

LEADING THE WAY TO A SUSTAINABLE FUTURE



รายงานความยั่งยืนประจำปี 2568/69
SUSTAINABILITY REPORT 2025/26



บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “VGI”) รู้สึกเป็นเกียรติและตั้งใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับรางวัลอันทรงคุณค่าต่างๆ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นเครื่องแสดงถึงการยอมรับในความทุ่มเทของบริษัทฯ แต่ยังจุดประกายให้เราตั้งใจเพื่อความเป็นเลิศอย่างไม่หยุดยั้ง บริษัทฯ ขอรับรองความเชื่อมั่นนี้ด้วยความจริงใจและมุ่งมั่นที่จะพัฒนาเพื่ออนาคตที่ดีขึ้นต่อไป



ได้รับการจัดอันดับเป็นบริษัทที่ยั่งยืนที่สุดในโลก ในอุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ และความบันเทิง เป็นปีที่ 4 ติดต่อกันจากการประเมินผลของ S&P Global



ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ตั้งแต่วันที่ 2557



ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในระดับ “ดีเลิศ” ประจำปี 2568 เป็นปีที่ 10 ติดต่อกันจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย



ได้รับคะแนนประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 (AGM Checklist) 100 คะแนนเต็ม สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส การส่งเสริมการมีส่วนร่วม และการคำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี



เป็นส่วนหนึ่งของดัชนี SET100 ในระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน 2569



เป็นส่วนหนึ่งของดัชนี MSCI Global Small Cap เป็นปีที่ 6 ติดต่อกัน โดย Morgan Stanley Capital International (MSCI) index



ได้รับประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐาน ISO 27001 และ ISO 27701 ตอกย้ำถึงระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคลที่มีประสิทธิภาพระดับมาตรฐานสากล



เดินทางสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี พ.ศ. 2593 ตอกย้ำความมุ่งมั่นระยะยาวของ VGI ในการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการพัฒนาอย่างยั่งยืน



รายงานความยั่งยืนประจำปี 2568/69

บริษัท วิจิโอ จำกัด (มหาชน)

สารบัญ

1

บทนำ

1.1	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	5
1.2	สารจากประธานกรรมการ	6
1.3	วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร	8
1.4	VGI โอโคซิสเต็ม และห่วงโซ่คุณค่า	10

2

VGI กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.1	การประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน	14
2.2	การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	17
2.3	นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	20
2.4	รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืนในปี 2568/69	23

3

VGI กับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ

3.1	การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	26
3.2	การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	33
3.3	การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	39
3.4	นวัตกรรม	44
3.5	ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	47

4

VGI กับความยั่งยืนด้านสังคม

4.1	การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	53
4.2	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	57
4.3	สิทธิมนุษยชน	63
4.4	การพัฒนาสังคมและชุมชน	66
4.5	อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	71
4.6	ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา	73

5

VGI กับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

5.1	กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน	75
5.2	การจัดการของเสียและการบริหารจัดการน้ำ	79

6

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

6.1	ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	168
6.2	ดัชนีชี้วัดตามมาตรฐาน GRI	169
6.3	การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	170
6.4	แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน	172

1

บทนำ

1.1 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	5
1.2 สารจากประธานกรรมการ	6
1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร	8
1.4 VGI อีโคซิสเต็ม และห่วงโซ่คุณค่า	10



1.1 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

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

บริษัท วิจิไอ จำกัด (มหาชน) (“VGI” หรือ “บริษัทฯ”) ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา เพื่อสื่อสารวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ การบริหารจัดการ กระบวนการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามประเด็นความยั่งยืนที่มีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนและธุรกิจ รวมถึงเพื่อรายงานความก้าวหน้าของผลการดำเนินงานในมิติต่าง ๆ โดยรายงานความยั่งยืนประจำปี 2568/69 ฉบับนี้ มีเนื้อหาครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในช่วงระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2568 ถึง 31 มีนาคม 2569

การจัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้เป็นไปตามแนวทางและมาตรฐาน GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) ซึ่งได้มีการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนทั้งหมด 13 ประเด็น โดยผลการดำเนินงานครอบคลุมถึงการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ในประเทศไทย รวมถึงบริษัทย่อยต่าง ๆ ที่ VGI มีสัดส่วนการถือหุ้นเกินร้อยละ 50 และมีอำนาจในการควบคุมการดำเนินงาน ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปิดเผยในรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ได้รับการทวนสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระจาก Lloyd’s Register Quality Assurance (LRQA) เพื่อรับรองความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และความน่าเชื่อถือ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบแล้วในปี 2568/69 ประกอบด้วย GRI 3, GRI 302-1, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5, GRI 403-9 และ GRI 405-2

ทั้งนี้ รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ผ่านการพิจารณาและอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงสร้างธุรกิจ การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และผลการดำเนินงานของ VGI ได้ที่ <https://investor.vgi.co.th/th/document/annual-reports>

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ฝ่ายเลขานุการบริษัท
บริษัท วิจิไอ จำกัด (มหาชน)

1000/9 บีทีเอส วิชนาธิ ปาร์ค - เซาร์ ทาวเวอร์ ชั้นที่ 27 ถนนพหลโยธิน
แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 ประเทศไทย

☎ +66 (0) 2273 8884

✉ อีเมล: vgisustainability@vgi.co.th

1.2 สารจากประธานกรรมการ

(GRI 2-22)



คิริ กาญจนพาสน์
ประธานกรรมการ

ในปี 2568/69 ที่ผ่านมามีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจจะยังคงมีความท้าทาย แต่ VGI ยังคงยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้วิสัยทัศน์ “ผู้นำแห่งโซลูชันสีเขียวอนาคต” ที่มุ่งเน้นการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจที่มีความยืดหยุ่นและตอบโจทย์วิถีชีวิตยุคใหม่ โดยเราให้ความสำคัญสูงสุดกับการบูรณาการแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในทุกมิติ เพื่อสร้างคุณค่าร่วมให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนและเตรียมความพร้อมสู่การเติบโตที่มั่นคงในระยะยาว

ก้าวสำคัญที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นทางการในปีนี้ คือการย้ายเข้าสู่สำนักงานแห่งใหม่ ณ อาคาร BTS Visionary Park ซึ่งเป็นอาคารที่ได้รับมาตรฐานระดับโลก LEED Gold โดยเรามุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งการลดการใช้พลังงาน การจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน และการจัดการขยะอย่างเป็นระบบเพื่อตอบโจทย์ความท้าทายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การดำเนินงานดังกล่าวยังเป็นส่วนหนึ่งของแผนการขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 ซึ่งสอดคล้องกับพันธกรณีของประเทศไทยตามความตกลงปารีส (Paris Agreement) อันเป็นข้อตกลงด้านสภาพภูมิอากาศระดับโลกของสหประชาชาติ รวมถึงเป้าหมายความยั่งยืนระยะยาวของบริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) ที่บริษัทฯ ยึดถือเป็นแนวทางหลักในการดำเนินธุรกิจเสมอมา

นอกจากนี้ VGI ยังมุ่งเน้นการสร้างรากฐานด้านวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งผ่านโครงการ “ESG DNA” เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อโลกและสังคมให้แก่พนักงาน

ทุกระดับ ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการทรัพยากรตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยการนำวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิตสื่อโฆษณา มาสร้างมูลค่าใหม่เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกัน เรายังคงรักษามาตรฐานบรรษัทภิบาล รวมถึงการจัดการข้อมูล ที่ปลอดภัยระดับสากล (ISO 27001 และ ISO 27701) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นอย่างสูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในยุคดิจิทัล พร้อมทั้งเดินหน้าสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมผ่านการสนับสนุนด้านการศึกษาและยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้เปราะบางอย่างต่อเนื่อง

ด้วยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอในการดำเนินงาน ส่งผลให้ VGI ได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยได้รับการจัดอันดับอยู่ในกลุ่ม Top 1% ของโลกด้านความยั่งยืนจาก S&P Global และยังคงรักษาตำแหน่งอันดับ 1 ของโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อภาพยนตร์ และความบันเทิง ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ความสำเร็จเหล่านี้ รวมถึงการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” (5 ดาว) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 ตลอดจนทำให้เห็นถึงความเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

ความสำเร็จและความเชื่อมั่นที่ได้รับจากพันธมิตรและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน คือแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ VGI ก้าวข้ามทุกความท้าทาย สุดท้ายนี้ VGI ขอให้คำมั่นว่าจะยังคงเดินหน้าพัฒนาธุรกิจให้มีความมั่นคงและยืดหยุ่น พร้อมขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้หลักธรรมาภิบาล ควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อม การสร้างคุณค่าทางสังคม และการพัฒนาวัฒนธรรมอย่างรับผิดชอบ เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน และคุณค่าร่วมแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนในระยะยาว

1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร

(GRI 2-23)

โซลูชันส์ สำหรับอนาคต

- เป็นผู้นำในการออกแบบประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภค
- เป็นผู้นำในการสร้างสรรค์แพลตฟอร์มใหม่ให้กับ
นักการตลาดและแบรนด์
- เป็นผู้นำในการสร้างธุรกิจที่ยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสีย
ทุกภาคส่วน ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบตัว



VGI ตั้งมั่นในการเป็นผู้นำตลาดที่ให้บริการการตลาดแบบ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชันส์ บริษัทฯ ได้วางรากฐานรูปแบบการดำเนินธุรกิจผ่านการเข้าถึงทุกและสร้างพันธมิตรอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ของ VGI มีความชัดเจน โดยเรามุ่งเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแพลตฟอร์มออฟไลน์และออนไลน์ผ่านการขยายฐานข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการด้าน O2O โซลูชันส์อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

โซลูชันส์
Offline-to-Online

ตัวเชื่อมโยง
ฐานข้อมูล

แพลตฟอร์ม
ธุรกิจสื่อโฆษณา · ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล
· ธุรกิจการจัดจำหน่าย



VALUES

คุณค่าขององค์กร

VGI เชื่อมมั่นในการสร้างคุณค่าแบบ ยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น คู่ค้า และสังคม ซึ่งถือเป็นหลักการพื้นฐานที่ VGI ยึดถือในการดำเนินงานมาโดยตลอด



GROWTH

การเติบโตทางธุรกิจ

VGI มีจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้นำ ธุรกิจในอนาคตที่มีการเติบโต สูงสุด และพร้อมเป็นพันธมิตรกับ ผู้นำธุรกิจจากทั่วโลกที่ช่วยส่งเสริม ธุรกิจหลักที่เราได้อยู่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือ หลักสำคัญที่ทำให้เราเติบโตอย่าง แตกต่างตลอดมา



INNOVATION

การสร้างนวัตกรรม

VGI ให้ความสำคัญกับดิจิทัล เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา เพื่อ มุ่งสู่ความเป็นเลิศในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และโซลูชันส์ที่เข้ากับ ทุกเจนเออเรชัน ให้สามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคที่มี การเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ได้อย่างดีที่สุด

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 ตอบสนองความต้องการของนักโฆษณาและแบรนด์ด้วยโซลูชันที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ทั้งนี้ การเสริมสร้างอีโคซิสเต็มที่ครอบคลุมดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบโจทย์เป้าหมายสำคัญของแบรนด์ 3 ประการ โดยการผสานความแข็งแกร่งของทั้ง 3 ธุรกิจ ช่วยให้บริการ สามารถเข้าถึงและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างสรรค์ แม่นยำ และตอบสนองความต้องการของนักการตลาดในการสร้างการรับรู้ในแบรนด์สินค้า (Brand Awareness) การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย (Engagement) ไปจนถึงการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ (Conversion) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯ ยังมีความมุ่งมั่นในการสร้างธุรกิจให้เติบโตควบคู่ไปพร้อมกับการคำนึงถึงประโยชน์แก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างยั่งยืน



