must consider comprehensive qualifications, which comprise independence, knowledge, experience and expertise, and must not be based on sex, gender, race, ethnicity, origin, nationality or cultural background.



Please scan this QR code for the Board Diversity Policy

Code of Business Conduct

VGI recognises that conducting business with transparency and good business ethics is essential in promoting corporate sustainability development, as well as building stakeholder confidence. The Board of Directors has prepared and published a corporate governance and business ethics handbook to adhere to as a guideline for directors, executives, and employees at all levels, including subsidiaries. This handbook encompasses comprehensive requirements in regard to respect for human rights; treatment of shareholders, customers, employees, business partners, commercial competitors and creditors; responsibility for society, environment, occupational health and safety; anti-corruption; anti-money laundering; political activities; non-infringement of intellectual property; confidentiality; data privacy; securities trading; 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' understanding to ensure their ability to consistently follow good corporate governance principles and business ethics. Both new and existing employees of VGI must undergo the learning process about policies and guidelines in the corporate governance handbook, as well as completing a post-training assessment. All employees participated in 2023/24 training, with 100% of the employees passing the assessment with an average score of 9.7/10.

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 anti-corruption guidelines and communicates the no gifts policy to employees and related parties for their acknowledgement and compliance. The Company also reviews anti-corruption measures annually to ensure that such measures can appropriately and adequately prevent, detect and respond to the organisation's corruption risk.

Furthermore, VGI has been certified as a member of the Collective Action Coalition of the Private Sector Against Corruption (CAC) since 2017, which reaffirms the Company's commitment to no tolerance for corruption in any form. On June 30, 2023, VGI completed an anti-corruption risk assessment and was certified for renewal of the CAC membership, which will expire on June 30, 2026.



Please scan
this QR code for the
Anti-Corruption Measures



Complaint Channels

VGI encourages employees and stakeholders to engage in monitoring the Company's compliance against applicable laws and regulations, corporate governance principles, established policies, the Code of Conduct and other policies. The Company has established whistleblowing channels for report of grievances against any suspected violation of the laws or Code of Conduct, or any behaviour implicative of Company-related corruption or misconduct.



VGI Internal Intranet



Doitright@vgi.co.th



Company Secretary Division
Tel: +66 (0) 2273-8884 ext. 391
or by post to the Company's address

Process of Handling Complaints



Complaint Receiving

The Company Secretary prepares a summary of fraud and corruption complaints received through whistleblowing or other complaint channels



Consideration

Consider initially whether the complaint is a violation of anti-corruption policies

- Send to relevant agencies in the case of not violating anti-corruption policies
- In the case of corruption
 - If there is no basis, report results to the complainant
 - If there is sufficient basis, the Company Secretary will proceed with the next steps

*In the case of severe corruption requiring urgent rectification, the incident will be reported to the Executive Committee and the Audit Committee, with a copy sent to the Internal Audit Division for acknowledgment



Coordination

Coordinate with the Human Resources Department to appoint an investigation committee. After an investigation committee has been appointed, the People Management Department will be responsible for further investigation



Report

Summarise report on the number of whistleblowing, summary of events and operational status to the Audit Committee every 6 months

VGI has measures to protect the rights of complainants and informants. The Company will conceal the name, address or any other information that could identify the complainant or informant and keep the information on the complainant or informant confidential. Details on the complaint receiving process, investigation procedures and whistleblowing channels can be referred to further in the Anti-Corruption Measures. In 2023/24, VGI has not received any reports, whistleblowing, or complaints in regard to corruption.

0

Number of Complaints Complaints



- Legal Proceeding
- Business Integrity
- Conflict of Interest
- Human Rights (i.e., discrimination and harassment)
- Violation of Customers' Data Privacy
- Money Laundering or Insider Trading
- Environment, Occupational Health and Safety

0

Complaint Processing Complaint Processing



- Verbal Warning
- Written Warning
- Contract Termination
- Pending Investigation

Supporting and Becoming a Member of Various Organisations

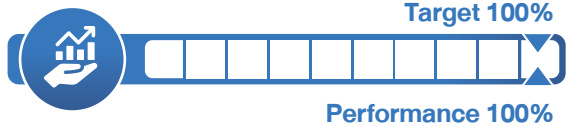
VGI has joined as a member of various organisations in Thailand and supported them to contribute in helping to develop the country's economy, society and environment for further sustainable growth. In 2023/24, the Company did not make any contributions to political organisations, lobbyists or lobbying organisations, and other tax-exempt groups.

Type	Organisation	Topic	Objective of Relationship		Contribution Amount			
					2020/21	2021/22	2022/23	2023/24
Lobbying, interest representative or similar	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0
Local, regional or national political campaigns/ organisations/ candidates	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0
Other (e.g. spending related to ballot measures or referendums)	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0
Trade Association	Thai Institute of Directors Association	Governance	Membership and support for activities	Adopt policies to promote good corporate governance within the organisation and enhance the professionalism of the Company's directors	123,720	80,630	69,846	32,433.73
Trade Association	Thai Listed Companies Association	Governance	Membership and support for activities	Obtain policies to ensure compliance with regulators' and government agencies' rules and guidelines	26,750	30,750	26,750	25,000
Trade Association	Thai Investors Association	Governance	Membership and support for activities	Support the organisation's activities in providing general investors with knowledge and understanding of securities analysis	0	0	0	0
Trade Association	Advertising & Sign Producing Association (ASPA)	Media Practices	Membership and support for activities	Obtain policies, news and information that that are useful and conducive to the organisation's business operations, as well as jointly develop working systems and share knowledge to promote the advertising media business	300,000	0	12,500	0
Trade Association	Media Agency Association of Thailand (MAAT)	Media Practices	Membership and support for activities	Obtain policies, news and information that that are useful and conducive to the organisation's business operations, as well as jointly develop working systems and share knowledge to promote the advertising media business	0	0	0	224,415.89
Trade Association	Digital Advertising Association (Thailand)	Media Practices	Membership and support for activities	Support the organisation's activities	0	0	0	6,666.64
Trade Association	Personnel Management Association of Thailand	Promote management excellence of Thai organisations	Membership and support for activities	Participate in a leading management development institution for the latest development in advanced managerial concepts and knowledge sharing opportunities for business and public policy to create better understanding and cooperation in driving management excellence, which ultimately contributes to improving Thailand's competitiveness on the interational stage in the long run	0	0	0	51,478.52
Trade Association	Thai-Japanese Association	Support business and trade to promote Thailand's economic advancement	Membership and support for activities	A member of the Thai-Japanese Association with the objective to strengthen relations between both nations and ultimately contribute to the growth of Thailand's economy	0	0	0	50,000.00
Total Contributions and Other Spending					450,470	111,380	109,096	389,994.78

3.2 RISK AND CRISIS MANAGEMENT

(GRI 2-12, 3-3)



Progress Towards 2023/24 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> 	<ul style="list-style-type: none"> • Risk management training was provided for employees throughout the Company to enhance risk culture • Risk management was 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 such as 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 expects all employees to share responsibility for managing corporate risks, which is one of the critical factors in driving corporate culture in risk management.

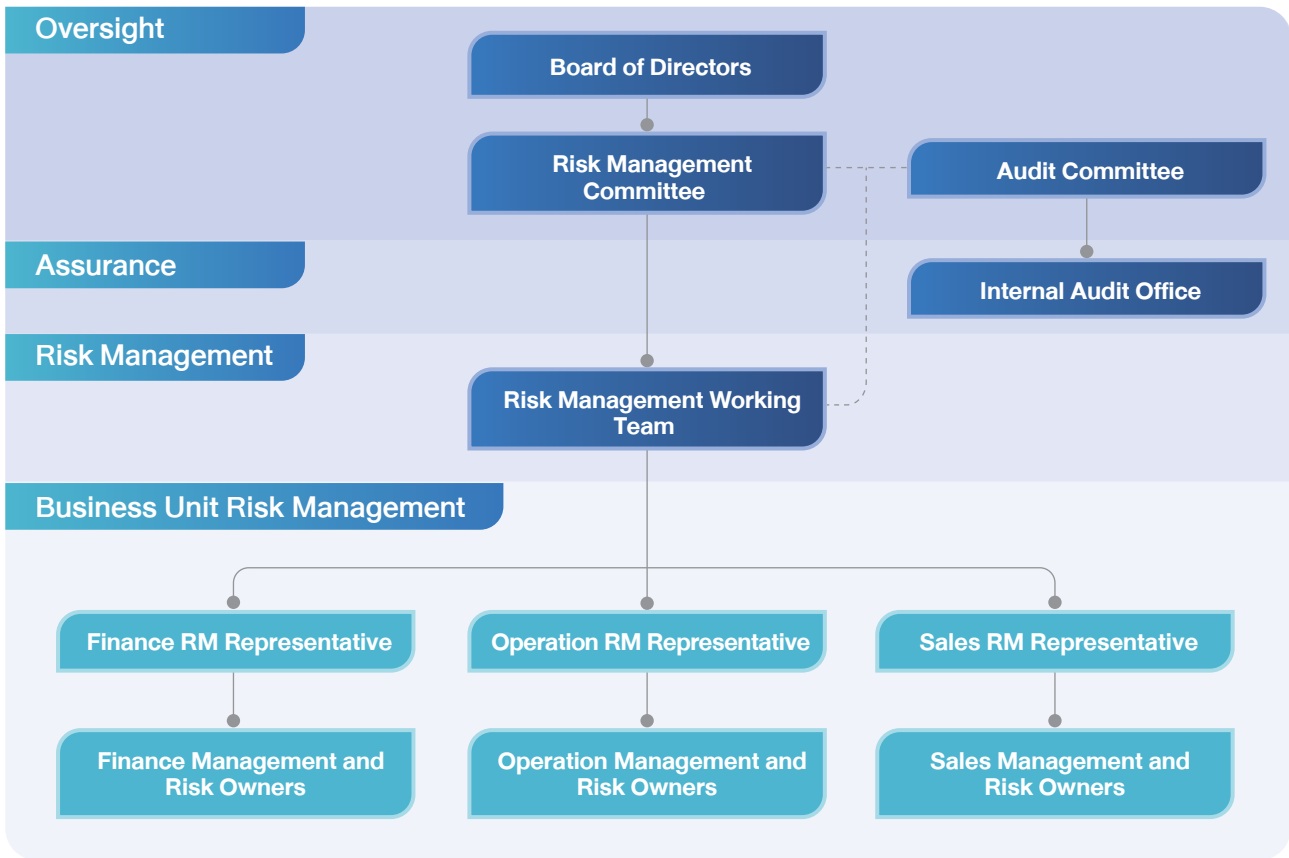
Risk Governance

VGI operates according to the Company's Risk Management Policy guidelines, along with the guidelines of the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). The Board of Directors is responsible for oversight of the Company Policies, appointing the Risk Management Committee to support risk management supervision, and play a vital role in assessing, analysing and managing risk. 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 all lines within the organisation to inspect and operate risk control to be within the acceptable risk level of the organisation (Risk Appetite) in all aspects. In addition, the Company has an Internal Audit Office, a separate unit from the risk management unit, which is responsible for reviewing and assessing the effectiveness of risk management processes, as well as to audit risk management operations regularly at least once a year.

Please scan this QR code for the Risk Management Policy

Please scan this QR code for the Enterprise Risk Management Policy

Risk Management Structure



Risk Management Process

VGI analyses and divides risks into 4 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 and 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.

Key Enterprise Risks








Risk Management Process



Emerging Risks

VGI is dedicated not only to managing significant risks but also to implementing guidelines and measures to promptly address and respond to emerging risks. Each year, the Company conducts thorough reviews of emerging risk issues and trends that could impact or present business opportunities. In 2023/24, the Company has identified 4 business-related risks as follows:

 Emerging Risks	 Severe Air Pollution in Metropolitan Area	 Intensive Cyber Insecurity	 Talent and/or Labour Shortage in Data and Digital Domains	 Adaptation Unreadiness From Climate Transition Risks
Category	Environmental	Technological	Social	Environmental
Magnitude	Significant	Significant	Significant	Significant
Timeline of Impact	Long-Term (3-5 years)	Long-Term (3-5 years)	Long-Term (3-5 years)	Long-Term (3-5 years)
Description	<p>Emission and dispersion of harmful materials into the air stemming from human activity such as PM 2.5, resulting in impacts to peripheral vision and human health, financial loss and/or damage to ecosystems. Metropolitan areas such as Bangkok suffer from pollution issues such as increased volume, bad air quality and noise pollution. High levels of air pollutants force people to stay indoors, thus there is less exposure to Out-Of-Home (OOH) billboards and advertisement.</p> <p>Ridership and commuters are associated with favourable weather conditions and air quality. People are more likely to use public transit when they feel comfortable and safe.</p>	<p>Use of cyber weapons and tools to conduct cyber warfare, cyber espionage and cyber crimes such as ransomware, data fraud or theft to gain control over digital presence and/or cause operational disruption, leading to financial and reputational losses, as well as increased operational costs.</p> <p>As more customers see the convenience of digital user interface, more customers become online registered users. With increased online users and their confidential, private information, the Company will be prone to cybersecurity and privacy information breaches.</p>	<p>Global, geographical or industry mismatches between labour and skills supply and demand as climate action and AI integration transitions will dramatically reshape the quality, quantity and distribution of job creation as well as job loss, driving divergent risks in the media and advertisement industry.</p> <p>VGI anticipates encountering increased difficulty in recruiting specific essential roles, primarily those related to data and digital expertise as the Company is expecting to face large-scale digital transformation. This innovative approach empowers the Company to swiftly and precisely address the dynamic shifts in customer and stakeholder behaviour.</p>	<p>Transition risks resulting from changes in regulations such as Thailand Climate Change Act, consumer preferences, and investor expectations as the world transitions to a net-zero economy.</p>
Impact	<p>Media exposure in public areas can be impacted from high level of pollutants, especially at the local level where issues are most relevant. High pollutants can cause less daily ridership and commuters, directly affecting number of VGI's transit media viewers, as displays are mostly located in metropolitan areas.</p> <p>Furthermore, a widespread of severe air quality outbreak could result in the government enacting and enforcing strict lockdowns or work from home regulations to prevent bad impact on health. This will also affect VGI's OOH advertising business due to the shift in customer behaviour towards online marketing and e-commerce, resulting in advertisers and brands reducing their advertising budgets.</p>	<p>As VGI continuously diversifies business synergy by providing digital services and distribution businesses where data from the group's business ecosystem is used, as well as the possible transition to more online advertising, there is a risk that threats of cyber attacks will emerge more clearly and intensively.</p> <p>Failing to take cybersecurity seriously can lead to irreparable harm to the organisation's reputation.</p>	<p>Lacking individuals with proficient data and digital skills will impact the Company critically as these are essential skills needed for the Company. Their expertise is crucial not only for managing technology-related tasks (such as IT infrastructure maintenance and network monitoring) but also for successfully implementing the Company's Customer Intimacy strategy, which relies on various data-driven activities.</p>	<p>Transition risks such as the Climate Change Act may result in the Company cost/loss as a result of operations which may exceed carbon taxation caps or limits. Costs may be significant should VGI operate without any decarbonisation strategy or reduction of greenhouse gas emissions.</p>

 Emerging Risks	 Severe Air Pollution in Metropolitan Area	 Intensive Cyber Insecurity	 Talent and/or Labour Shortage in Data and Digital Domains	 Adaptation Unreadiness From Climate Transition Risks
Mitigation Actions	<p>VGI forecasts the duration of such risks to occur over a period of 3-5 years. The Company has a management approach that strives to create new business partnerships by investing in strategic alliances to increase diversification in providing business services and reduce reliance on a single business such as risk diversifying by spreading places for advertisement across multiple locations or shifting to more online advertisement.</p>	<p>The Company places importance on respecting the privacy of the personal information owner and is aware of the potential impact of such a cyber attack risks. Therefore, a framework for cybersecurity has been established and the budget has been efficiently allocated, covering everything from the policy level to the operational level.</p> <p>The Company's continued investments in the area of cyber threats such as guidelines for implementing and reviewing IT Policy at least once a year, employees' access rights to IT equipment and network systems in each function, and firewall installation to separate data between internal and external networks, as well as risk awareness training for executives and employees in all sectors in VGI to create knowledge and understanding of the laws regarding personal data protection and have proactive communication to all employees.</p>	<p>VGI plays a crucial role in strengthening the labour market at both local and global levels, as the Company is one of the leading media and advertisement companies in Thailand and South East Asia. The Company will address labour shortages and mitigate unemployment risks by investing in skill development, safeguarding workers' rights, and ensuring contract security.</p>	<p>The Company has committed to reduce greenhouse gas emissions and has already been certified with Carbon Neutral by the Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization), as well as continuing to procure clean energy from renewable sources for at least 10% of its operations. Nevertheless, VGI continues to monitor the situation and go above and beyond regarding regulations and policy enforcements in regards to carbon emissions and reduction.</p>

Risk Culture

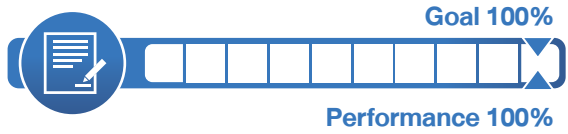
Risk culture is a core value of effective corporate risk management. VGI aims to strengthen its corporate risk management throughout the organisation and expects employees at all levels to be responsible for risk management in their daily business operations. In 2023/24, VGI conducted training regarding risk management to deepen acknowledgement and knowledge of risk management for related employees and executives of 24 persons. Moreover, the Company arranged a risk management training for the Board of Directors to understand the importance of corporate risk management.



3.3 SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

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



Progress Towards 2023/24 Goals	Long-Term Sustainable Development From 2020/21–2024/25
<p>Target: 100% of the Company’s significant suppliers are assessed for economic, social and environmental risks</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 100% of critical tier 1 suppliers are assessed for economic, social, and environmental risks • 100% of the Company’s suppliers sign acknowledgment of the Supplier Code of Business Conduct, which addresses operational issues across economic, social and environmental dimensions • Zero supplier fatalities

VGI is committed to driving business growth transparently, fairly and emphasising sustainability throughout the Company’s value chain by prioritising effective supply chain management to rectify and prevent economic, social and environmental (ESG) risks from suppliers with high ESG risks that may impact VGI’s reputation and stakeholder confidence. VGI has established the Procurement Policy and Supplier Code of Conduct as suppliers’ guiding principles in conducting sustainable business in accordance with the Company’s expectations. In addition, the Company has a supplier assurance process to ensure compliance to the Code of Conduct, which encompasses Supplier Classification, Supplier Screening, Significant Supplier Assessment, Supplier Corrective Action and Development. All suppliers shall adhere to ethical principles and operations that prevent adverse impacts to communities and the environment while safeguarding the health and safety of workers and the public.

Supply Chain Management Strategy

VGI operates supply chain management ethically and sustainably, in accordance with the Procurement Policy and Supplier Code of Conduct under ESG operational principles, in which the management and reporting are overseen by the Board of Directors. This policy covers supply chain management in all aspects with consideration to quality, reasonable price, on-time and continuous delivery, human rights principles, the environment and safety, as well as a risk management system in the case of both normal and emergency conditions or unexpected disasters.

To ensure that sustainability is embedded into the process of selecting suppliers, the Company has incorporated criteria for the evaluation of suppliers’ ESG performance in the selection process, providing a strategic advantage to suppliers with good ESG practices. Suppliers must achieve the minimum requirement of ESG criteria before being approved as a supplier for the Company, and will be excluded should they fail to implement corrective actions within the specific time period. These procurement practices will be periodically reviewed and assessed against the Supplier Code of Conduct and Procurement Policy to ensure no breaches in ESG requirements for approved suppliers. Furthermore, VGI provides training to the Procurement Department and relevant teams to understand how their daily roles and responsibilities contribute to the Company’s sustainability goals in supply chain management.

Please scan this QR code for the Procurement Policy

Supplier Code of Business Conduct

VGI has developed the Supplier Code of Business Conduct to communicate the Company's commitment to treating partners with transparency, equality and fairness, which covers guidelines for environmental, human rights (e.g. child labour, fundamental rights, working conditions, remuneration), occupational health and safety standards, as well as business ethics. VGI encourages suppliers to apply the aforementioned principles to their own suppliers in order to promote sustainability throughout the whole value chain. VGI has a practice of paying its suppliers within 30 days. In fiscal year 2023/24, there were no late payments to the suppliers.

Please scan this QR code for the Supplier Code of Business Conduct

Supplier Risk Assessment and ESG Integration

VGI's supply chain management consists of the classification and screening of products, services, including the consideration of suppliers' business operations processes in supporting the Company's various business operations. Moreover, 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 and on-site assessments are carried out following standards and systematic verification methodologies in the form of the Self-Assessment Questionnaire (SAQ). Audit results and scores will be compiled into a report, verified and consistently updated to ensure suppliers' constant improvements in efficiency and performance.

Supplier Classification

VGI suppliers are subjected to signing acknowledgment to the Company's Supplier Code of Business Conduct, conducting a self-assessment on their sustainable operations according to the Company's systematic supplier assessment, such as the Self-Assessment Questionnaire (SAQ) to identify significant suppliers, which will be evaluated further, including environmental, social, governance and business issues.

Supplier Screening

VGI suppliers are subjected to signing acknowledgment to the Company's Supplier Code of Business Conduct, and must assess their sustainability performances following the Company's systematic supplier assessment, such as the 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. 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). Suppliers whose goods, materials, services or products have a significant impact on competitive advantage, market success or the Company's survival consist of:

- 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

Those classified as having high ESG risks will be audited onsite by the Company's Procurement Department employees or an independent 3rd party organisation that has been recognised in the industry (based on risk) to assess their performances in terms of business continuity, reputation risk and responsible operations. VGI will submit the total score to the supplier; in the case of non-compliance, the Company will notify the supplier to make corrections within the set time period.

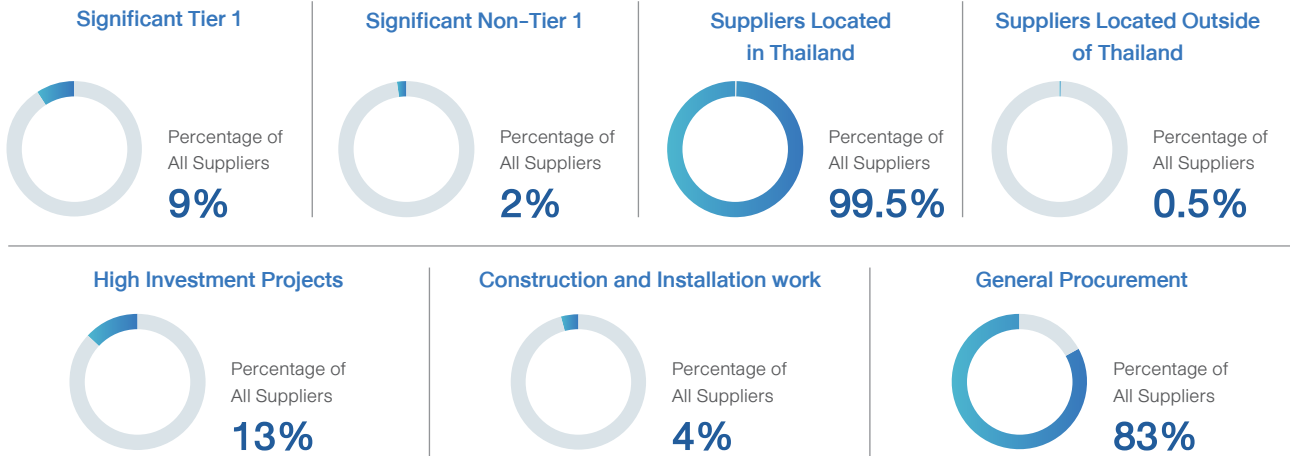
Supplier Corrective Action and Development