ธุรกิจสื่อโฆษณา



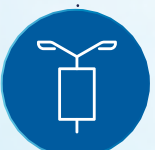
ธุรกิจสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน

VGI ได้รับสิทธิในการบริหารเครือข่ายสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนที่หลากหลาย ครอบคลุมจุดยุทธศาสตร์สำคัญในโครงข่ายรถไฟฟ้ารวมทั้งสิ้น 84 สถานี ได้แก่ 24 สถานีหลัก และ 7 สถานีส่วนต่อขยายในโครงข่ายสายสีเขียว รวมถึง 23 สถานีในสายสีเหลือง และ 30 สถานีในสายสีชมพู พร้อมทั้งสิทธิในขบวนรถไฟฟ้ารวมทั้งสิ้น 170 ขบวน ด้วยสื่อโฆษณาภาพนิ่งมากกว่า 3,600 ป้าย และเครือข่ายสื่อดิจิทัลในรูปแบบจอ LCD บนรถไฟฟ้าและในสถานีมากกว่า 3,200 จอ โดยมีศักยภาพในการเข้าถึงและสื่อสารกับผู้ชมสื่อนับล้านที่ใช้บริการระบบขนส่งมวลชนในแต่ละวันและเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมาย



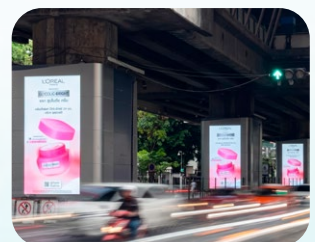
ธุรกิจสื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน

VGI ได้รับสิทธิในการเผยแพร่สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงานที่มีเครือข่ายอาคารสำนักงานภายใต้การจัดการรวมทั้งสิ้นกว่า 223 อาคาร ในเขตกรุงเทพมหานครรวมไปถึงจอภาพในลิฟต์มากกว่า 1,600 จอ และจอบริเวณลิบบั 370 จอ ซึ่งสามารถกระจายโฆษณาและเข้าถึงกลุ่มพนักงานออฟฟิศได้เป็นจำนวนมาก



ธุรกิจสื่อโฆษณากลางแจ้ง

ดำเนินการผ่านบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีพื้นที่สื่อครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ สามารถเข้าถึงผู้ชมสื่อโฆษณาจำนวนมาก ช่วยสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล



ธุรกิจการชำระเงินแบบไร้เงินสด

ภายใต้ บริษัท บางกอก สมาร์ทการ์ด ซิสเต็ม จำกัด “BSS”

บริการชำระเงินในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์บนระบบขนส่งมวลชน และร้านค้าชั้นนำต่าง ๆ ทั่วประเทศ ปัจจุบันมีจำนวนผู้ถือบัตรแรบบิท และบัตรแรบบิทร่วมแบรนด์ได้เพิ่มขึ้นกว่า 21 ล้านใบ โดยมีร้านค้าที่เป็นพันธมิตรมากกว่า 12,000 ร้านค้าจากหลากหลายประเภทธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บัตรแรบบิทสามารถใช้บัตรดังกล่าวในการทำธุรกรรมได้หลากหลายรูปแบบ



ธุรกิจแพลตฟอร์มนายหน้าประกันภัยและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

ภายใต้ บริษัท แรบบิท แคร์ จำกัด “RCare”¹

ผู้นำด้านแพลตฟอร์มเปรียบเทียบประกันภัยและตลาดผลิตภัณฑ์ทางการเงินในประเทศไทย ดำเนินธุรกิจภายใต้รูปแบบการจัดจำหน่ายที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ครอบคลุมทั้งช่องทาง Business-to-Consumer (B2C) และ Business-to-Business (B2B)



ธุรกิจสินเชื่อดิจิทัล

ภายใต้ บริษัท แรบบิท แคช จำกัด “RCash”¹

ผู้นำด้านการให้บริการสินเชื่อทางออนไลน์ที่ช่วยให้คนไทยสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย สะดวกสบาย และรวดเร็ว โดยปราศจากเงื่อนไขการให้สินเชื่อแบบดั้งเดิม



ธุรกิจการจัดจำหน่าย



ธุรกิจค้าปลีกและพื้นที่ให้เช่าเชิงพาณิชย์

ภายใต้ บริษัท ซูเปอร์ เทอร์เกิล จำกัด (มหาชน) “TURTLE”

เป็นบริษัทที่เติบโตอย่างรวดเร็วโดยมุ่งเน้นมอบความสะดวกสบายและคุณค่าให้แก่ลูกค้า ประกอบไปด้วย 2 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจร้านค้าปลีก และธุรกิจพื้นที่ให้เช่าเชิงพาณิชย์



ธุรกิจการจัดการแบรนด์และการค้าบนหลายแพลตฟอร์ม

ภายใต้ บริษัท แรบบิท ไบต์ส จำกัด “RBytes”²

ดำเนินธุรกิจหลักในด้านการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งครอบคลุมแพลตฟอร์ม e-Commerce ขึ้นมาอย่างหลากหลาย โดยเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแบรนด์ชั้นนำ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและความงาม รวมถึงอุปกรณ์สมาร์ทโฮมต่าง ๆ พร้อมทั้งให้บริการในเชิงพาณิชย์อย่างครอบคลุมและบริการปรึกษาด้านกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดแก่แบรนด์ต่าง ๆ



¹ ภายใต้ บริษัท มีเอสเอส ไอส์ดิงส์ จำกัด “BSSH”

² เดิมชื่อว่า บริษัท แฟนสลิ้งค์ คอมมูนิตี้เคชั่น จำกัด ภายใต้ BSSH

ห่วงโซ่คุณค่าของ VGI

(GRI 2-6)

VGI มุ่งแสวงหาโอกาสทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องผ่านการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์และการบูรณาการห่วงโซ่คุณค่าอย่างมีชั้นเชิง ทั้งในแพลตฟอร์มธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล และธุรกิจการจัดจำหน่าย โดยภายใต้ธุรกิจสื่อโฆษณาลึกของ VGI นั้น บริษัทฯ ยังคงดำเนินการพัฒนาช่องทางการนำเสนอสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักโฆษณา และแบรนด์ต่าง ๆ อีกทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้จ่ายจากธุรกิจบริการด้านดิจิทัลของบริษัทฯ ยังทำให้บริษัทฯ สามารถยกระดับการให้บริการสื่อโฆษณาที่เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับแบรนด์ได้มากขึ้น

นอกจากนี้ยังส่งผลให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงพฤติกรรมและความสนใจของผู้บริโภคที่ทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านบริการชำระเงิน รวมถึงบริการทางการเงินอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยพัฒนาฐานข้อมูลของบริษัทฯ ในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น และทำให้บริษัทฯ สามารถสร้างการรับรู้ในสินค้า (Awareness) สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับผู้บริโภค (Engagement) และยังสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือสมัครใช้บริการให้แก่ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (Conversion)

ในส่วนของธุรกิจการจัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ทั้งการให้บริการร้านค้าปลีกบนระบบขนส่งมวลชน การบริหารจัดการพื้นที่ให้เช่าเชิงพาณิชย์บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส การบริหารจัดการสินค้าในหลากหลายแพลตฟอร์ม และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแบรนด์ชั้นนำ เป็นต้น อีกทั้งบริการชำระเงินของ VGI นั้น ยังช่วยส่งเสริมธุรกิจจัดจำหน่ายได้โดยการให้บริการชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสดให้กับผู้บริโภคอีกด้วย



2

VGI กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.1 การประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน	14
2.2 การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	17
2.3 นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	20
2.4 รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืนในปี 2568/69	23

2.1 การประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน

(GRI 3-1)

VGI มีการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ครอบคลุมประเด็นความเสี่ยง ผลกระทบ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย โดยปัจจัยภายในประกอบด้วย ความเสี่ยง โอกาส และผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และห่วงโซ่มูลค่าของ VGI ขณะที่ปัจจัยภายนอกประกอบด้วย แนวโน้มของโลก ข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก และประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยการประเมินประเด็นสำคัญนี้ดำเนินการตามหลักการแบบทวิสารัตถภาพ หรือ Double Materiality Principle ซึ่งเป็นแนวคิดในการประเมินผลกระทบในบริบทของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environmental, Social and Governance หรือ ESG) ต่อภายในบริษัทฯ และผลกระทบในบริบท ESG จากกิจกรรมตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่าที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เกณฑ์ในการประเมิน

ผลกระทบอ้างอิงจากเกณฑ์การบริหารความเสี่ยงองค์กรของ VGI เพื่อให้สามารถนำประเด็นสำคัญเหล่านี้มาบูรณาการเข้ากับการประเมินปัจจัยความเสี่ยงของบริษัทฯ ได้ในภายหลัง

นอกจากนี้ การประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนนี้ยังได้ผ่านการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบจากหน่วยงานภายนอก และเป็นกระบวนการที่รวมอยู่ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรของบริษัทฯ ทั้งนี้ VGI ได้จัดเรียงลำดับประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนโดยพิจารณาจากระดับผลกระทบ โดยรวมที่ประเด็นเหล่านี้มีต่อบริษัทฯ โดยมีคณะกรรมการบริษัทฯ เป็นผู้ลงนามผลการประเมินตามหลักการของ GRI Standards 2021 ว่าด้วยการเปิดเผยข้อมูลเพื่อความยั่งยืน (GRI 3: Material Topics 2021) ซึ่งกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาและการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ มีดังนี้

1 การทำความเข้าใจบริบทขององค์กร

VGI มีการทบทวนการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กร บริบทด้านความยั่งยืน และความสัมพันธ์ที่องค์กรมีต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า นอกจากนี้ VGI ยังวิเคราะห์แนวโน้มความยั่งยืนระดับโลก และมาตรฐานสากลทั่วทั้งอุตสาหกรรมเพื่อรวบรวมประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีปัจจัยที่ใช้ประกอบการระบุประเด็นสำคัญ ได้แก่

- มาตรฐานในการรายงานสากล (Global Reporting Initiative หรือ GRI Standards)
- ดัชนีความยั่งยืน (S&P Global ESG Indices)
- ดัชนี MSCI (MSCI Index)
- ดัชนี FTSE ESG (FTSE ESG Index)
- คณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Board หรือ SASB)
- แนวโน้มของโลกในด้านต่างๆ ที่สำคัญต่อธุรกิจและอุตสาหกรรมเดียวกัน

2 การระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นและที่อาจเกิดขึ้นต่อประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน

VGI ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 6 กลุ่ม ควบคู่กับการหารือร่วมกับหน่วยงานภายในและผู้มีส่วนได้เสียภายนอก เพื่อระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากประเด็นสาระสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสิทธิมนุษยชน ครอบคลุมทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงความเสี่ยงและโอกาสทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสาระสำคัญดังกล่าว