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

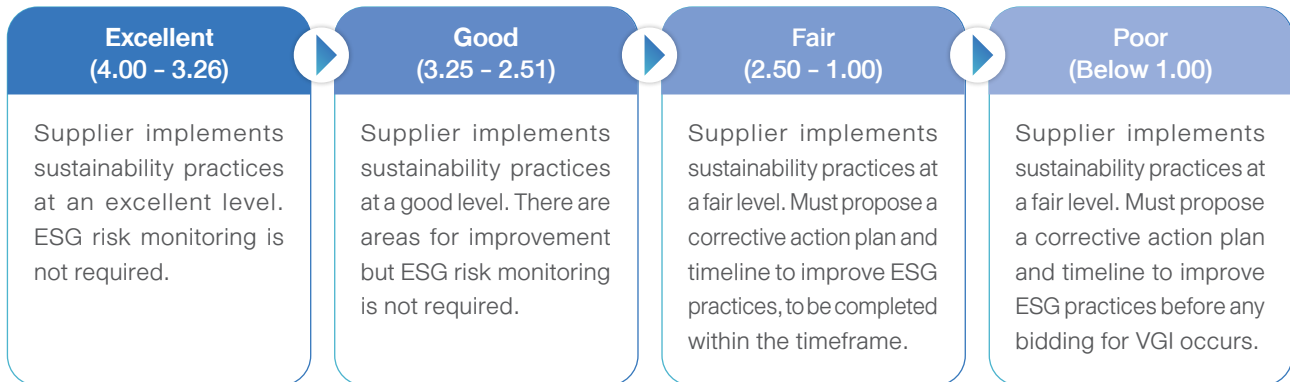
VGI provides training on supplier ESG programs, as well as technical support to develop and enhance suppliers' ESG performance, to ensure that all suppliers are risk-free and comply with regulations. Furthermore, suppliers can access the ESG performance database of relevant peers to study in-depth information, the Company's expectations and competition in the market.

In 2023/24, VGI had a total of 193 suppliers that surpassed the screening criteria, which accounts for a total procurement spending of THB 586 mn. Of all the suppliers, 17 were significant tier 1 suppliers, accounting for a total procurement spending of 425 mn or 72.55%. Additionally, there were 4 significant non-tier 1 suppliers in 2023/24.

Supplier Type



Out of the total significant tier 1 suppliers, 17 suppliers were classified as high ESG risk suppliers that underwent an onsite audit program. The criteria for onsite audit covered significant sustainability issues in multiple aspects, such as business continuity management, corporate governance and anti-corruption measures, business conduct under human rights principles, laws protection and compliance, labour, and sufficient internal sufficient and control measures, with audit results divided into 4 categories based on the ability to operate according to ESG principles, seen as follows:



There was no supplier assessed with substantial actual/potential negative impacts to the point of the contract being terminated. Afterwards, VGI will review results from the assessment and onsite audit, and request corrective action plans from suppliers to resolve non-compliance issues. There were no suppliers that VGI had to support in the implementation of a corrective action plan.

Onsite audit results in 2023/24 reveal no suppliers who was evaluated at the Fair or Poor level, and no suppliers with business activities that create human rights risks was found.

Supplier Assessment

Total Number of Suppliers Assessed via Desk Assessments/Onsite Assessments



FY 2023/24

197 suppliers

Percentage of Significant Suppliers Assessed



FY 2023/24

100%

Number of Suppliers Assessed With Substantial Actual/Potential Negative Impacts



FY 2023/24

5%

(11 Suppliers)

Percentage of Suppliers With Substantial Actual/Potential Negative Impacts With Agreed Corrective Action/Improvement Plan



FY 2023/24

100%

Number of Suppliers With Actual/Potential Negative Impacts That Were Terminated



FY 2023/24

0%

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 organised a capacity building program. The Company organised trainings to provide technical knowledge to suppliers, systematically improving suppliers' ESG practices and performance. Moreover, VGI provided access to information on other suppliers' performances, as well as giving guidance and support on the implementation of corrective and improvement actions. The Company arranged annual safety learning sessions for suppliers that work in construction, installation, and those with safety risks in the aforementioned aspects, with 8 suppliers participating in capacity building programs in 2023/24.

Supplier Corrective Action and Development

Total Number of Suppliers Supported in Corrective Action Plan Implementation



FY 2023/24

0 suppliers

Percentage of Suppliers Assessed With Substantial Actual/Potential Negative Impacts Supported in Corrective Action Plan Implementation



FY 2023/24

0%

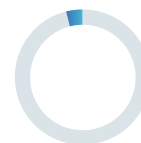
Total Number of Suppliers in Capacity Building Programs



FY 2023/24

8 suppliers

Percentage of Significant Suppliers in Capacity Building Programs



FY 2023/24

4%

3.4 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, as well as attract new business opportunities.

VGI Digital Lab



Founded in 2017, 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 purposes, purchased goods, travel behaviour, ownership, and digital behaviour. The aforementioned dataset 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 2023/24 are as follows:

VGI POV+: A New Marketing Tool Solution Targeting Office Workers and High Spenders

In an era where segmentation is necessary for brands' marketing strategy, VGI envisions a major opportunity to be the intermediary in linking marketers and brands with office workers – the country's high purchasing power consumers. Therefore, it has developed a new solution – "VGI POV+" – for office building media to serve as a vital tool for advertisers in designing and executing both offline and online campaigns more effectively. Crucially, the insights and vast database of VGI POV+ not only enable advertisers to fulfil consumers' exact preferences with exceptional precision, but also ensure excellent value for money.

At the core of VGI POV+ lies its distinctive Strategic Location strategy. With 80% of office buildings in VGI's media network towering over 20 stories, the product guarantees heightened exposure and significant Eyeballs engagement which can effectively create huge awareness to targets, increasing the frequency and time length of media visibility. According to survey data, office workers typically spend around 90-180 seconds per one elevator trip and take around 6-8 elevator trips per day. The strategic installation of POV+ within office buildings' elevators can thus foster substantial awareness among the target consumers, contributing to a potent and impactful media presence. Moreover, the seamless installation of POV+ in all touchpoints, blending with the daily atmosphere encountered by office workers, helps create a captive journey upon entry to the office building, whether it be the elevator area, information hall or other escalators, thereby evoking subliminal ads recognition. Harnessing the synergy between innovation and a robust database, POV+ effectively analyses the behaviour and lifestyle of target consumers. In turn, it empowers advertisers to deliver customised campaigns to effectively capture their target audience, while also measuring campaign results with greater accuracy.

POV+ คือการผสานการทำงานอย่างเต็มรูปแบบระหว่างสื่อ Offline และ Online

OFFLINE TARGETING

+

ONLINE TARGETING

POV+ มีโซลูชันสี่ที่จะตอบโจทย์การทำแคมเปญให้แบรนด์ได้อย่างไรบ้าง?

สร้างการรับรู้ แบบอิมแพ็ค	เรียกยอดขายหรือ Call To Action	ตอกย้ำแบรนด์ แบบไม่หยุดนิ่ง
<ul style="list-style-type: none"> เปิดตัวผลิตภัณฑ์ ปล่อยแคมเปญใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ แคมเปญโปรโมชัน 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างการจดจำแบรนด์ ตอกย้ำที่หนึ่งใจลูกค้า

POV+ capabilities not only empower brands to generate impactful awareness and a compelling ‘Call to Action,’ leading to increased sales volume, but also enable responsiveness to consumer demands throughout their entire journey, both online or offline. Through POV+, brands will gain regular visibility, ensuring memorability and a lasting imprint in the minds of consumers.

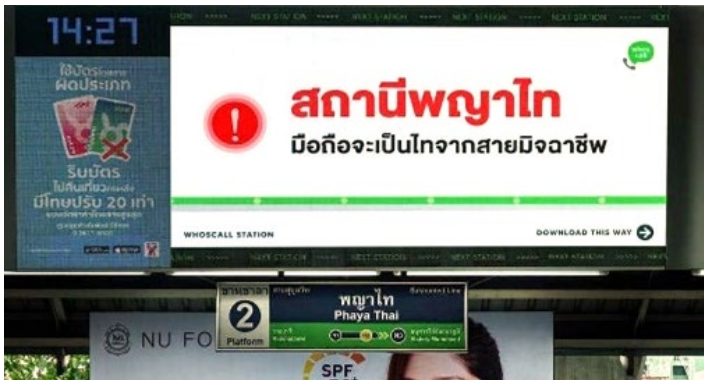


More information on the “POV+” project is available here

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

Thai society has recently been experiencing the problem of scammers via mobile phones, thus sparking 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 that is new, fun, and memorable. The content can reach a wide range of people by advertising media on BTS SkyTrain and stations, hence it has become the main media of the campaign. Combining 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, such as “National Stadium Station: The whole nation will be safe from call center gangs,” “Nana Station, aunties and uncles shall be one step ahead of a call from strangers,” etc., which created excellent impact awareness.

In addition to raising awareness and understanding of security in receiving news, this campaign was also nominated for the world-famous creative award in the “Best Response Campaign” category, media campaign with the best reception from The Festival of Media Global 2023, a platform for outstanding advertising and communication campaigns from around the world, which were evaluated and judged by a panel of experts in the agency industry and renowned marketers from world-class brands.



As a leader in comprehensive 360-degree advertising media connecting the offline and online worlds, VGI 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 standards of the marketing communications business and the Thai advertising industry in the future.

The video clip of the “Whoscall: The Safety Stations” advertisement is available here

More information on the “Whoscall: The Safety Stations” project is available here

“programmatic Digital Out of Home Media (pDOOH)” to help brands communicate with consumers

“programmatic Digital Out of Home Media (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 that match the context at the best time. For the results of the campaign test using pDOOH, we found that audiences who had seen the advertisement got a distinctive experience through more than 400 pieces of Hyper Personalised Advertising that automatically and constantly changed, which helped 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, conversion and eliminating the pain point of out-of-home media that has always existed.



3.5 INFORMATION TECHNOLOGY SECURITY AND PERSONAL DATA PRIVACY

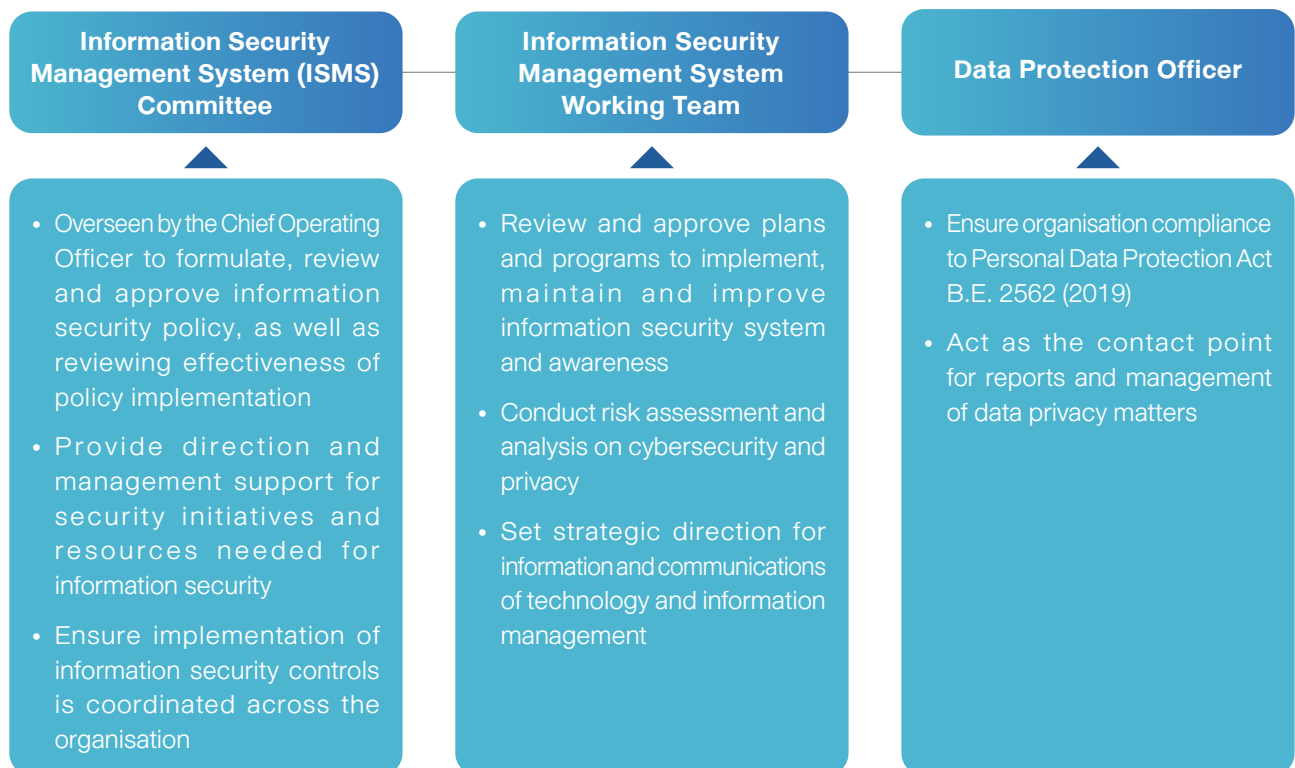
(GRI 2-1, 3-3, 418-1)



Progress Towards 2023/24 Goals	Long-Term Sustainable Development Goals From 2020/21-2024/25
<p>Target: Zero cases of information security breach or other cybersecurity incidents</p> <div style="text-align: center;"> </div> <p><small>*Targets are linked to executive compensation</small></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zero cases of information security breach or other cybersecurity incidents • Zero complaints from outside parties and regulatory bodies • All employees received personal data protection training

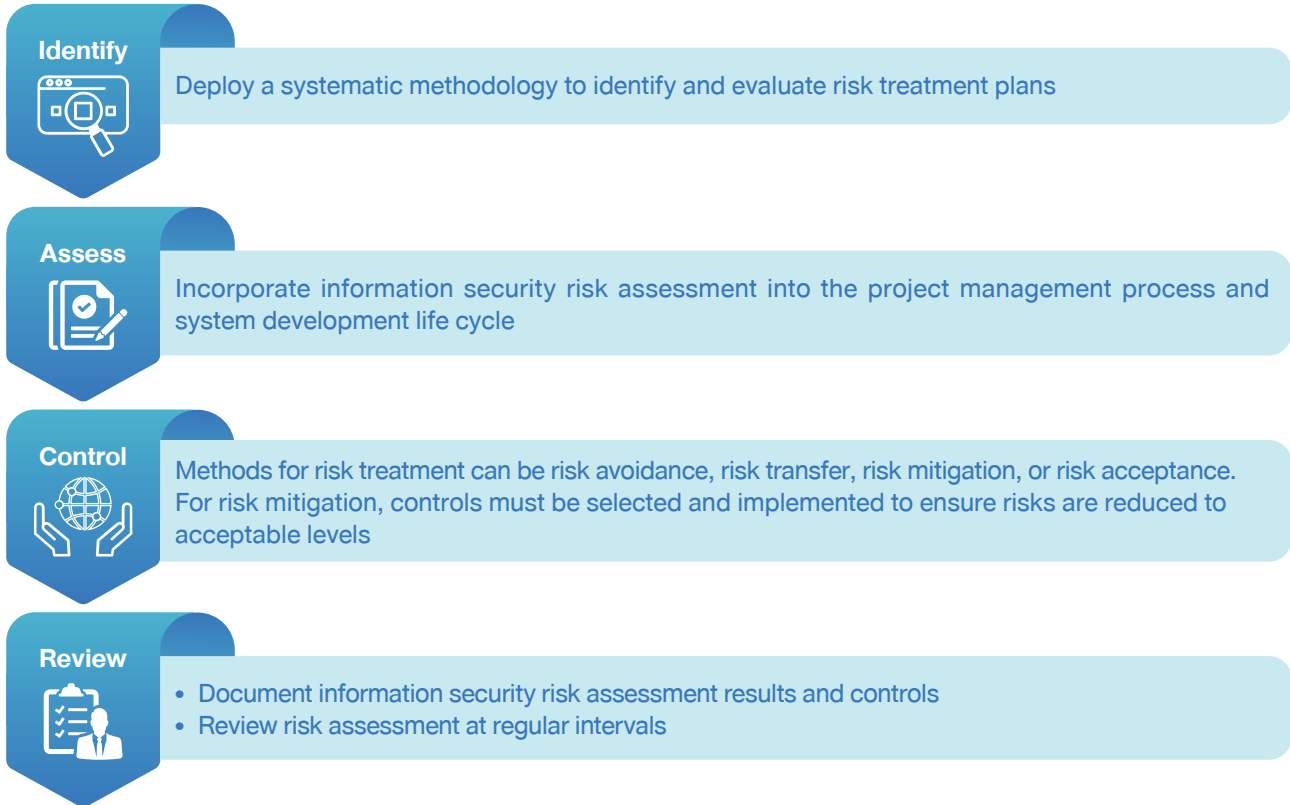
The rapid advancement and increasing dependence on technology may pose risks from cyber threats and personal data security. VGI recognises the importance of information technology systems to prevent the impact of such risks on its business operations, which could lead to a loss in reliability, reputation 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 payment 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 the 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 in 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 prepared a business continuity and 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 of great importance to VGI, hence the Company has established the Data Privacy Protection Policy following the Personal Data Protection Act B.E. 2562, as well as organising training on the requirements of this topic to increase employees' awareness.

In 2023/24, the Company organised training courses for the Board of Directors to prepare and enhance their knowledge on the enforcement of regulations. Additionally, it shall be noted that VGI will only use customer information for the purposes specified under the privacy policy with consent. Furthermore, the Company conducted training on data privacy protection for its employees to raise awareness and understanding of data privacy protection. This training was held twice in the past year. In the year 2023/24, the Company did not use customer information for any other purposes and did not receive any requests for customer information from government agencies or law enforcement authorities.



Customer Privacy Policy



**Privacy Policy
for Business Partners**



**Human Resources
Privacy Policy**



**Privacy Policy
for Shareholders' Meeting**



CCTV Privacy Policy



BSSH Privacy Policy



04



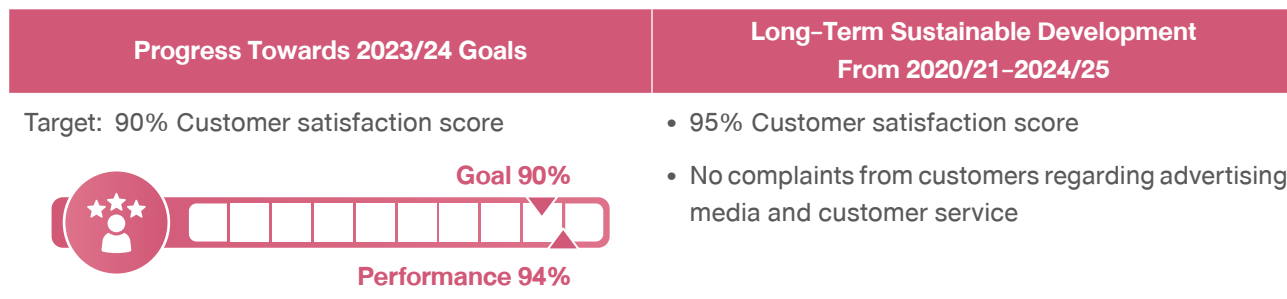
SOCIAL DIMENSION

- 4.1 Customer Relationship Management
- 4.2 Human Resources Development and Well-Being
- 4.3 Human Rights
- 4.4 Social and Community Development
- 4.5 Occupational Health and Safety
- 4.6 Responsibility Towards Advertising and Media Content



4.1 CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

(GRI 3-3)



VGI places great importance on its customers, recognising that the 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, as customer satisfaction with the Company’s products and services is an essential factor in the organisation’s business performance.

Customer Relationship Management Strategy

VGI is committed to strengthening customer trust throughout all stages of business activities, thus the Company follows ethical branding practices in delivering, inspecting and developing 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 making exaggerated claims or taking advantage of market vulnerabilities. The Company also has a quality inspection system before delivering work to customers, tracking and promptly correcting in case of defects or damages found in advertising products and media, as well as regularly conducting inspection and maintenance to ensure smooth operations. As for the payment service business, the Company has an efficient after-sales service process to improve customer experience.

Please scan this QR code for the Ethical Branding and Marketing Policy

Furthermore, VGI has other effective customer relationship management methods, including organising activities with customers; conducting an annual customer satisfaction evaluation and establishing a contact channel where customers can submit complaints or suggestions through the Company's social media channels such as Facebook, X, Instagram or call +66 (0) 2273-8884 #0; and setting guidelines for handling complaints to respond to customers promptly. Such complaints will be notified to the relevant affiliates or departments for investigation and corrective action, with the complainant being notified with the results as soon as possible.



Customer
Satisfaction Score
94%

Customer Engagement Initiatives



Rabbit Rewards Joined Forces with Robinhood to Redeem Free BTS SkyTrain Rides

Rabbit Rewards partnered with Robinhood to provide special benefits for Rabbit Rewards and Robinhood Ride customers. When taking a 100-baht minimum Robinhood Ride, receive 250 Rabbit Rewards points to redeem one BTS SkyTrain ride or various other rewards through the Rabbit Rewards application, giving back to customers and supporting the use of public transport to reduce air pollution and dust in Bangkok.

4.2 HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT AND WELL-BEING

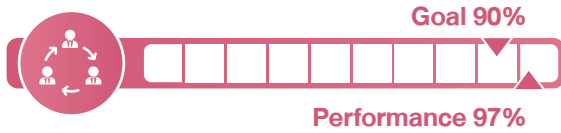
(GRI 3-3, 401-2, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1)



Progress Towards 2023/24 Goals	Long-Term Sustainable Development Goals From 2020/21–2024/25
--------------------------------	---

Target: At least 90% of employee satisfaction rate

At least 90% of employee satisfaction rate

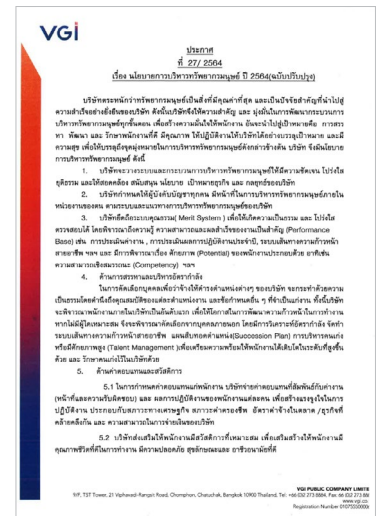


*Targets are linked to executive compensation

VGI recognises that employees are an invaluable resource in driving 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 to become a sustainable organisation.

Human Resources Management

Employees play a significant role in driving the Company’s vision, mission and strategy to success. VGI’s human resources management follows the Human Resources Management Policy and related handbooks. The policy covers all aspects of human resources management, organisational structure, recruitment and employment, fair remuneration and welfare, performance assessment, human capital development, safe workplace environment, protection of human rights and employee relations, with human resources management under the responsibility of the 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, thus the Company conducts an annual performance appraisal of all employees and employee satisfaction and engagement surveys. Furthermore, VGI has developed various training courses to encourage employees to fully enhance their potential and abilities.