3 การประเมินนัยสำคัญของผลกระทบ

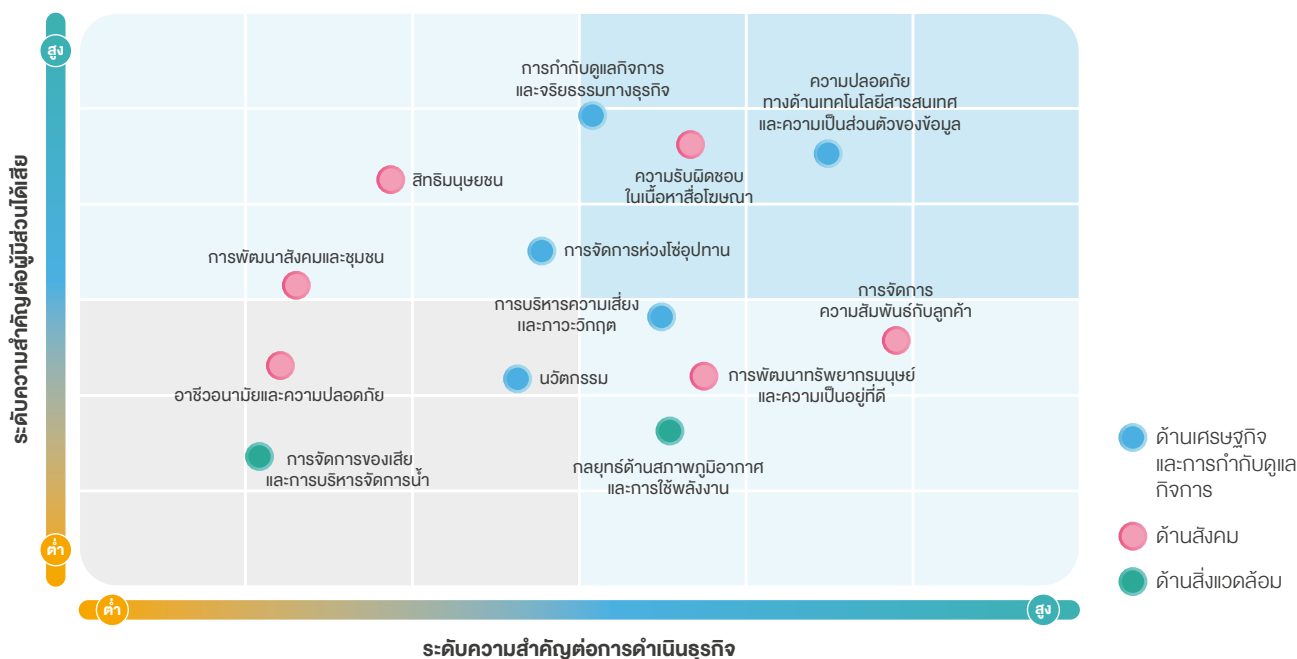
VGI ประเมินความสำคัญของผลกระทบที่ระบุไว้ โดยพิจารณาจากระดับและขอบเขตของผลกระทบ โอกาสที่จะเกิดผลกระทบ รวมถึงผลกระทบที่ไม่สามารถแก้ไขได้ นอกจากนี้ VGI ยังได้นำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (Expert Testing) มาพิจารณาประกอบการประเมินความสำคัญของผลกระทบ

4 การจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบที่มีนัยสำคัญในการรายงาน

VGI จัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาจาก 2 หลักเกณฑ์ได้แก่ ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและความสำคัญต่อผลกระทบทางธุรกิจและเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นเป็น 3 ลำดับ คือ สูง กลาง และต่ำ ผลการประเมินของประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนได้ถูกนำเสนอต่อคณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยผ่านการรับรองจากคณะกรรมการบริหาร เพื่อทบทวนและตรวจสอบความถูกต้องของการจัดลำดับความสำคัญของผลการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน และเพื่อให้คณะกรรมการบริษัทรับรองผลการประเมินว่ามีความสอดคล้องตามบริบทกลยุทธ์ของ VGI

การจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน

		ต่ำ	•	กลาง	•	สูง	
ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ		การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ					
		การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต					
		การจัดการห่วงโซ่อุปทาน					
		นวัตกรรม					
		ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล					
ด้านสังคม		การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า					
		การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี					
		สิทธิมนุษยชน					
		การพัฒนาสังคมและชุมชน					
		อาชีวอนามัยและความปลอดภัย					
		ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา					
ด้านสิ่งแวดล้อม		กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน					
		การจัดการของเสียและการบริหารจัดการน้ำ					



สรุปประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน

ประเด็นด้านความยั่งยืน	ประเด็นด้านความยั่งยืนตามแนวทาง ของ GRI Standards	ขอบเขตของผลกระทบ	
		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)		
2. การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	Management of Material Topics (GRI 3-3)		
3. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	Management of Material Topics (GRI 3-3) Supplier Environmental Assessment (GRI 308-1) Supplier Social Assessment (GRI 414-1, GRI 414-2)		
4. นวัตกรรม	Management of Material Topics (GRI 3-3)		
5. ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	Management of Material Topics (GRI 3-3) Customer Privacy (GRI 418-1)		
ด้านสังคม			
6. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	Management of Material Topics (GRI 3-3)		
7. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และความเป็นอยู่ที่ดี	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)		
8. สิทธิมนุษยชน	Management of Material Topics (GRI 3-3) Non-discrimination (GR 406-1)		
9. การพัฒนาสังคมและชุมชน	Management of Material Topics (GRI 3-3) Economic Performance (GRI 201-1)		
10. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	Management of Material Topics (GRI 3-3) Occupational Health and Safety (GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-5, GRI 403-6, GRI 403-9)		
11. ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา	Management of Material Topics (GRI 3-3)		
ด้านสิ่งแวดล้อม			
12. กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ และการใช้พลังงาน	Management of Material Topics (GRI 3-3) Energy (GRI 302-1, GRI 302-4) Emission (GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-5)		
13. การจัดการของเสียและการบริหารจัดการน้ำ	Management of Material Topics (GRI 3-3) Water and Effluents (GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5) Waste (GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5)		

หมายเหตุ: ● หมายถึง ผลกระทบเชิงบวก ○ หมายถึง ผลกระทบเชิงลบ

2.2 การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

(GRI 2-29)

VGI เชื่อว่าผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว ดังนั้น บริษัทฯ จึงดูแลให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม เสมอภาค และเป็นธรรม อีกทั้งยังได้จัดทำนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการระบุผู้มีส่วนได้เสีย การระบุประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ การพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย การสื่อสารและการแจ้งผลตลอดห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ บริษัทฯ จะกำหนดและระบุผู้มีส่วนได้เสียโดยพิจารณาจากระดับผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้เสียอาจได้รับจากการดำเนินงานของบริษัทฯ และระดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย

VGI ได้ระบุผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรเป็นจำนวน 6 กลุ่ม และยังจัดให้มีช่องทางการสื่อสารและวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้



กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม
 ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน	 การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี  การรายงานผลประกอบการรายไตรมาสและรายปี โดยเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของ VGI และตลาดหลักทรัพย์ฯ  การรายงานข่าวผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ต่าง ๆ  ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของบริษัทฯ ได้แก่ เว็บไซต์ Facebook อีเมล ไทด์พีอาร์ เป็นต้น
	ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ  ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมทั้งมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีประสิทธิภาพ  ดำเนินกิจการที่มีผลประโยชน์ที่เติบโต มั่นคง และยั่งยืน  เปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ  คำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม
	ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง  ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดี  ประเมินความเสี่ยงด้านการต่อต้านการคอร์รัปชันขององค์กรและได้รับการต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC)  จัดให้มีการอบรมพนักงานเพื่อให้มีเจตจำนงแน่วแน่ปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานในการกำกับดูแลกิจการที่ดีและต่อต้านการทุจริต

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม
 พนักงาน	- สารจาก CEO ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในขององค์กร - ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กร เช่น VGI LINE Official Account, Intranet และพื้นที่ประชาสัมพันธ์ในสำนักงาน - การสำรวจความพึงพอใจประจำปี - กล่องรับความคิดเห็น
	ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ - ปฏิบัติตามเสมอภาคและเคารพสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน - ฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง - ให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ - คำตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม - มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและเหมาะสมตามหลักอาชีวอนามัยและความปลอดภัย
	ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง - มีผลความผูกพันของพนักงานที่ต้องคัดกรองในระดับร้อยละ 67 - ประกาศใช้นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน ทำการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และจัดการอบรมด้านสิทธิมนุษยชน - จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อดูแลพนักงาน - จัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน - จัดทำมาตรการและโครงการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน
กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม
 ลูกค้า	- การสำรวจความพึงพอใจประจำปี - การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์ร่วมกัน เป็นต้น - การรับเรื่องร้องเรียน ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน - การรายงานข่าวผ่านทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ
	ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ - นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตรงตามความคาดหวังของลูกค้าในราคาที่เป็นธรรมและเหมาะสม - ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจของลูกค้า - พัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง - การปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า
	ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง - ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเท่ากับร้อยละ 95 - พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจนได้รับการยอมรับจากภายนอก
กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม
 คู่ค้า	- กระบวนการคัดเลือกและการประเมินผลการปฏิบัติงานของคู่ค้า - การประชุมร่วมกับคู่ค้า
	ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ - จัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ - ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญา
	ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง - คู่ค้าลงนามรับทราบจริยธรรมคู่ค้าที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) - คู่ค้าได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยก่อนปฏิบัติงาน

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม
 หน่วยงานของรัฐ	 การรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องตามระยะเวลาที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด  การสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง  การมีส่วนร่วมในกิจกรรม สัมมนา และโครงการของหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง
	ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ
	 การปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎหมายและกฎระเบียบข้อบังคับที่กำหนด  เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอและครบถ้วน  เข้าร่วมโครงการหรือความร่วมมือใหม่ ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ
	ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง
	 ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และข้อบังคับที่กำหนดอย่างเคร่งครัด  เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานตามระยะเวลาและมากกว่าที่กำหนดเพื่อความโปร่งใส  เข้าร่วมโครงการด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) ของหน่วยงานภาครัฐ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม
 ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	 ช่องทางการสื่อสาร เช่น ช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียน  กิจกรรมร่วมกับชุมชน  การบริหารจัดการองค์กร โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม  การใช้พื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ
	ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ
	 พัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม  อยู่ร่วมกันกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน  จำกัดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ  มีส่วนร่วมการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
	ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง
	 กำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมการลดขยะ การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน และการสร้างแพลตฟอร์มที่สร้างสรรค์ เพื่อเป็นกระบอกเสียงให้แก่สังคมวงกว้าง  จัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อลดของเสียและลดการใช้พลังงาน  ใช้พื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารเพื่อปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและร่วมพัฒนาสังคม



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้

สำหรับนโยบายการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

2.3 นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(GRI 2-12, 2-13, 2-14, 2-22, 2-23, 2-24, 2-25)

VGI มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนเพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยยึดหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมแนวทางการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ สนับสนุนให้กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ ยึดถือปฏิบัติตามนโยบายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกันในองค์กรต่อไป โดย VGI ตระหนักดีว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะทำให้บริษัทฯ เติบโตได้อย่างยั่งยืนและเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นในระยะยาว นอกจากนี้ เพื่อยกระดับแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีและช่วยในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวางรากฐานเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่แข็งแกร่งให้กับบริษัทฯ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทจึงได้มีมติอนุมัติแต่งตั้ง “คณะกรรมการบริษัท” ขึ้น เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2558 เพื่อกำหนดที่พิจารณา กำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตและติดสินบน เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ ตลอดจนกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบาย คู่มือและแนวปฏิบัติต่างๆ



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการขยายขอบเขตความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัทกิตติบาลเพื่อให้ครอบคลุมหลักการและเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งเป็นส่วนต่อยอดจากหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยเหตุนี้ เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2566 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท จึงได้มีมติอนุมัติเปลี่ยนแปลงชื่อของคณะกรรมการบริษัท เป็น “คณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน” และแก้ไขเพิ่มเติมกฎบัตรฯ ฉบับนี้เพื่อให้สอดคล้องกับมติดังกล่าว