Total Employees
1,705 people

Hiring Rate
39%

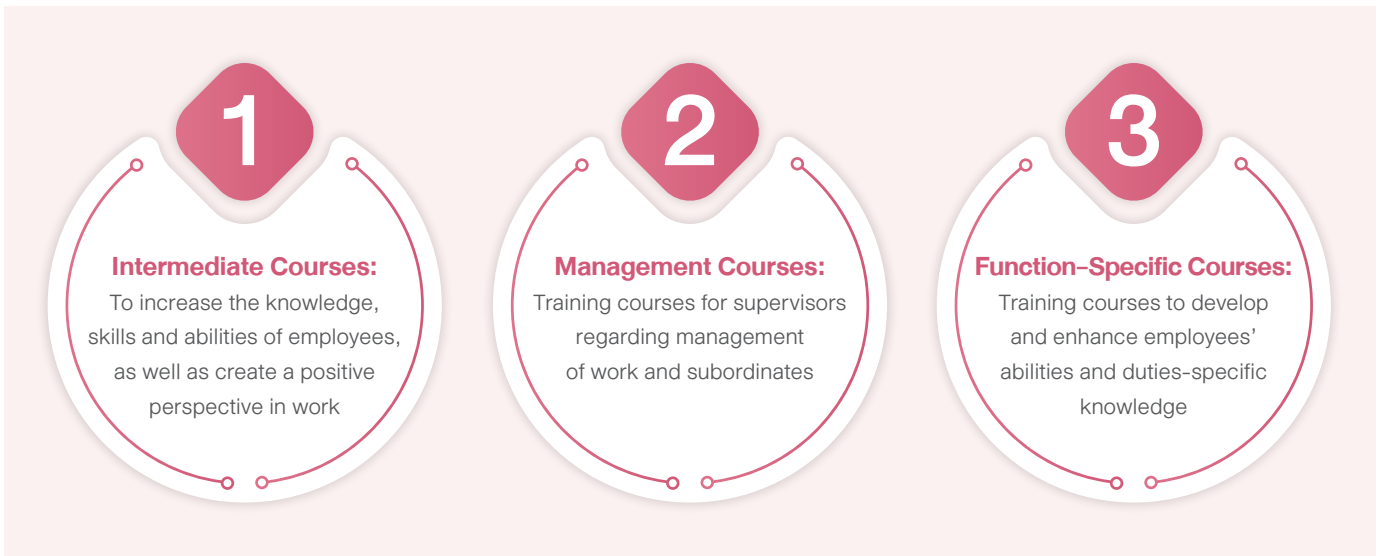
Turnover Rate
58%

Human Capital Development

VGI provides various training courses to increase employees' competency and skills, with particular focus on 4 key areas as follows:



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:



Additionally, the Company monitors the return on investment (ROI) in human capital, an indicator that reflects the return value of human capital investment related to human resources. In FY 2023/24, the average training hours per employee is 36.11 hours, with essential training courses as follows:

FY 2023/24 Training Courses

VGI: Strengthen Our People's Power from Within

VGI is committed to developing employees' potential, adaptability and mindset that are supportive, appropriate and conducive to the creation of a happy organisation alongside business success. The Company therefore organised the "Strengthen Our People's Power from Within" training course for employees to learn and understand humans' true selves, starting with themselves, and able to correctly apply and change through various steps and methods from experts.

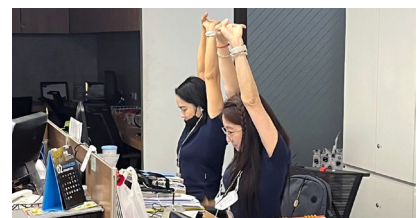
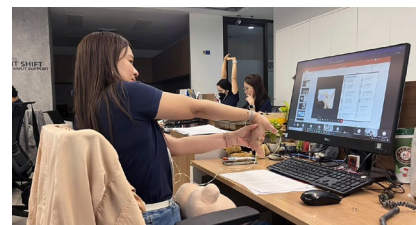


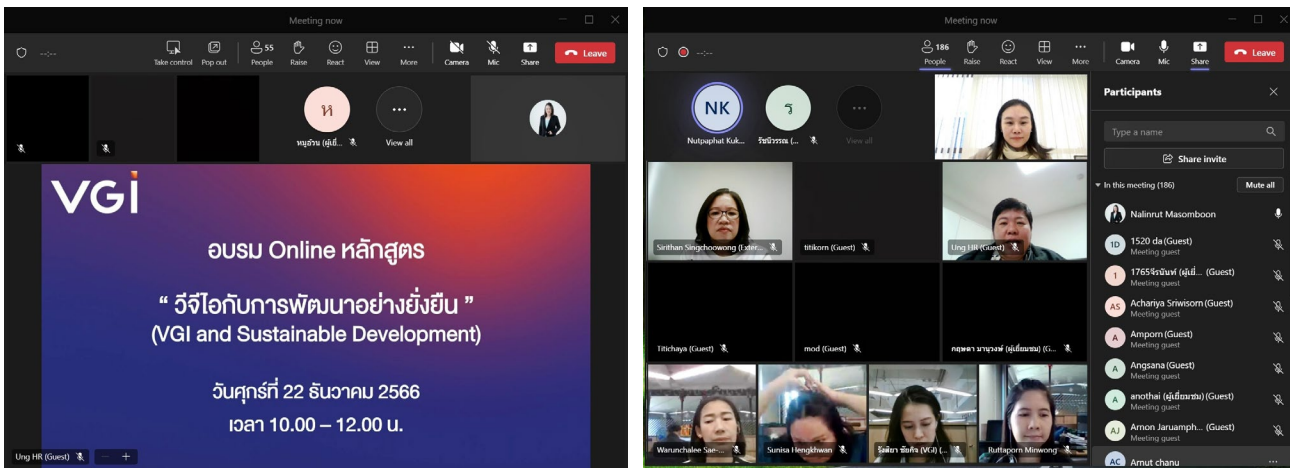
Empathic Communication

Good communication denotes that the interlocutor is able to communicate confidently, trustfully and unleash their full potential, as well as self-observation and empathy skills, recognising sincerity in communication, creating a workplace that is safe with mutual understanding, which leads to empathy and the desire to help one another. As a result, VGI organised the "Empathic Communication" training course for all employees in accordance with the core competency of collaboration in order to create good relationships among employees, enabling them to work happily and care for one another's feelings amidst a friendly atmosphere stemming from compatible communication.

Coach Your Health

VGI believes that employees are the organisation's most important resource, and employee health is a major factor in enabling employees to work joyfully. The Company thus organised the "Coach Your Health" training course to increase employees' understanding of annual health check-up results; knowledge on various risk factors of diseases and disease risk prevention; and create awareness on the importance of caring for one's health and the effects of health problems.



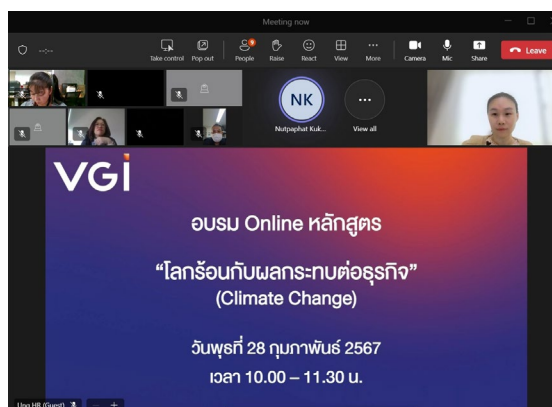


VGI and Sustainable Development

Sustainable organisational development is a concept among organisations around the world today. Aside from being crucial to business operations, it also considers responsibilities in 3 aspects: environment, society and governance (ESG). The Company conducts business sustainability in order to increase confidence and demonstrate accountability to stakeholders, leading further to sustainable business operations. VGI organised training for employees to create knowledge and understanding on the importance of doing business sustainably in environmental, social and governance aspects, raising awareness of and engagement in sustainability. All employees attended the training, demonstrating VGI’s determination to become a sustainable organisation.

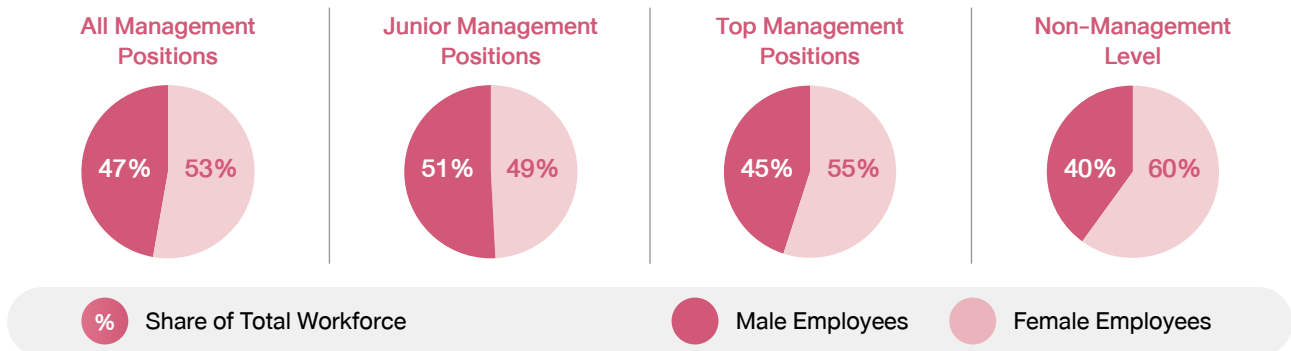
Climate Change

Climate change is a critical issue that causes widespread impact, which, aside from affecting people, society and the environment, also creates both direct and indirect effects on business. Therefore, VGI places importance on climate change, its solutions and reduction of these issues, thus the Company organised training for employees’ knowledge and understanding of future guidelines for adaptation at the national and international levels in order to find solutions for manmade global warming. Business organisations play a major role in preventing and protecting the environment through reduction in energy consumption, water consumption and waste as well as greenhouse gas emission from organisational activities, alleviating the impact of climate change and positively contributing to society and the environment.



Diversity and Inclusion

VGI values a diverse workforce and a culture of inclusion, strongly believing that diversity and inclusion create a dynamic workplace. Employees can express their opinions without discrimination against their sexual orientation, sex, gender, race or ethnicity, nationality, country of origin or cultural background. LGBTQIA+ personnel also have the right to equally receive welfare and benefits offered by the Company, such as provident fund, family funeral leave, and sick leave for gender-affirming surgery. In addition, the Company emphasises equal remuneration based on personnel's work performance regardless of sex or gender.



Furthermore, if incidents of discrimination and harassment within the Company are found, reports can be made through the whistleblowing channels in accordance with the Corporate Governance and Code of Conduct Handbook, and the complainant will be protected for doing so. Complainants can also make written or verbal reports 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 as appropriate. In this regard, the Company will take relevant corrective or disciplinary action in accordance with investigation results. In the case of a violation, appropriate legal action will be taken.

Please scan this QR code for more information
on the Corporate Governance Policy and Code of Conduct

Employee Satisfaction

VGI conducted a satisfaction survey to evaluate employees' engagement with the organisation. A survey analysis has been utilised by the Company to improve employee satisfaction, as well as to establish training courses to develop employees' potential and ensure that all employees feel valued and have engagement in their work. In FY 2023/24, all employees completed the survey, showing that 73% of employees were actively engaged, higher than the annual target of 70%.



Employee Engagement
Survey Score

73%



Employee Satisfaction
Survey Score

97%

4.3 HUMAN RIGHTS

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 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, thus 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 the 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 the freedom of association, the right to collective bargaining and equal compensation. It has also made improvements to the policy on occupational health and safety. The Human Rights Policy defines the Company’s commitment to respecting human rights throughout the value chain according to international human rights standards, such as The UN Guiding Principles on Business and Human Rights, including the Convention on the Rights of the Child, the Convention on the Rights of Persons with Disabilities) and the ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work. 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.



Please scan this QR code for more information on the Human Rights Policy

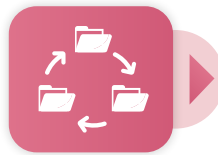
Human Rights Management



Policy commitment



Assess actual and potential impacts



Integrate findings and take appropriate actions



Track and communicate performance



Remediate adverse impacts

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 in the Diligence Disclosure Report to the public on the Company’s website.

Please scan this QR Code for the HRDD Report



Human Rights Due Diligence Disclosure Report FY 2023/24



Promotion of Human Rights Culture

VGI has always promoted awareness of human rights issues among executives and employees at all levels. In 2023/24, the Company conducted a two-hour online training session through external institutions to educate employees on basic human rights, 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 the comprehensive human rights risk audit process and policies regarding discrimination, harassment, rights violation, and diversity and inclusion policies.

In the 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 2023/24, no discrimination or harassment incidents were reported.



Raising Human Rights Awareness by Supporting Human Rights Media Spaces

VGI plays a role in supporting and raising awareness of human rights through various projects and public relations campaigns on the BTS SkyTrain media. This ensures that these messages reach a large number of people using the BTS SkyTrain services. The dissemination of promotional materials or campaigns can therefore reach a wide audience and spread positive impacts throughout society.

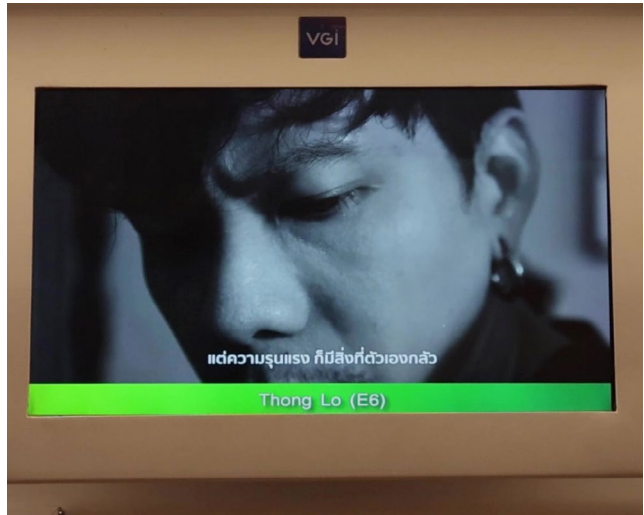
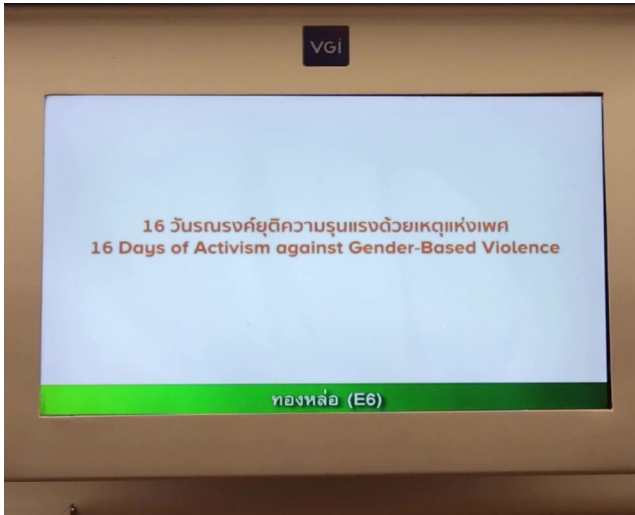
The Knee and Hip Replacement Surgery Project for Underprivileged Patients (Happy Walk Operation Project)

The “New Joint For Life Foundation” is a non-profit medical charity organisation established to promote welfare for society and individuals in difficult circumstances or in need of assistance. The foundation provides treatment for knee and hip osteoarthritis through knee and hip replacement surgeries, giving underprivileged patients a better quality of life and the ability to walk comfortably again. The foundation collaborates with medical volunteers from various fields, including doctors, nurses and physical therapists who generously volunteer their services. To date, they have carried out 20 joint replacement surgery projects for underprivileged patients in various provinces across the country.



The 16-Day Campaign to End Gender-Based Violence

VGI supported the United Nations Development Programme (UNDP) by providing media space on the BTS SkyTrain to promote the 16 Days of Activism against Gender-Based Violence campaign, which takes place annually from November 25 to December 10. This campaign aims to raise awareness among the public about gender-based violence and to share knowledge to end all forms of gender-based violence in society.



“The Color of Pride” Project at MBK during Pride Month

VGI joined in celebrating Pride Month Festival, promoting gender diversity through advertisements and activities demonstrating equal support and understanding for all gender identities. This includes participating in Pride parades, culminating the end of Pride Month with the Pride in Love Final Mardi Gras event, and organising “The Color of Pride” activities at the MBK Center plaza.



4.4 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 nature of operations. In 2023/24, VGI established a social responsibility programme to 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



VGI’s Social Activities

Development of Computer Laboratories for Schools

VGI and the VGI Volunteers team have taken part in developing a computer laboratory, donating 50 sets of computers and chairs, along with 16 wall-mounted fans. The team also helped design and develop the network system for Rajaprajanugroh 14 School in Mueang District, Nong Khai Province. This initiative aims to drive better quality of life for the country’s youth by providing equal opportunities. Through this effort, the Company extends support to schools that still lack necessary learning equipment.



The “25 Million Steps for Kids” Campaign

To celebrate VGI’s 25th anniversary, the “25 Million Steps for Kids” project was initiated, encouraging employees to collectively accumulate steps over a period of 3 months with a target of 25 million steps. The VGI employees exceeded this goal, achieving a total of 263,116,934 steps. This remarkable achievement led VGI and the VGI Volunteers Club to embark on a journey to donate scholarships and support sports equipment for students at Sam Phrao Community School in Mueang Udon Thani District, Udon Thani Province. This initiative aims to develop the skills and potential of the children, ensuring they have access to learning materials and resources.



The Operation Smile Foundation for Helping Underprivileged Patients with Cleft Lips and Palates

The Operation Smile Foundation is a non-profit medical charity organisation with the primary mission of assisting underprivileged patients with cleft lips and palates burn scars, and other facial abnormalities at no cost. Each year, the foundation aims to treat 800-1,000 underprivileged patients through mobile medical unit projects conducted 4 times a year. In addition to treating patients with cleft lips and palates, the foundation also provides assistance, treatment and surgery for patients with burn scars and contractures, which would make it difficult for them to lead normal lives without treatment. VGI supports the foundation by providing media space to publicise its mission, goals, and to communicate the suffering of burn patients. This includes comparing burns from special effects in movies with real-life burns to raise broad public awareness.



Providing Scholarships to Employees' Children

VGI provides scholarships to the children of employees every year. This year, VGI awarded 85 scholarships, each worth 5,000 Baht, to enhance the learning opportunities of employees' children, helping them develop their potential and become valuable contributors to the country's future.



Donation of Disinfection Machines to School

VGI donated 2 disinfection machines to Prempracha Wattana School (Catholic School) to help eliminate germs that may spread among students and parents, ensuring good hygiene for the children attending school. This initiative aligns with VGI's goal of conducting business efficiently while contributing to sustainable development in all aspects of society.



Donation of Calendars to the Education Technology Center for the Blind

VGI, in collaboration with BTS Group, donated desk calendars from the “Heroes Give” campaign. Employees, BTS SkyTrain passengers and nearby organisations collectively donated over 20,000 copies. Additionally, as representatives of the BTS Group of Companies and BTS SkyTrain passengers, they contributed a total of 786,450 Baht to support the purchase of equipment for developing Braille book production for use in teaching materials for visually impaired individuals at the Education Technology Center for the Blind, Thai Association of the Blind, under the Royal Patronage of H.M. the Queen. This project aligns with the Company’s social responsibility strategy to support quality education and caring for society and the environment. Moreover, it promotes education for visually impaired individuals and contributes to reducing waste and maximising resource utilisation.



VGI Kids: Empowering Clean Energy

VGI, in collaboration with the Bangkok Mass Transit System Public Company Limited (BTSC), organised the VGI Kids activity for the children of employees. This initiative aimed to promote the use of clean energy and encourage creativity through upcycling materials. Additionally, it fostered environmental and energy conservation awareness among the children. The program not only contributed to environmental sustainability but also provided care for the employees’ children during working hours.



4.5 OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

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



Progress Towards 2023/24 Goals	Long-Term Sustainable Development Goals From 2020/21–2024/25
<p>Target: No accidents from work</p> <div style="text-align: center;"> </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 by establishing 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 organisation’s occupational health and safety. 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 of 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, and the informant is protected from retaliation. Moreover, in case of injury or illness from work, employees have the right to take the 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 an epidemic crisis that could disrupt business activities.

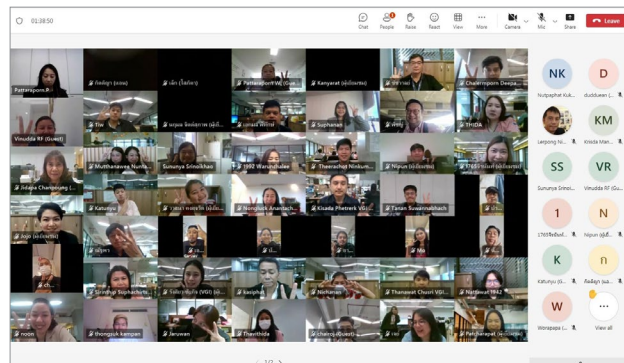
In addition, the Company expects its suppliers to maintain safety and occupational health management standards as announced through the Supplier Code of Conduct for procurement and employment. It is one of the criteria the Company utilises to evaluate suppliers in the procurement process and is part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



Please scan this QR Code for more information on the Occupational Health and Safety Policy

Organisational Culture of Occupational Health and Safety

VGI actively promotes employee health and safety culture through various initiatives, which include annual health check-ups, exercise classes such as running clubs, yoga, and aerobics. Massage chairs are also provided in the office to help alleviate employee fatigue throughout the day. Additionally, mental health is prioritised, and to support this, VGI has implemented a mental health consultation project through the “Relationflip” application. Employees can complete surveys to assess their current mental health status and access online consultations with medical professionals at no cost. These efforts aim to foster a culture of well-being and safety within the organisation.



In addition, VGI conducts training in safety and occupational health to raise awareness and reduce workplace adverse health and safety incidents that may occur. This training course is arranged annually for all employees, which is more than the requirement by law to conduct training every 2 years. In FY 2023/24, a total of 378 people participated in the training, including 151 employees and 227 contractors. Furthermore, VGI organises fire evacuation training for all employees annually, in collaboration with the building owners. This ensures that employees have sufficient knowledge and understanding to respond appropriately, promptly and effectively to emergency situations.



4.6 RESPONSIBILITY TOWARDS ADVERTISING AND MEDIA CONTENT

(GRI 3-3)




As a market leader in Offline-to-Online (“O2O”) 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, incites religious and racial conflict, or depicts violence and pornography. In addition, the Company will not display content that deviates or exaggerates in a false manner with the intention 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 advertising guidelines, the Company will agree to terms and conditions with customers and brands in every business collaboration. The Company has also 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 the Bangkok Mass Transit System Public Company Limited’s requirements. Should the content be inconsistent with the Company’s guidelines, VGI reserves the right to refuse to publish such advertising content as agreed upon terms and conditions.

Furthermore, in FY 2023/24, VGI did not receive any complaints or notifications regarding inappropriate media content, and there were no incidents of discrimination or harassment.