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับกฎบัตรคณะกรรมการพัฒนา
เพื่อความยั่งยืน

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



นอกจากนี้ VGI มีการตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืนทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนความมุ่งมั่นด้านความยั่งยืนของบริษัท VGI มีการตั้งเป้าหมายขององค์กรให้สอดคล้องกับเป้าหมายของสหประชาชาติ SDGs และความคาดหวังจากการประเมินด้านความยั่งยืนในระดับนานาชาติ โดยได้มีการแบ่งการตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืนเป็น 3 ช่วง ได้แก่ เป้าหมายระยะสั้นภายในปี 2573/74 เป้าหมายระยะกลางภายในปี 2583/84 และเป้าหมายระยะยาวภายในปี 2593/94 โดยมีรายละเอียดของแต่ละเป้าหมาย ดังนี้

ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมาย			SDGs
	ระยะสั้น ปี 2573/74	ระยะกลาง ปี 2583/84	ระยะยาว ปี 2593/94	
 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	- พนักงานทุกคนของบริษัทฯ รวมถึงพนักงานของบริษัทย่อยหลักเข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ - ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล - ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”			 
 การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	- มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO – ERM 2017 - จัดให้มีการฝึกอบรมการจัดการความเสี่ยงแก่พนักงานเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความเสี่ยง (Risk Culture)			 
 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	- คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม - คู่ค้าทางตรงที่มีความสำคัญ (Significant Tier-1) ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG	- คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม - คู่ค้าทางตรง (Tier-1) ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG		    
 ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	- ไม่มีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า - ไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ - พนักงานได้รับการฝึกอบรมการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล			  
 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับร้อยละ 95	อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับร้อยละ 96	อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับร้อยละ 97	   
 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 82	อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 85	    

ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมาย			SDGs
	ระยะสั้น ปี 2573/74	ระยะกลาง ปี 2583/84	ระยะยาว ปี 2593/94	
 สิทธิมนุษยชน	ไม่มีเหตุการณ์เลือกปฏิบัติหรือการล่วงละเมิด			 
 การพัฒนาสังคมและชุมชน	โครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนอย่างน้อย 20 โครงการ ตั้งแต่ปี 2568 - 2573	โครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนอย่างน้อย 40 โครงการ ตั้งแต่ปี 2568 - 2583	โครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชนอย่างน้อย 60 โครงการ ตั้งแต่ปี 2568 - 2593	     
 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	- พนักงานและคู่ค้าได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานความปลอดภัยร้อยละ 100 - ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน			 
 ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา	ไม่มีการร้องเรียนหรือตกเตือนเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม			    
 กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน	- ลดการปล่อย Scope 1 และ 2 ลงร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปี 2567/68 - ลดการปล่อย Scope 3 ลงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี 2567/68	- ลดการปล่อย Scope 1 และ 2 ลงร้อยละ 42 เมื่อเทียบกับปี 2567/68 - ลดการปล่อย Scope 3 ลงร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับปี 2567/68	- ลดการปล่อย Scope 1 และ 2 ลงร้อยละ 90 เมื่อเทียบกับปี 2567/68 - ลดการปล่อย Scope 3 ลงร้อยละ 90 เมื่อเทียบกับปี 2567/68	        
 การจัดการของเสียและน้ำ	ลดปริมาณขยะทั่วไปที่จะถูกฝังกลบหรือเผาผลาญร้อยละ 30 ของปริมาณขยะทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2567/68	ลดปริมาณขยะทั่วไปที่จะถูกฝังกลบหรือเผาผลาญร้อยละ 50 ของปริมาณขยะทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2567/68	ลดปริมาณขยะทั่วไปที่จะถูกฝังกลบหรือเผาผลาญร้อยละ 70 ของปริมาณขยะทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2567/68	      

2.4 รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืนในปี 2568/69

S&P Global



VGI ได้รับการจัดอันดับเป็นบริษัทที่มีความยั่งยืนอันดับ 1 ของโลก ในกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ และความบันเทิง (PUB Media, Movies & Entertainment) ติดต่อกันเป็นปีที่ 4 ด้วยคะแนน 82/100 โดย S&P Global Sustainability Yearbook 2025 และยังครองสถานะ “Top 1%” ของอุตสาหกรรมจากการเข้าร่วมดัชนีเป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน นับเป็นบริษัทสื่อแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยที่ได้รับการยอมรับในระดับนี้ สะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจในการดำเนินงานของ VGI ที่ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนในสังคม และการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี (Environmental, Social and Governance หรือ ESG) มาอย่างต่อเนื่อง

พิธีมอบประกาศนียบัตรเครื่องหมายรับรองจลาคาร์บอน เครื่องหมาย Carbon Neutral of Event



VGI ได้รับประกาศนียบัตร “การรับรองเครื่องหมาย Carbon Neutral ประเภทอีเวนต์” จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) (องค์การมหาชน) จากการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 ซึ่งผ่านการชดเชยคาร์บอนและสามารถปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ โดยเป็นอีกหนึ่งก้าวสำคัญที่สะท้อนถึงการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของ VGI อย่างเป็นรูปธรรม ครอบคลุมทั้งการดำเนินธุรกิจ การใช้พลังงาน และห่วงโซ่อุปทาน พร้อมทั้งส่งเสริมการรับรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านเครือข่ายสื่อของบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนเป้าหมาย Net Zero และการพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ VGI ยังได้จัดหาพลังงานสะอาดจากแหล่งพลังงานหมุนเวียนกว่าร้อยละ 10 ของการดำเนินธุรกิจผ่านกลไกใบรับรองเครดิตการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificates หรือ RECs)



VGI ได้รับการประเมินให้อยู่ระดับคะแนนดีเลิศ โดยจัดอยู่ในกลุ่มบริษัท 5 ดาวในโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report หรือ CGR) จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นเวลา 10 ปีติดต่อกัน



VGI ได้รับเกียรติบัตรจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) จากการเข้าร่วมโครงการ “ESG DNA” เพื่อสร้างความตระหนักรู้และปลูกฝังแนวคิดด้านความยั่งยืนแก่พนักงานทุกระดับ พร้อมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) เพื่อมุ่งเป้าให้ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นรากฐานสำคัญของวัฒนธรรมองค์กร การเข้าร่วมโครงการดังกล่าวเป็นเครื่องยืนยันถึงความมุ่งมั่นในการผลักดันให้ ESG เป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างคุณค่าเชิงบวกต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง



VGI ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 27001 และ ISO 27701 จากหน่วยงานรับรองชั้นนำ ตอกย้ำการยกระดับระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล พร้อมสะท้อนบทบาทการเป็นผู้นำด้านการตลาดที่ให้ความสำคัญกับความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ แสดงถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทั้งด้านความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัย และความโปร่งใส เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อข้อมูลส่วนบุคคลในระดับสูงสุด



TURTLE ได้รับการประเมินให้อยู่ระดับคะแนนดีมาก โดยจัดอยู่ในกลุ่มบริษัท 4 ดาวในโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report หรือ CGR) จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นเวลา 7 ปีติดต่อกัน

3

VGI กับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ และการกำกับดูแลกิจการ

3.1 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	26
3.2 การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	33
3.3 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	39
3.4 นวัตกรรม	44
3.5 ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	47

3.1 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

(GRI 2-9, 2-16, 2-26, 2-27, 2-28, 3-3, 205-2, 205-3, 415-1)



เป้าหมาย

ระยะสั้น ปี 2573/74	ระยะกลาง ปี 2583/84	ระยะยาว ปี 2593/94
------------------------	------------------------	-----------------------

- พนักงานทุกคนของบริษัทฯ รวมถึงพนักงานของบริษัทย่อยหลักเข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ
- ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล
- ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”

ผลการดำเนินงานปี 2568/69



พนักงานทุกคนของบริษัทฯ รวมถึงพนักงานของบริษัทย่อยหลักเข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ



ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล



ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”

การกำกับดูแลกิจการ

การกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงการดำเนินงานอย่างสุจริตและโปร่งใสเป็นพื้นฐานสำคัญของการดำเนินกิจการและการเติบโตอย่างยั่งยืน VGI จึงยึดมั่นในแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย VGI ได้กำหนดโครงสร้างการประกอบธุรกิจ ระบบบริหารจัดการและระบบการกำกับดูแลกิจการที่สนับสนุนและสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์ฯ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ จอแนะนำของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย และมาตรฐานสากลต่าง ๆ โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดทำและประกาศคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อกำหนดเป็นทิศทางในการทำงานให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้รับทราบและยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทมีการทบทวนคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าการกำกับดูแลกิจการของ VGI นั้น สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาของสถานการณ์และการประกอบธุรกิจในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง

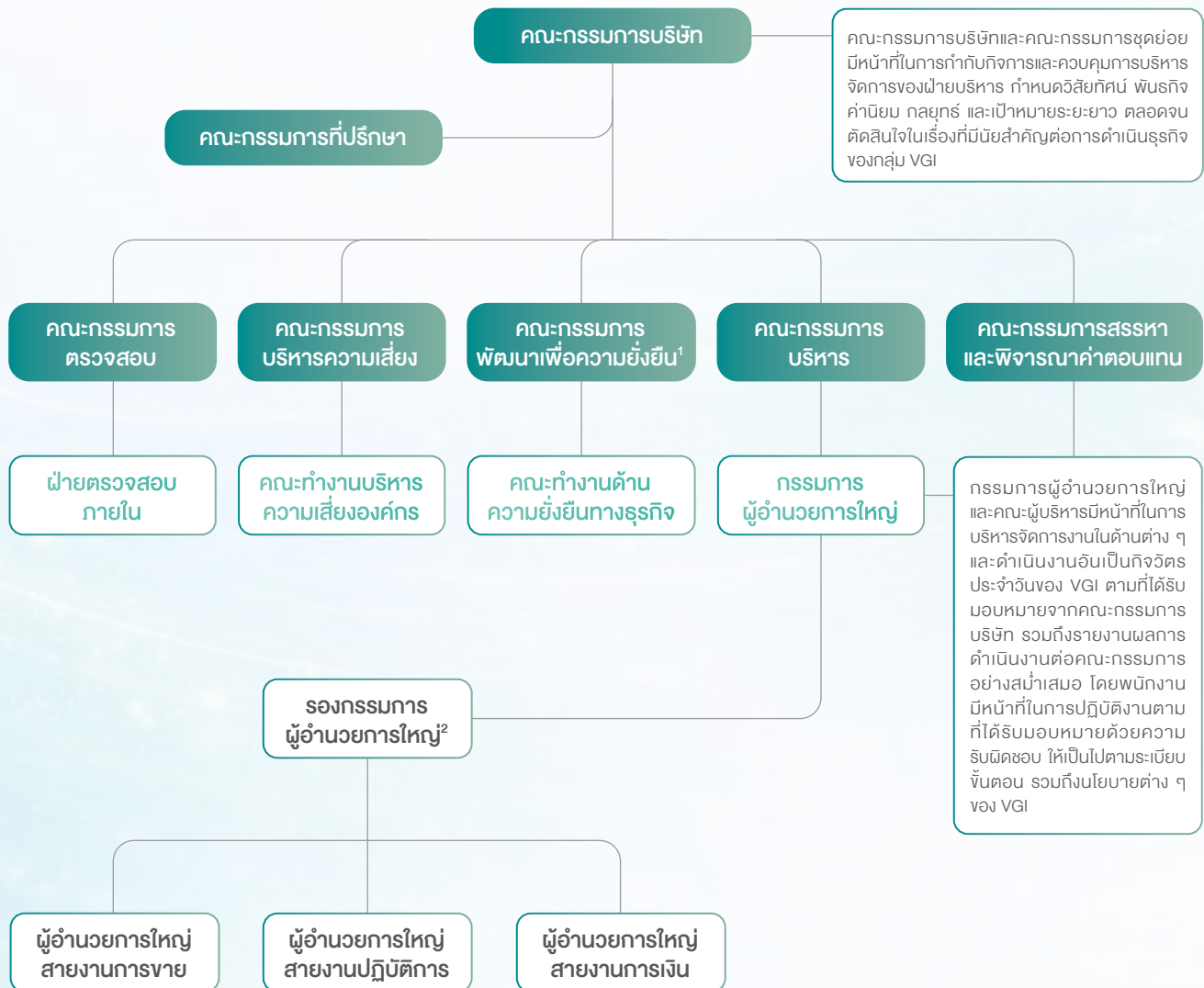


โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้

สำหรับคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัท โครงสร้างการจัดการ รวมถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย ต่างมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาด้านความยั่งยืนและการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง



หมายเหตุ:

¹ มีมติอนุมัติเปลี่ยนแปลงชื่อของคณะกรรมการบริษัทเป็น “คณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน” เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2566

² บริษัทฯ อยู่ระหว่างการสรรหาบุคคลที่เหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งรองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการระบุไว้ในรายงาน 56-1 One Report ของ VGI ภายใต้หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”

องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

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



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับนโยบายความหลากหลาย
ของคณะกรรมการ



จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

VGI ตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งเสริมการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดทำและประกาศคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการทำงานให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของบริษัทฯ รวมถึงบริษัทย่อยให้ยึดถือปฏิบัติตาม โดยคู่มือฉบับนี้ครอบคลุมข้อกำหนดด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อลูกค้า การปฏิบัติต่อ

พนักงาน การปฏิบัติต่อคู่ค้า การปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า การปฏิบัติต่อเจ้าหนี้ ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การป้องกันการฟอกเงิน กิจกรรมทางการเมือง การไม่ล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา การรักษาความลับ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การซื้อขายหลักทรัพย์ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การรายงานหรือแจ้งเรื่องร้องเรียนและบทลงโทษ ทั้งนี้ คณะกรรมการผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้มีการลงนามรับทราบคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจนี้แล้วทุกคน

พนักงานเข้าอบรม



100%

ผ่านการทดสอบ



100%

คะแนนเฉลี่ย



9.95/10

ทั้งนี้ VGI มุ่งเน้นเสริมสร้างความเข้าใจของพนักงานเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีได้อย่างต่อเนื่อง โดยทั้งพนักงานเข้าใหม่และพนักงานปัจจุบันทั้งหมดของ VGI จะต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้ผ่านนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคู่มือการกำกับดูแลกิจการ พร้อมทำแบบทดสอบหลังการเรียนรู้ทุกคน โดยพนักงานทุกคนได้รับการอบรมในปี 2568/69 และร้อยละ 100 ผ่านการทดสอบด้วยคะแนนเฉลี่ยที่ 9.95/10

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

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

นอกจากนี้ VGI ยังได้รับการรับรองให้เป็นสมาชิกของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption หรือ CAC) ตั้งแต่ปี 2557 ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันในความมุ่งมั่นว่า บริษัทฯ จะไม่ยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันไม่ว่าจะในกรณีใด ๆ ก็ตาม โดยเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2566 VGI ได้ทำการประเมินความเสี่ยงด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน และได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิกแนวร่วม CAC เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยจะครบอายุสมาชิกในวันที่ 30 มิถุนายน 2569

ทั้งนี้ VGI อยู่ระหว่างการยื่นต่ออายุสมาชิกของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ครั้งที่ 4 ในไตรมาสที่ 1 ของปี 2569

คำพิพากษาเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันและการตัดสินใจบน



0

ค่าปรับเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันและการตัดสินใจบน



0

โปรดสแกน
คิวอาร์โค้ดนี้

สำหรับมาตรการ
ต่อต้านการทุจริต
คอร์รัปชัน



การแจ้งเรื่องร้องเรียน

VGI ส่งเสริมให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องและสอดคล้องตามกฎหมาย หลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดี คู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ และนโยบายต่าง ๆ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดช่องทางในการรับแจ้งเบาะแสการกระทำที่ไม่ถูกต้อง การกระทำที่ผิดขั้นตอนตามระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ การกระทำที่ผิดกฎหมาย ศีลธรรม จรรยาบรรณทางธุรกิจ หรือการกระทำใด ๆ ที่สงสัยว่าเป็นการทุจริตคอร์รัปชันที่เกี่ยวกับบริษัทฯ โดยผู้แจ้งเหตุหรือเบาะแสไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตน และเพื่อเป็นการ

คุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูล บริษัทฯ จะปกปิดชื่อที่อยู่ หรือข้อมูลใด ๆ ที่สามารถระบุตัวผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูลได้ และเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ โดยมีเพียงผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการตรวจสอบข้อร้องเรียนเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้ ทั้งนี้ ขั้นตอนการพิจารณาเบาะแสและผู้ร้องเรียน การดำเนินการสืบสวนและบทลงโทษ จะเป็นไปตามแนวทางปฏิบัติที่ระบุไว้ในมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและแนวทางการตอบสนองต่อการทุจริตในคู่มือบริหารความเสี่ยงด้านการทุจริตของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด

ช่องทางภายนอกองค์กร

- 1 คณะกรรมการบริษัท ผ่าน ฝ่ายเลขานุการบริษัท**
 - ☎ โทรศัพท์: +66 (0) 2273 8884 ต่อ 390 หรือ 391
 - ✉ อีเมล: VGI_CAC@vgi.co.th
 - ✉ ไปรษณีย์: ไปยังฝ่ายเลขานุการบริษัทตามที่อยู่ของบริษัทฯ
- 2 คณะกรรมการตรวจสอบ ผ่าน ฝ่ายตรวจสอบภายใน**
 - ☎ โทรศัพท์: +66 (0) 2273 8611-15 ต่อ 1117-1119
 - ✉ อีเมล: internalaudit@vgi.co.th
 - ✉ ไปรษณีย์: ไปยังฝ่ายตรวจสอบภายในตามที่อยู่ของบริษัทฯ

ช่องทางภายในองค์กร

- 1 ผ่านระบบเครือข่ายภายในองค์กร (Intranet)**
 - 🌐 แจ้งผ่านระบบเครือข่ายภายในองค์กร (Intranet) หรืออีเมล: VGI_CAC@vgi.co.th
- 2 ผ่านผู้บังคับบัญชา/ต้นสังกัดของตนเองโดยตรง**
- 3 ผ่านฝ่ายเลขานุการบริษัท**
 - ☎ โทรศัพท์: +66 (0) 2273 8884 ต่อ 390 หรือ 391
 - ✉ อีเมล: VGI_CAC@vgi.co.th
 - ✉ ไปรษณีย์: ไปยังฝ่ายเลขานุการบริษัทตามที่อยู่ของบริษัทฯ

การจัดการเรื่องที่ได้รับการร้องเรียน



รับเรื่องร้องเรียน

ฝ่ายเลขานุการบริษัทจัดทำสรุปเรื่องร้องเรียนการทุจริตและคอร์รัปชันเมื่อได้รับเบาะแสหรือร้องเรียนตามช่องทางต่าง ๆ



พิจารณา

พิจารณาในเบื้องต้นว่าเรื่องร้องเรียนเป็นกรณีการฝ่าฝืนมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันหรือไม่

- กรณีเป็นเรื่องที่ไม่เข้าข่ายการกระทำการฝ่าฝืนมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน จะส่งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- กรณีเป็นเรื่องทุจริตคอร์รัปชัน
 - หากไม่มีมูล จะแจ้งผลต่อผู้ร้องเรียน
 - หากมีมูลเพียงพอ ฝ่ายเลขานุการบริษัทจะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป
- * หากเป็นกรณีทุจริตคอร์รัปชันที่มีความรุนแรง และต้องได้รับการแก้ไขอย่างทันด่วนที่จะรายงานเหตุดังกล่าวเบื้องต้นต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบ โดยจะสำเนาให้ฝ่ายตรวจสอบภายในรับทราบ



ประสานงาน

ประสานงานไปยังฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการสอบสวน ภายหลังตั้งคณะกรรมการสอบสวนแล้ว ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จะเป็นผู้ทำหน้าที่ในการสอบสวนข้อเท็จจริงต่อไป



รายงาน

สรุปรายงานจำนวนการแจ้งเบาะแสการทุจริตสรุปเหตุการณ์และสถานะการดำเนินงานแก่คณะกรรมการตรวจสอบทุก 6 เดือน

VGI มีมาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูล โดยบริษัทฯ จะปกปิดชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใด ๆ ที่สามารถระบุตัวตนของผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูลได้ และจะจัดเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้อย่างเป็นความลับ ทั้งนี้ รายละเอียดกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน ขั้นตอนการดำเนินการสืบสวนสอบสวน และช่องทางการแจ้งเบาะแส สามารถอ้างอิงเพิ่มเติมได้ดังแสดงในมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยในปี 2568/69 ที่ผ่านมา VGI ไม่ได้รับการแจ้งเหตุ เบาะแส หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันแต่อย่างใด

จำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด



0

ข้อร้องเรียน

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

จำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด



0

การดำเนิน
ข้อร้องเรียน

- ตักเตือนด้วยวาจา
- ตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร
- ยกเลิกสัญญา
- อยู่ระหว่างการสืบสวนสอบสวน

การร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ

VGI ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชาติให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป โดยในปี 2568/69 บริษัทฯ มิได้ให้การสนับสนุนการรณรงค์ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทางการเมือง บุคคลหรือองค์กรที่ทำการชื้อน้ำ และกลุ่มที่ได้รับการยกเว้นภาษีอื่น ๆ

ประเภทองค์กร	รายชื่อองค์กร	หัวข้อ	บทบาทของ VGI		จำนวนเงินสนับสนุน (บาท)			
					2565/66	2566/67	2567/68	2568/69
การฝึกอบรม การรับสิ่งตอบแทน ในรูปแบบต่าง ๆ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	0	0	0	0
การเมือง แคมเปญ/ องค์กร/ผู้สมัคร ระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค หรือระดับชาติ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	0	0	0	0
อื่น ๆ (เช่น ค่าใช้จ่าย ที่เกี่ยวข้องกับ มาตรการ ลดความเสี่ยงหรือ การลงประชามติ)	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	0	0	0	0
สมาคมทางการค้า	สมาคม ส่งเสริม สถาบัน กรรมการ บริษัทไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิกและ สนับสนุน กิจกรรม	รับนโยบายมาพัฒนา ภายในองค์กร เพื่อส่งเสริมการ กำกับดูแลกิจการที่ดี และพัฒนาความเป็น มืออาชีพของ กรรมการบริษัทฯ	69,846	32,433.73	219,158.88	182,514
สมาคมทางการค้า	สมาคมบริษัท จดทะเบียนไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิกและ สนับสนุน กิจกรรม	รับนโยบายมาปฏิบัติ ตามกฎหมายที่ และแนวปฏิบัติที่ ออกโดยหน่วยงาน กำกับดูแลและ หน่วยงานราชการ	26,750	25,000	25,000	25,000
สมาคมทางการค้า	สมาคม ส่งเสริม ผู้ลงทุนไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิกและ สนับสนุน กิจกรรม	สนับสนุนกิจกรรม ขององค์กรในการให้ ความรู้ความเข้าใจ ในการวิเคราะห์ หลักทรัพย์แก่ผู้ลงทุน ทั่วไป	0	0	0	0
สมาคมทางการค้า	สมาคม ผู้ผลิต ป๊ายและ โฆษณา (ASPA)	การปฏิบัติ สำหรับสื่อ	สมาชิกและ สนับสนุน กิจกรรม	ร่วมรับนโยบาย ข้อมูลข่าวสารที่เป็น ประโยชน์และเอื้อต่อ การประกอบธุรกิจ มาปฏิบัติภายใน องค์กร ตลอดจน ร่วมพัฒนาระบบ การทำงานและแบ่งปัน ความรู้เพื่อส่งเสริม ธุรกิจสื่อโฆษณา	12,500	0	0	0