0 Case
No Complaints or Notifications
Regarding Inappropriate
Media Content



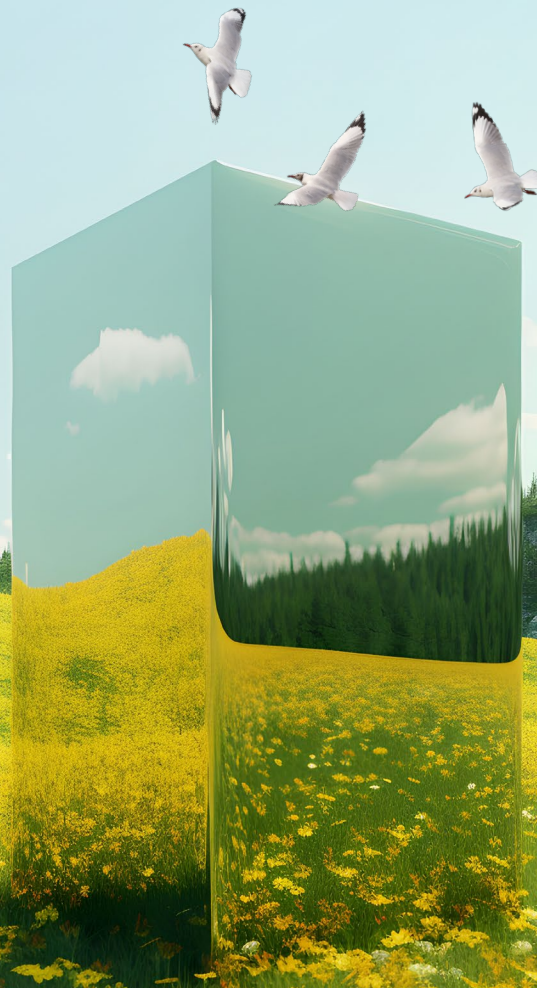
Please scan this QR code for more information on the Responsible Content and Advertising Policy

05



ENVIRONMENTAL DIMENSION

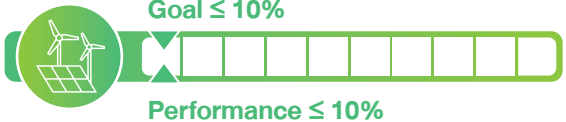
- 5.1 Climate and Energy Strategy
- 5.2 Waste Management



5.1 CLIMATE AND ENERGY STRATEGY

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



Progress Towards 2023/24 Goals	Long-Term Sustainable Development Goals From 2020/21–2024/25
<p>Target: Maintain electricity consumption to no more than 10% compared to 2019</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  </div>	<ul style="list-style-type: none"> • Maintain electricity consumption to no more than 10% compared to 2019 • Use corporate advertising platforms to present climate change content to reach at least 1 million people per year

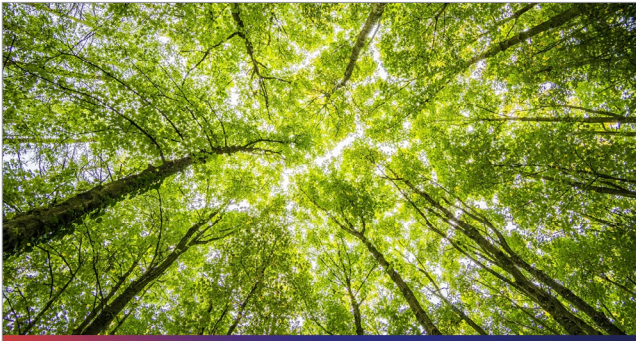
Climate change is undeniably a global problem. Therefore, as an Offline-to-Online (“O2O”) Solutions service provider, VGI is committed to addressing challenges and opportunities arising from climate change and energy conservation. VGI not only intends to address the greenhouse gas emissions generated by the Company’s 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 focuses on managing risks and opportunities resulting from climate change, such as 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.

Please scan this QR code for more details on the Environmental Policy

Climate Change Risks and Opportunities Assessment

VGI is committed to addressing the challenges and opportunities arising from climate change by managing greenhouse gas emissions generated from its business operations. Additionally, the Company aims to raise social awareness about the importance of climate change through its media channels and various platforms. VGI manages climate-related risks and opportunities, such as rapid changes in severe weather conditions and natural disasters that may impact business activities. The Company discloses information in accordance with the Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) standards, which includes assessing business risks and opportunities related to climate change.



TCFD Report 2023/24



Climate Risk Assessment Report 2023/24



Furthermore, VGI has established guidelines for evaluating and managing climate-related risks and opportunities. These guidelines consider climate risks and opportunities relevant to the business that could significantly impact the Company’s entire value chain, including upstream, downstream, and our own operations, as well as those of our suppliers and customers. For more detailed information, please refer to VGI’s Climate Risk Assessment Report.

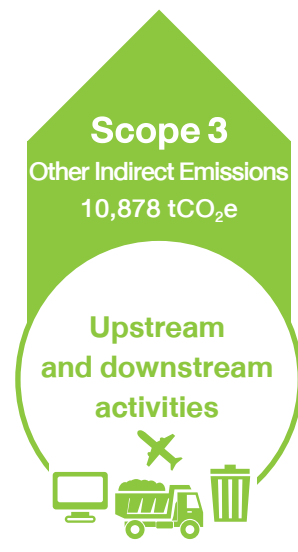
Please scan this QR code for more details on the TCFD Report

Please scan this QR code for more details on the Climate Risk Assessment Report

Greenhouse Gas Emissions in FY 2023/24

GHG Emissions Scope 1+2
2,824 tonnes CO₂ equivalent (tCO₂e)

GHG Emissions Scope 1+2+3
13,702 tonnes CO₂ equivalent (tCO₂e)



Energy Conservation and Greenhouse Gas Reduction Project

Carbon Neutral

VGI is dedicated to managing its greenhouse gas emissions with a serious approach. This year, the Company has calculated, verified and registered its organisational carbon footprint and has been awarded the Carbon Neutral label by the Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) or TGO. VGI has offset its greenhouse gas emissions by participating in carbon credit projects certified by TGO. Additionally, the Company has sourced 10% of its energy from renewable sources by using Renewable Energy Certificates (RECs) obtained from the Solar Power Plant Project by BCPG Company Limited.



The Air We Share

VGI has provided venue support and advertising through the Company's various platforms for the "The Air We Share" event. In collaboration with BTS Group, the Bangkok Metropolitan Administration, the Thai Health Promotion Foundation, and other governmental, private and civil society partners, this event aims to educate the public and raise awareness about the health impacts of PM 2.5 air pollution. The event presented ways in which individuals can contribute to solving air pollution through sustainable daily practices. The interactive wall at the "The Air We Share" event also provided an immersive and engaging platform for participants, transforming the PM 2.5 air pollution learning experience into an interactive journey.



“25 Million Steps for Kids” Project – “Plant Trees, Love Nature, Increase Green Spaces for the Community”

The “25 Million Steps for Kids” initiative, held in collaboration with students and staff from Sam Phrao Community School in Mueang Udon Thani District, Udon Thani Province, aims to increase green spaces within the community. This effort aligns with the Company's goal of promoting environmental sustainability within society and the community.





Release Turtles to the Sea

Super Turtle Public Company Limited, along with the Company’s employees held a CSR activity to release baby turtles back to the sea, clean turtle ponds and donated to support the Sea Turtle Conservation Center Royal Thai Navy, Sattahip District, Chonburi Province as part of sustainable environmental protection and marine ecosystem restoration, as well as to continue developing projects to support society.

Same Way Save World

VGI is aware of the carbon emissions generated by employees commuting to work. Therefore, the Company has initiated the “Same Way Save World” campaign to encourage employees to carpool to reduce unnecessary carbon emissions from car commute. Since the project’s inception in 2021, it has helped avoid a total of 75 tonnes of carbon dioxide equivalent (tCO₂e) emissions from employee commute.



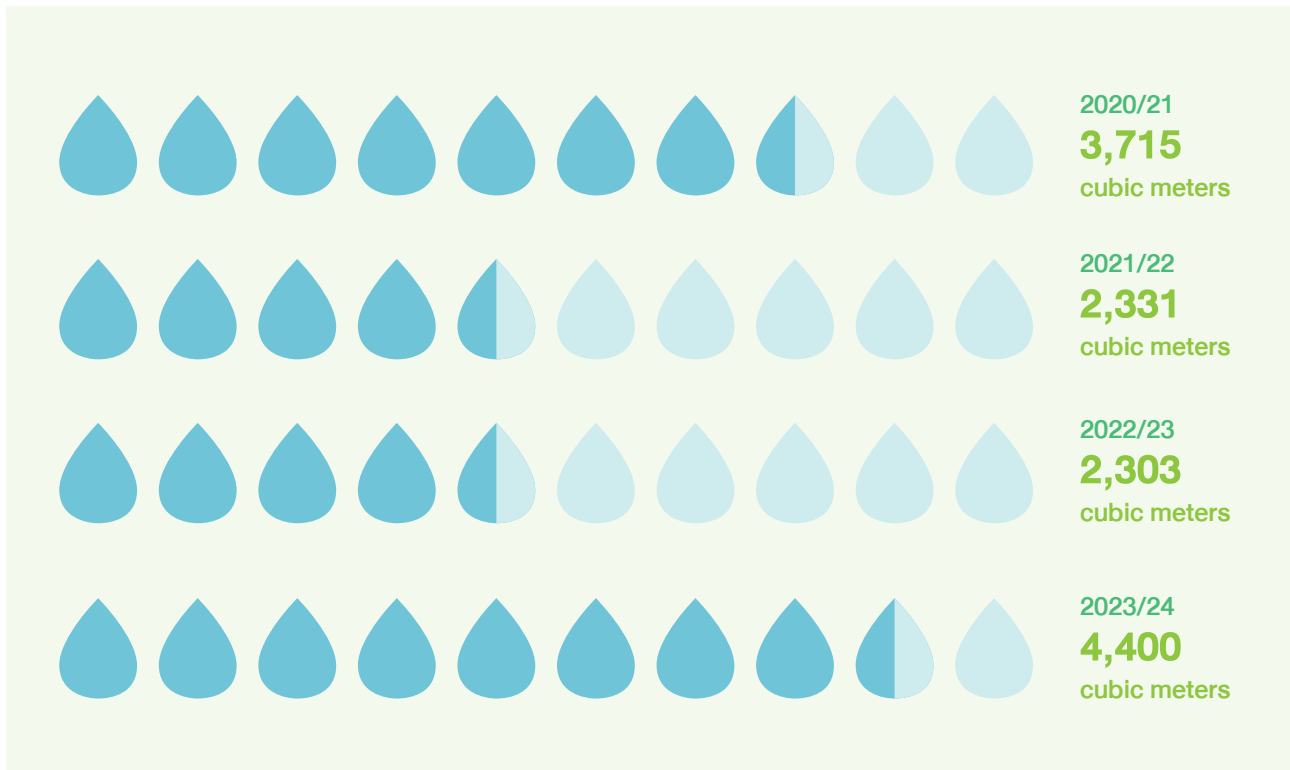
Reducing Electricity Consumption at BTS SkyTrain Station

VGI has been reducing electricity consumption from the Company’s advertising media at BTS SkyTrain stations by switching from fluorescent bulbs to LED bulbs since 2013. Additionally, the policy to turn off lights after operating hours has been implemented. These efforts have enabled the Company to save up to 4 million Baht in electricity costs.



Water Management


As VGI's main business is to provide Offline-to-Online Solutions, water is used only in the office building where the Company is located. The Company consistently communicates with employees about water conservation and efficient usage. VGI's water consumption comes entirely from tap water, with water usage amounting to approximately 4,400 cubic meters in FY 2023/24.



5.2 WASTE MANAGEMENT

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



Progress Towards 2023/24 Goals	Long-Term Sustainable Development Goals From 2020/21-2024/25
<p>Target: Adjust waste disposal methods from landfilling or incineration to recycling at a rate of 30% of total waste</p>  <p>Goal 30%</p> <p>Performance 30%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Adjust 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 circular economy in business activities. The Company realises that efficient waste management is an essential agenda in 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. Waste generated by VGI’s operations stems 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 instills awareness among employees to recognise the importance of waste reduction according to the 3R principle of Reduce, Reuse and Recycle.

VGI 3R Principle



Please scan this QR code for the Environmental Policy

Waste Management Performance in 2023/24



25.29 tonnes

Total Waste
(Hazardous and Non-hazardous)



45.07%

Waste Recycled

Waste Reduction Project

VGI donated standees and inkjet equipment to MUSIC INSPIRES by the Music Network for the Disabled, an organisation that provides music education and activities to develop musical potential and skills for people with disabilities and the public. The institution will use the donated standees and inkjet equipment to produce educational materials for their music programmes. The total value of the donated equipment is 19,000 Baht.



Waste Segregation

VGI separates waste generated from office activities before they are disposed to the building management team. The Company has provided specific bins for different types of waste, including general waste, food waste, recyclable waste and hazardous waste. VGI promotes waste segregation to raise employee awareness about the importance of their role and cooperation in effective waste management.