ประเภทองค์กร	รายชื่อองค์กร	หัวข้อ	บทบาทของ VGI		จำนวนเงินสนับสนุน (บาท)			
					2565/66	2566/67	2567/68	2568/69
สมาคมทางการค้า	สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT)	การปฏิบัติสำหรับสื่อ	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	ร่วมรับนโยบายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้อต่อการประกอบธุรกิจมาปฏิบัติภายในองค์กร ตลอดจนร่วมพัฒนาระบบการทำงานและแบ่งปันความรู้เพื่อส่งเสริมธุรกิจสื่อโฆษณา	0	224,415.89	10,000	10,700
สมาคมทางการค้า	สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย)	การปฏิบัติสำหรับสื่อ	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	สนับสนุนกิจกรรมขององค์กร	0	6,666.64	0	0
สมาคมทางการค้า	สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย	การพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารในประเทศไทย	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	ร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนกิจกรรมขององค์กร เพื่อเสริมความสามารถของผู้บริหารในทักษะด้านการบริหารจัดการในรูปแบบต่าง ๆ การสร้างเครือข่ายและการแบ่งปันความรู้สำหรับธุรกิจเพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือที่ดียิ่งขึ้นในการส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าและความสามารถยืนหยัดแข่งขันกับต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน	0	51,478.52	23,500	29,746
สมาคมทางการค้า	สมาคมไทย-ญี่ปุ่น	สนับสนุนธุรกิจและการค้าเพื่อส่งเสริมการค้าทางเศรษฐกิจของประเทศไทย	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	สร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและส่งเสริมการค้าทางเศรษฐกิจของประเทศไทย	0	50,000	0	0
การมีส่วนร่วมทั้งหมดและการใช้จ่ายต่าง ๆ					109,096	389,994.78	277,658.88	247,960

3.2 การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

(GRI 2-12, 3-3)



เป้าหมาย

ระยะสั้น
ปี 2573/74

ระยะกลาง
ปี 2583/84

ระยะยาว
ปี 2593/94

- จัดให้มีการฝึกอบรมการจัดการความเสี่ยงแก่พนักงานเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความเสี่ยง (Risk Culture)
- มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO-ERM 2017

ผลการดำเนินงานปี 2568/69



จัดให้มีการฝึกอบรมการจัดการความเสี่ยงแก่พนักงานเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความเสี่ยง (Risk Culture)



มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO – ERM 2017

VGI ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงในองค์กรอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ตระหนักว่าการบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นกลไกที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายตามแผนธุรกิจ กลยุทธ์ และวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ภายใต้สถานการณ์การดำเนินธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลาดที่มีการแข่งขันสูง วิกฤตการณ์ที่ไม่คาดคิด รวมถึงสถานการณ์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่และความไม่แน่นอนของธุรกิจต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ดังนั้น บริษัทฯ จึงบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจลดความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นและจัดการกับประเด็นความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองและประกันคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคาดหวังให้พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบในการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรร่วมกันซึ่งเป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง

การกำกับดูแลความเสี่ยง

VGI ดำเนินการตามแนวทางของนโยบายบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ประกอบกับแนวทางของ Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission (COSO) โดยคณะกรรมการบริษัทมีความรับผิดชอบในการกำกับดูแลนโยบายของบริษัทฯ และได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อควบคุมดูแลการบริหารความเสี่ยง มีบทบาทในการประเมินวิเคราะห์และบริหารจัดการความเสี่ยงให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องรายงานการประเมินและผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง นอกจากนี้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้จัดตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากทุกสายงานภายในองค์กรเพื่อตรวจสอบและดำเนินงานควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ขององค์กร (Risk Appetite) อย่างรอบด้าน นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานตรวจสอบภายใน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่แยกต่างหากออกจากหน่วยงานด้านการบริหารความเสี่ยงและมีความรับผิดชอบในการสอบทานและประเมินความมีประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ รวมถึงตรวจสอบการปฏิบัติงานการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

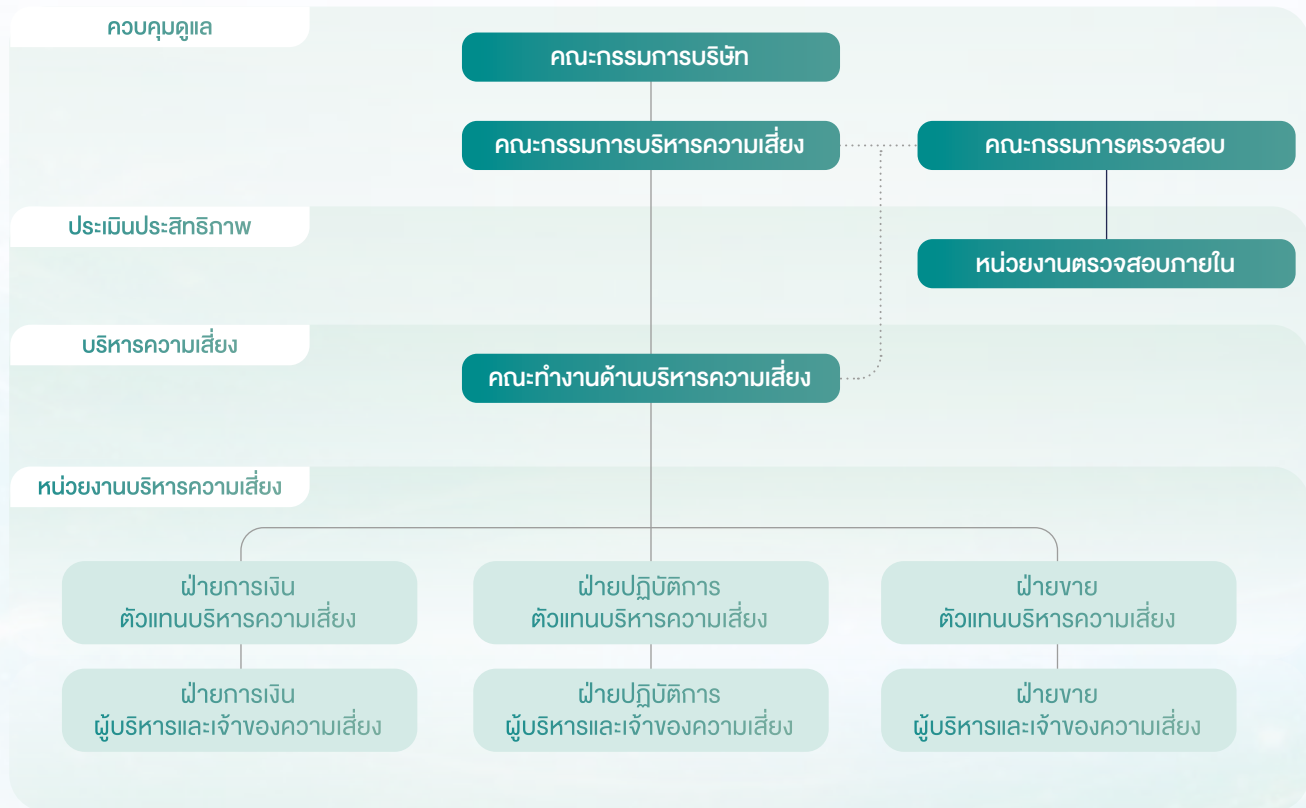


โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับนโยบายการบริหารความเสี่ยง



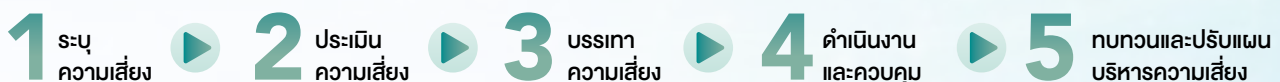
โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับนโยบาย Enterprise Risk Management

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงองค์กร



กระบวนการบริหารความเสี่ยง

กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร



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

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



ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

VGI ไม่เพียงมุ่งเน้นแต่บริหารจัดการความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญเท่านั้น แต่ยังยกระดับแนวทางและมาตรการในการจัดการและตอบสนองความเสี่ยงอย่างทันทั่วถึง โดยจัดให้มีการทบทวนประเด็นและแนวโน้มของความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่อาจส่งผลกระทบต่อหรือนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจให้กับบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี โดยในปี 2568/69 บริษัทฯ ได้รวบรวมประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจจำนวน 6 ประเด็น ดังนี้

	ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม	
	มลพิษทางอากาศที่รุนแรงในเขตเมือง	ความไม่พร้อมในการปรับตัวจากความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ความสำคัญ	สำคัญมาก	สำคัญมาก
ระยะเวลาคาดการณ์	ระยะยาว (3 - 5 ปี)	ระยะยาว (3 - 5 ปี)
คำอธิบาย	การปล่อยมลพิษทางอากาศจากกิจกรรมของมนุษย์ เช่น ฝุ่น PM2.5 มีผลกระทบต่อมองเห็นและสุขภาพของมนุษย์ รวมไปถึงทำให้เกิดการสูญเสียทางการเงินและ/หรือ ความเสียหายต่อระบบนิเวศเมืองใหญ่ อย่างเช่น กรุงเทพมหานคร ต่างก็มีปัญหาเรื่องมลพิษ เช่น คุณภาพของอากาศเลวร้ายที่เพิ่มขึ้นและมลพิษทางเสียงที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งมลพิษทางอากาศที่เพิ่มขึ้น ทำให้คนต้องอยู่ในบ้านมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการมองเห็นการโฆษณาและป้ายโฆษณา นอกบ้าน นอกจากนี้ การเดินทางของผู้โดยสารมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับสภาพอากาศและคุณภาพอากาศ ผู้คนจะใช้นโยบายขนส่งสาธารณะมากขึ้นเมื่อพวกเขารู้สึกสะดวกสบายและปลอดภัย	ความไม่แน่นอนและความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงในกฎระเบียบ เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย ความต้องการของผู้บริโภค และความคาดหวังของนักลงทุน เมื่อโลกกำลังเปลี่ยนผ่านเข้าสู่เศรษฐกิจในรูปแบบการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero)
ผลกระทบ	การเผยแพร่สื่อในพื้นที่สาธารณะอาจได้รับผลกระทบจากระดับของมลพิษที่สูง โดยระดับมลพิษที่สูงอาจทำให้จำนวนการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะและผู้โดยสารลดลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจำนวนผู้ชมสื่อของ VGI เนื่องจากป้ายโฆษณาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตเมือง นอกจากนี้ การแพร่ขยายของมลพิษทางอากาศที่ร้ายแรงอาจทำให้รัฐบาลบังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์หรือการทำงานที่บ้านอย่างเคร่งครัดเพื่อป้องกันผลกระทบที่เลวร้ายต่อสุขภาพซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านของ VGI อันมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าไปสู่การตลาดออนไลน์และการค้าออนไลน์ ทำให้ผู้โฆษณาและแบรนด์ลดลงงบประมาณการโฆษณา	ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง เช่น การมีกฎหมายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลให้บริษัทฯ เสียค่าใช้จ่ายอันมาจากการดำเนินธุรกิจที่อาจปล่อยก๊าซเรือนกระจกเกินกำหนด และอาจต้องเสียภาษีคาร์บอน ซึ่งค่าใช้จ่ายอาจมีนัยสำคัญหากบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยไม่มีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
มาตรการและแนวทางการบริหารจัดการ	VGI คาดการณ์ว่าความเสี่ยงเช่นนี้จะเกิดขึ้นในระยะเวลา 3-5 ปี บริษัทฯ มีวิธีการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นที่จะสร้างพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ โดยการลงทุนในพันธมิตรเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการให้บริการธุรกิจ และลดการพึ่งพิงอยู่กับธุรกิจเดียว เช่น การกระจายความเสี่ยงด้วยการกระจายการวางโฆษณาไปในหลาย ๆ ที่ หรือการปรับไปสู่โฆษณาออนไลน์มากขึ้น	บริษัทฯ มีการแสดงความมุ่งมั่นที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และยังได้รับการรับรองว่าเป็นองค์กรที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอน หรือ Carbon Neutral ผ่านองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ของประเทศไทย และยังมีการจัดหาพลังงานสะอาดอย่างน้อยร้อยละ 10 ของการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม VGI ยังมีการประเมินสถานการณ์ และพิจารณาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกฎระเบียบและมาตรการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอนาคต



ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์

การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของสหรัฐอเมริกา และความเสี่ยงด้านการค้าโลก

ผลกระทบต่ออุปทานพลังงานโลกจากการหยุดชะงัก ของช่องแคบฮอร์มุซ (Strait of Hormuz)

ความสำคัญ	สำคัญมาก	สำคัญมาก
ระยะเวลาคาดการณ์	ระยะยาว (3 - 5 ปี)	ระยะกลาง (1 - 3 ปี)
คำอธิบาย	การที่โดนัลด์ ทรัมป์ ได้รับเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีสหรัฐฯ อีกครั้งอาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสำคัญในด้านนโยบายต่างประเทศ ซึ่งอาจเพิ่มความตึงเครียดให้กับการค้าโลกและส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ สำหรับ VGI ซึ่งเป็นบริษัทสื่อและโฆษณาที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน ความผันผวนของค่าสกุลเงิน และพลวัตของห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและการนำเข้าเทคโนโลยี	ความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในวันออกกลางที่ทวีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับประเทศอิหร่าน ได้เพิ่มความเสี่ยงต่อการหยุดชะงักของช่องแคบฮอร์มุซ ซึ่งเป็นหนึ่งในจุดคอขวดด้านพลังงานที่สำคัญที่สุดของโลก โดยมีปริมาณน้ำมันประมาณร้อยละ 20 ของอุปทานน้ำมันโลกขนส่งผ่านเส้นทางดังกล่าว การประเมินล่าสุดของตลาดชี้ให้เห็นว่า หากเกิดการหยุดชะงักอย่างต่อเนื่องอาจทำให้อุปทานน้ำมันโลกลดลงมากกว่า 10 ล้านบาร์เรลต่อวัน ซึ่งจะก่อให้เกิดภาวะขาดแคลนอุปทานอย่างมีนัยสำคัญ เหตุการณ์ในลักษณะดังกล่าวในอดีตมักส่งผลให้ราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และเพิ่มความผันผวนในตลาด สำหรับ VGI ซึ่งเป็นบริษัทสื่อและโฆษณาในประเทศไทย ความเสี่ยงดังกล่าวถือเป็นความเสี่ยงภายนอกที่เกิดขึ้นใหม่ เนื่องจากมีการเชื่อมโยงทางอ้อมแต่มีนัยสำคัญกับภาวะเศรษฐกิจมหภาค เช่น การใช้จ่ายของผู้บริโภค ความต้องการใช้สื่อโฆษณา และความเชื่อมั่นของนักลงทุน แม้ว่าจะระยะยาวและความรุนแรงของเหตุการณ์ยังไม่แน่นอน แต่สัญญาณเริ่มต้นของความอ่อนไหวของตลาดและความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ที่เพิ่มขึ้นสะท้อนให้เห็นว่า ความเสี่ยงดังกล่าวกำลังพัฒนาและอาจทวีความรุนแรงขึ้น
ผลกระทบ	การกลับมาเป็นประธานาธิบดีสหรัฐฯ อีกครั้งของโดนัลด์ ทรัมป์ อาจเพิ่มความตึงเครียดด้านการค้า ส่งผลให้อัตราแลกเปลี่ยนผันผวนและเพิ่มต้นทุนการนำเข้าเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่สำคัญต่อการดำเนินงานของ VGI ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจทั่วโลกอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนเช่นกัน ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความผันผวนของตลาด ที่อาจกระทบต่อผลการดำเนินงานและมูลค่าโดยรวมของหุ้น VGI นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน ทำให้การจัดหาอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีเฉพาะทางมีความท้าทายและราคาแพงขึ้น ส่งผลให้โครงการที่กำลังดำเนินการอยู่มีความล่าช้า รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูงขึ้น	การหยุดชะงักของอุปทานพลังงานอย่างต่อเนื่องอาจส่งผลให้ราคาพลังงานโลกปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดแรงกดดันด้านเงินเฟ้อและการชะลอตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นอาจนำไปสู่ภาวะ "การหดตัวของอุปสงค์" (Demand Destruction) ซึ่งภาคธุรกิจและผู้บริโภคมีแนวโน้มลดการเดินทาง การขนส่ง และการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ในบริบทดังกล่าว VGI อาจได้รับผลกระทบจากความต้องการใช้สื่อโฆษณาที่ลดลง อันเนื่องมาจากลูกค้าปรับลดงบประมาณด้านการตลาดในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว ควบคู่กับการลดลงของการเดินทางและปริมาณผู้ใช้บริการ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพของสื่อโฆษณานอกบ้าน นอกจากนี้ ความผันผวนของตลาดที่เพิ่มขึ้นอาจกระทบต่อความเชื่อมั่นและมูลค่าของนักลงทุน ขณะที่ต้นทุนการดำเนินงานมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยเฉพาะในด้านโลจิสติกส์และการติดตั้งโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงความไม่ต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทานที่อาจส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีและอุปกรณ์นำเข้า
มาตรการและแนวทางบริหารจัดการ	เพื่อบรรเทาความเสี่ยงเหล่านี้ VGI มีแผนที่จะกระจายเครือข่ายลูกค้าเพื่อลดการพึ่งพาบางตลาด และเพิ่มความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ บริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์การป้องกันความเสี่ยงทางการเงินเพื่อจัดการกับความผันผวนของสกุลเงินที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงลดผลกระทบทางการเงินให้เหลือน้อยที่สุด การเสริมสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในภูมิภาคจะสร้างความมั่นใจในความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทาน เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในกรณีที่การค้าโลกหยุดชะงัก	เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการรับมือกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ดังกล่าว VGI อาจพิจารณากระจายแหล่งรายได้ไปสู่โซลูชันสื่อบริการดิจิทัลและข้อมูล (Data-Driven) ซึ่งพึ่งพาการเคลื่อนไหวทางกายภาพน้อยลง ควบคู่กับการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนเพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรภายใต้ภาวะเงินเฟ้อ นอกจากนี้ บริษัทฯ อาจนำมาตรการบริหารความเสี่ยงทางการเงินมาใช้ เช่น การป้องกันความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนและต้นทุน (Hedging) เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของราคาระบบพลังงาน ควบคู่กับการกระจายฐานผู้จัดหา (Supplier Diversification) เพื่อลดการพึ่งพาเส้นทางทางการค้าที่มีความเสี่ยงและเพิ่มความต่อเนื่องในการดำเนินงาน ทั้งนี้ การบูรณาการการวิเคราะห์สถานการณ์สมมติ (Scenario Analysis) เข้ากับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถติดตามพัฒนาการด้านภูมิรัฐศาสตร์และตลาดพลังงานได้อย่างเป็นระบบ และตอบสนองต่อความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที



ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี

ปัญหาความไม่มั่นคงปลอดภัยในระบบสารสนเทศ

ความสำคัญ	สำคัญมาก
ระยะเวลาการดำเนินการ	ระยะยาว (3 - 5 ปี)
คำอธิบาย	การใช้ฮาร์ดแวร์และเครื่องมือนำทางไซเบอร์เพื่อทำสงครามไซเบอร์ การสอดแนมไซเบอร์ และการทำอาชญากรรมทางไซเบอร์ เช่น การเรียกค่าไถ่ทางไซเบอร์ ข้อความประทุษร้าย หรือการปล้นขโมยข้อมูลเพื่อให้ได้ควบคุมฐานข้อมูลดิจิทัล และ/หรือ ทำให้เกิดความขัดข้องในการดำเนินการที่นำไปสู่การสูญเสียทางการเงินและชื่อเสียง รวมถึงเพิ่มค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทางธุรกิจ เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันมองเห็นถึงความสะดวกสบายของการทำธุรกรรมทางดิจิทัลมากขึ้น จึงมีลูกค้าที่ลงทะเบียนออนไลน์มากขึ้น ทำให้มีข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นที่จะเสี่ยงต่อการถูกขโมยข้อมูลและละเมิดข้อมูลความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว
ผลกระทบ	เนื่องจาก VGI มีการขยายธุรกิจที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านบริการดิจิทัลและธุรกิจด้านการกระจายสินค้า ซึ่งอาจมีการนำข้อมูลจากการดำเนินธุรกิจมาใช้ รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงไปสู่ธุรกิจไซเบอร์ออนไลน์มากขึ้น จึงมีความเสี่ยงที่จะเกิดการโจมตีทางไซเบอร์ที่ชัดเจนและรุนแรงมากขึ้นได้หากไม่สามารถป้องกันความปลอดภัยของสารสนเทศได้ อาจเกิดความเสียหายอย่างยิ่งต่อชื่อเสียงขององค์กร
มาตรการและแนวทางการบริหารจัดการ	บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล และตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงด้านการโจมตีทางไซเบอร์ ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้จัดทำกรอบการดูแลระบบความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ และจัดสรรงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงการดำเนินงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังลงทุนเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านไซเบอร์ เช่น จัดทำคู่มือสำหรับการปฏิบัติและมีการทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยปีละครั้ง มีการควบคุมสิทธิการเข้าถึงของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ IT และระบบเครือข่าย การติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Firewall) เพื่อแยกข้อมูลระหว่างเครือข่ายภายในกับภายนอก รวมไปถึงการฝึกอบรมเรื่องความเสี่ยงให้กับผู้บริหารและพนักงานในทุกหน่วยงาน เพื่อสร้างความรู้และเข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลและมีการสื่อสารแบบเชิงรุกแก่พนักงานทุกคน