Plastic Bottle Reduction Campaign

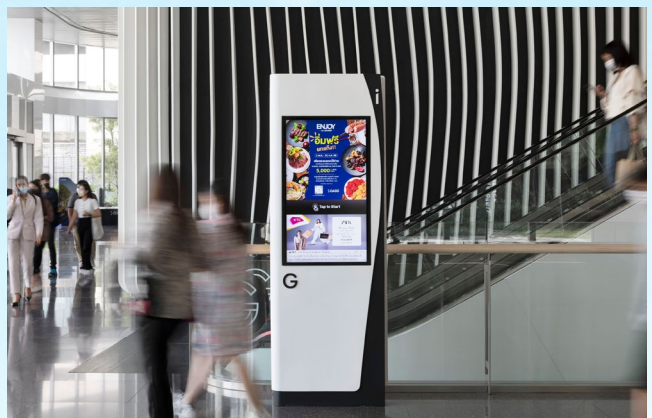
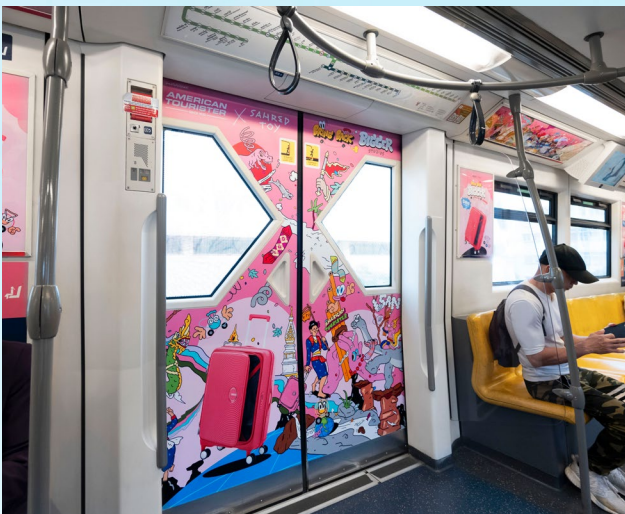
VGI encourages all employees to participate in reducing plastic waste within the organisation. The Company has provided water filtration systems to ensure access to clean drinking water and distributed insulated reusable water bottles as commemorative gifts for VGI's 25th anniversary. This initiative aims to promote the use of reusable bottles, reduce plastic waste and contribute to the organisation's efforts to lower its greenhouse gas emissions.



Vinyl Upcycling Project from Used Billboards

VGI continues to upcycle vinyl from used billboards as part of the Company's commitment to reducing waste by applying circular economy principles. In 2023/24, vinyl waste were diverted from disposal and upcycled into reusable bags. These bags, over 650 in total, were sold and distributed to schools involved in VGI's various volunteer projects. This initiative not only helps reduce waste but also supports community income by employing local workers to produce the bags. Last year, VGI supported the community with over 100,000 Baht in employment opportunities.





06



ผลการดำเนินงาน ด้านความยั่งยืน

SUSTAINABILITY PERFORMANCE SUMMARY

- 6.1 ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
(Sustainability Performance Report)
- 6.2 ดัชนีชี้วัดตามมาตรฐาน GRI
(GRI Content Index)
- 6.3 การรับรองจากหน่วยงานภายนอก
(Independent Assurance Statement)
- 6.4 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน
(Survey of Readers' Opinion)



6.1 ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (SUSTAINABILITY PERFORMANCE REPORT)

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2566/67 ของ VGI ได้มีการจัดทำเป็นเอกสารแยกและแสดงไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยท่านสามารถสแกนคิวอาร์โค้ดด้านล่าง

The sustainability performance report for FY 2023/24 has been independently compiled and released on the VGI website. Stakeholders and individuals interested in specific performance details can access the report by scanning the QR code provided below.



Sustainability Performance FY 2023/24



6.2 ดัชนีชี้วัดตามมาตรฐาน GRI (GRI CONTENT INDEX)

ดัชนีชี้วัดตามมาตรฐาน GRI (Global Reporting Initiative) ของรายงานความยั่งยืนประจำปี 2566/67 ของ VGI ได้รายงานไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยท่านสามารถอ่านหรือดาวน์โหลดได้โดยการสแกนคิวอาร์โค้ดด้านล่าง

The GRI (Global Reporting Initiative) Report for FY 2023/24 has been meticulously reported and is now available for viewing on the VGI website. Stakeholders and parties interested in the index can access the report by scanning the QR code provided below.



GRI CONTENT INDEX FY 2023/24



6.3 การรับรองจากหน่วยงานภายนอก (INDEPENDENT ASSURANCE STATEMENT)



LRQA Independent Assurance Statement Relating to VGI PUBLIC COMPANY LIMITED's Sustainability Report for the FY 2023/24

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 2023/24 for the period from 1 April 2023 to 31 March 2024 ("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 3 Materiality assessment
 - 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 (Significant Scope 3) GHG emissions (Cat. 1, 3, 5, 6, 7, 13 and 15)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 high 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 high 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 VGI'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 and extend to directly engage with stakeholder's to address 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 ESG negative 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 together with TGO-CFO are the only works undertaken by LRQA for VGI PUBLIC COMPANY LIMITED and as such does not compromise our independence or impartiality.

Dated: 12 June 2024

Opart Charuratana
LRQA Lead Verifier
On behalf of LRQA (Thailand) Ltd.
No. 252/123 (C), Muang Thai – Phatra Complex Tower B.
26th floor, Ratchadaphisek Road., HuayKwang, Bangkok, 10310, THAILAND
LRQA reference: BGK000001081

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 2024.

OK
GENERATION



14:04



4 Platform
สถานีรถไฟฟ้ามหานคร
National Stadium
Siam Line

พรอมีส PROMISE
1751 promise.co.th

สมัครสมาชิก
พรอมีส PROMISE
อนุมัติ
ทันที
1 ชั่วโมง*

✓ สมัครง่าย
✓ อนุมัติไวใน 1 ชั่วโมง*
✓ รับวงเงินสูงสุดไม่เกิน 300,000 บาท*

สมัครเลย!

* อนุมัติวงเงินสูงสุดไม่เกิน 300,000 บาท และขึ้นอยู่กับประวัติการชำระหนี้สิน
* อนุมัติวงเงินสูงสุดไม่เกิน 1 ปี และขึ้นอยู่กับประวัติการชำระหนี้สิน

ห้ามล้ำเส้นเหลืองปลายชานชาลา
Stand behind the yellow line

6.4 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน (SURVEY OF READERS' OPINION)

ข้อเสนอแนะของผู้อ่านที่มีต่อรายงานความยั่งยืนประจำปี 2566/67 จะนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืนในอนาคต
Your views and suggestions toward the 2023/24 Sustainability Report will be utilised to improve our future reporting.

1. กรุณาระบุข้อมูลพื้นฐานของท่าน (Please specify your personal information)

เพศ (Gender) หญิง (Female) ชาย (Male)
อายุ (Age) ต่ำกว่า 30 ปี (Lower than 30 years) 30 – 45 ปี (30-45 years) มากกว่า 45 ปี (More than 45 years)

2. กรุณาระบุสถานะของท่าน (Please specify your relationship with VGI)

ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน (Shareholder / Investor) ลูกค้า (Customer) คู่ค้า (Supplier) หน่วยงานของรัฐ (Government Agency)
 สื่อมวลชน (Media) พนักงานของบริษัทฯ (Employee) ชุมชนใกล้เคียง (Communities)
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
(Other – please specify)

3. ความพึงพอใจต่อการนำเสนอรายงานความยั่งยืนประจำปี 2566/67 (Please rate your satisfaction for the presentation of 2023/24 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 for each chapter)

ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของวิถีใจ (Materiality Assessment of VGI)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders 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 Targets)	<input type="checkbox"/> มาก (High)	<input type="checkbox"/> ปานกลาง (Medium)	<input type="checkbox"/> น้อย (Low)	<input type="checkbox"/> ไม่สนใจ (Uninterested)
การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ (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)
ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Information Security and 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)
ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา (Responsibility of 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 Results of VGI)	<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 next Sustainability Report

.....
.....

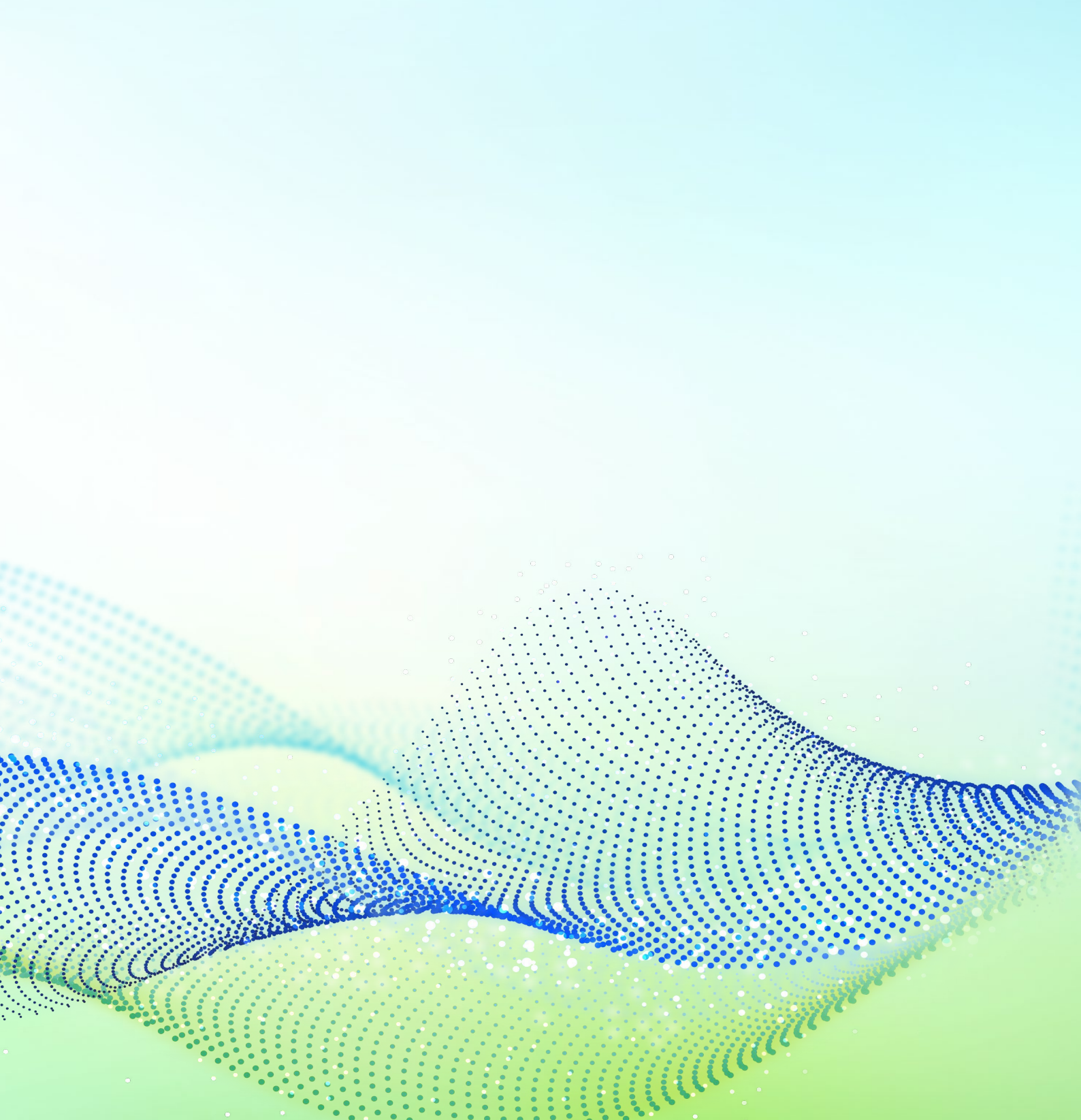
VGI ขอขอบพระคุณอย่างสูงสำหรับความร่วมมือ VGI greatly appreciates your valuable feedback.

กรุณาส่งแบบสอบถามมาที่:

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

Please mail this survey to:

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



VGI

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