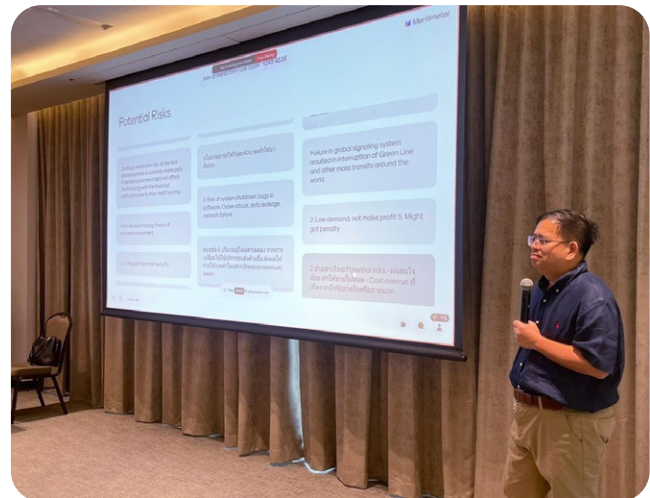
ความเสี่ยงด้านสังคม

การขาดแคลนบุคลากร และ/หรือ แรงงานในด้านข้อมูลและดิจิทัล

ความสำคัญ	สำคัญมาก
ระยะเวลาการดำเนินการ	ระยะยาว (3 - 5 ปี)
คำอธิบาย	ความไม่สอดคล้องกันระหว่างจำนวนแรงงานกับความต้องการทักษะในระดับโลก ภูมิภาค หรืออุตสาหกรรม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและความก้าวหน้าในเทคโนโลยี AI จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการสร้างงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ซึ่งรวมถึงการสูญเสียงานบางประเภท ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านแรงงานในอุตสาหกรรมสื่อและโฆษณา VGI คาดการณ์ว่าจะเผชิญกับความยากลำบากในการสรรหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางบางกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับด้านข้อมูลและดิจิทัล อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ด้านดิจิทัล ซึ่งทำให้บริษัทฯ จะต้องหาแนวทางในการตอบสนองต่อความเสี่ยงนี้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ
ผลกระทบ	การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะด้านข้อมูลและดิจิทัลจะส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับบริษัทฯ ซึ่งไม่เพียงแต่มีความจำเป็นสำหรับงานที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี (เช่น การบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการตรวจสอบเครือข่าย) แต่ยังมีสำคัญสำหรับการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ด้านลูกค้าของบริษัทฯ ซึ่งพึ่งพากิจกรรมที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการข้อมูล
มาตรการและแนวทางการบริหารจัดการ	VGI เป็นหนึ่งในบริษัทผู้นำด้านสื่อและโฆษณาในประเทศไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างตลาดแรงงานทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก โดยบริษัทฯ จะรับมือกับปัญหาขาดแคลนแรงงานและลดความเสี่ยงของการว่างงานผ่านการลงทุนในการพัฒนาทักษะ ปกป้องสิทธิของแรงงาน และรักษาความมั่นคงของสัญญาจ้างงาน

วัฒนธรรมองค์กรด้านความเสี่ยงขององค์กร

วัฒนธรรมองค์กรด้านความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดย VGI มุ่งเน้นที่จะส่งเสริมวัฒนธรรมด้านความเสี่ยงที่แข็งแกร่งทั่วทั้งองค์กร และคาดหวังให้พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบในการบริหารจัดการความเสี่ยงในกิจกรรมทางธุรกิจในแต่ละวัน ดังนั้น VGI จึงได้จัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกและความรู้แก่พนักงานและผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง โดยในปี 2568/69 มีผู้เข้าร่วมการอบรมจำนวนทั้งหมด 13 คน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการจัดอบรมการบริหารความเสี่ยงให้คณะกรรมการบริษัท เพื่อเข้าใจถึงบริบทและความสำคัญของการจัดการความเสี่ยงในองค์กร



3.3 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

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



เป้าหมาย

ระยะสั้นปี 2573/74

- คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้างที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- คู่ค้าทางตรงที่มีความสำคัญ (Significant Tier-1) ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG

ระยะกลาง ปี 2583/84

ระยะยาว ปี 2593/94

- คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้างที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- คู่ค้าทางตรง (Tier-1) ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG

ผลการดำเนินงานปี 2568/69



ร้อยละ 100 ของคู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



ร้อยละ 100 คู่ค้าทางตรงที่มีความสำคัญ (Significant Tier-1) ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG

VGI มุ่งมั่นที่จะสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และมุ่งเน้นความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อแก้ไขหรือป้องกันความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Environmental, Social and Governance หรือ ESG) จากคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG สูง ที่อาจนำมาซึ่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

โดย VGI ได้กำหนดนโยบายและจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง เพื่อให้คู่ค้าได้นำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามความคาดหวังของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกระบวนการประเมินผลคู่ค้าเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องตามหลักปฏิบัติ ซึ่งครอบคลุมการกลั่นกรอง และคัดสรร การระบุคู่ค้าที่มีความสำคัญ นโยบายการพัฒนา และดำเนินการแก้ไข คู่ค้าทุกรายจะต้องยึดหลักจริยธรรม และการดำเนินงานที่ป้องกันผลกระทบต่อชุมชน สิ่งแวดล้อม และในขณะเดียวกัน คุ้มครองอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงานและสังคมอีกด้วย

กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

VGI ดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลักจริยธรรม และความยั่งยืนที่สอดคล้องตามนโยบายด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ตามหลักการดำเนินงาน ESG ซึ่งการบริหารและการจัดทำรายงานอยู่ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการบริษัท โดยนโยบายนี้ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในทุกมิติ คำนึงถึงคุณภาพ ราคาที่เหมาะสม การส่งมอบที่ตรงเวลาและต่อเนื่อง หลักสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย รวมทั้งมีระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงทั้งในภาวะปกติและภาวะฉุกเฉิน หรือเกิดภัยพิบัติที่ไม่คาดคิด

เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการคัดเลือกคู่ค้าเป็นไปอย่างยั่งยืนทางบริษัทฯ ได้กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพด้าน ESG ของคู่ค้าในกระบวนการคัดเลือก ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์สำหรับคู่ค้าที่มีแนวทางปฏิบัติด้าน ESG ที่ดี

คู่ค้าต้องบรรลุข้อกำหนดขั้นต่ำด้าน ESG ก่อนได้รับการอนุมัติ เป็นคู่ค้ากับบริษัทฯ และจะไม่ถูกคัดเลือกหากไม่สามารถ ดำเนินการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งจะมีการตรวจสอบ และประเมินแนวทางปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างเป็นระยะ ๆ โดย เทียบกับหลักจรรยาบรรณคู่ค้าและนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างของ บริษัทฯ เพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดข้อกำหนด ESG สำหรับคู่ค้าที่ ได้รับการอนุมัติ นอกจากนี้ VGI ยังจัดการฝึกอบรมให้กับ

ฝ่ายจัดซื้อและทีมที่เกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจว่าบทบาทและ ความรับผิดชอบของพวกเขามีส่วนช่วยให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมาย ด้านความยั่งยืนในการจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างไร



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้

สำหรับนโยบายด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้

สำหรับจรรยาบรรณคู่ค้า ด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง (Supplier Code of Conduct)

จรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง

VGI จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง เพื่อประกาศ ความยึดมั่นในการปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วยความโปร่งใส เท่าเทียม และเป็นธรรม ที่ครอบคลุมแนวปฏิบัติด้านมาตรฐานสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน (ได้แก่ แรงงานเด็ก สิทธิขั้นพื้นฐาน สภาพการทำงาน และค่าตอบแทนที่เหมาะสม) อาชีวอนามัย และความปลอดภัย รวมทั้งการคำนึงถึงหลักจริยธรรม นอกจากนี้ VGI ยังสนับสนุนให้คู่ค้าของบริษัทฯ นำหลักการปฏิบัตินี้ไป ประยุกต์ใช้กับคู่ค้าของตนเองเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนตลอดทั้งห่วงโซ่ คุณค่า ทั้งนี้ VGI มีแนวปฏิบัติในการชำระเงินให้กับคู่ค้าภายใน 30 วัน โดยในปี 2568/69 มีการชำระเงินให้กับคู่ค้าตามกำหนด ไม่มีการผัดผ่อนชำระ ให้กับคู่ค้าแต่อย่างใด

การประเมินความเสี่ยงคู่ค้า และการบูรณาการ ESG

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ประกอบด้วย การกลั่นกรองและคัดเลือกสินค้า บริการ รวมถึงการพิจารณา กระบวนการประกอบกิจการของคู่ค้าในการสนับสนุนการดำเนิน ธุรกิจต่าง ๆ ของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการประเมิน ความเสี่ยงในกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ประเมินผล ความสอดคล้องของคู่ค้าต่อหลักปฏิบัติของบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี การประเมินผ่านระบบหรือการประเมินแบบลงพื้นที่ล้วนเป็นไป ตามมาตรฐานและกระบวนการตรวจสอบอย่างเป็นระบบใน รูปแบบของแบบสอบถามการประเมินตนเอง (Self-Assessment Questionnaire หรือ SAQ) ผลการประเมินและคะแนนการประเมิน จะถูกรวบรวมเป็นรายงาน ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุง ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีการปรับปรุงพัฒนา ประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ

1



การจำแนกประเภทคู่ค้า

คู่ค้าทุกรายของบริษัทฯ ต้องลงนามรับทราบ จรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง จะต้องประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืน ของตนตามหลักการประเมินคู่ค้าของบริษัทฯ อย่างเป็นระบบ เช่น การทำแบบสอบถามการ ประเมินตนเอง (SAQ) เพื่อระบุคู่ค้าสำคัญซึ่งจะ ได้รับการประเมินลำดับต่อไป รวมถึงประเด็น ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติ และธุรกิจ



2



การคัดกรองคู่ค้า

คู่ค้าทางตรงที่มีความสำคัญ (Significant Tier-1 Suppliers) จะต้องประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนตามหลักการประเมินคู่ค้าของบริษัทฯ อย่างเป็นระบบ เช่น การทำแบบสอบถาม การประเมินตนเอง (SAQ) เพื่อระบุคู่ค้าสำคัญซึ่งจะได้รับการประเมินลำดับต่อไป รวมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติ และธุรกิจ ตลอดจนการประเมินความเสี่ยงเฉพาะในระดับประเทศ ความเสี่ยงระดับภาคส่วน และความเสี่ยงเฉพาะสำหรับสินค้าโภคภัณฑ์ของคู่ค้า โดยใช้เกณฑ์การเทียบเคียงกับความคาดหวังของ VGI เกี่ยวกับความสามารถคู่ค้าในการจัดการความเสี่ยงด้าน ESG จากนั้น บริษัทฯ จะตรวจทานและวิเคราะห์แบบสอบถาม โดยคู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์การประเมินจะถูกระบุไว้ใน

รายชื่อคู่ค้าที่ได้รับอนุมัติ (Approved Supplier List) ของบริษัทฯ นอกเหนือจากการคัดกรองคู่ค้าแล้ว คู่ค้าที่มีสินค้า วัสดุ บริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบอย่างมากต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสำเร็จในตลาดการค้า หรือการอยู่รอดของบริษัทฯ ประกอบด้วย:

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

3



การประเมินคู่ค้าสำคัญ

คู่ค้าสำคัญที่มีศักยภาพในการก่อให้เกิดความเสี่ยงด้าน ESG ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความโปร่งใสและความเป็นธรรม ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชนต่อ VGI คือคู่ค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มคู่ค้าที่มีความเสี่ยง ESG สูง ทั้งนี้ คู่ค้าที่มีความเสี่ยง ESG สูงจะต้องได้รับการตรวจสอบประเมินแบบลงพื้นที่ซึ่งดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อหรือผู้ตรวจสอบอิสระจากองค์กรที่ได้รับการยอมรับในอุตสาหกรรม (ตามระดับความเสี่ยง) เพื่อประเมินประสิทธิภาพในแง่ของความต่อเนื่องทางธุรกิจ ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง และการดำเนินงานที่รับผิดชอบ VGI จะส่งคำแนะนำการประเมินไปยังคู่ค้า ในกรณีที่คู่ค้าไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด บริษัทฯ จะแจ้งไปยังคู่ค้าให้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด

4

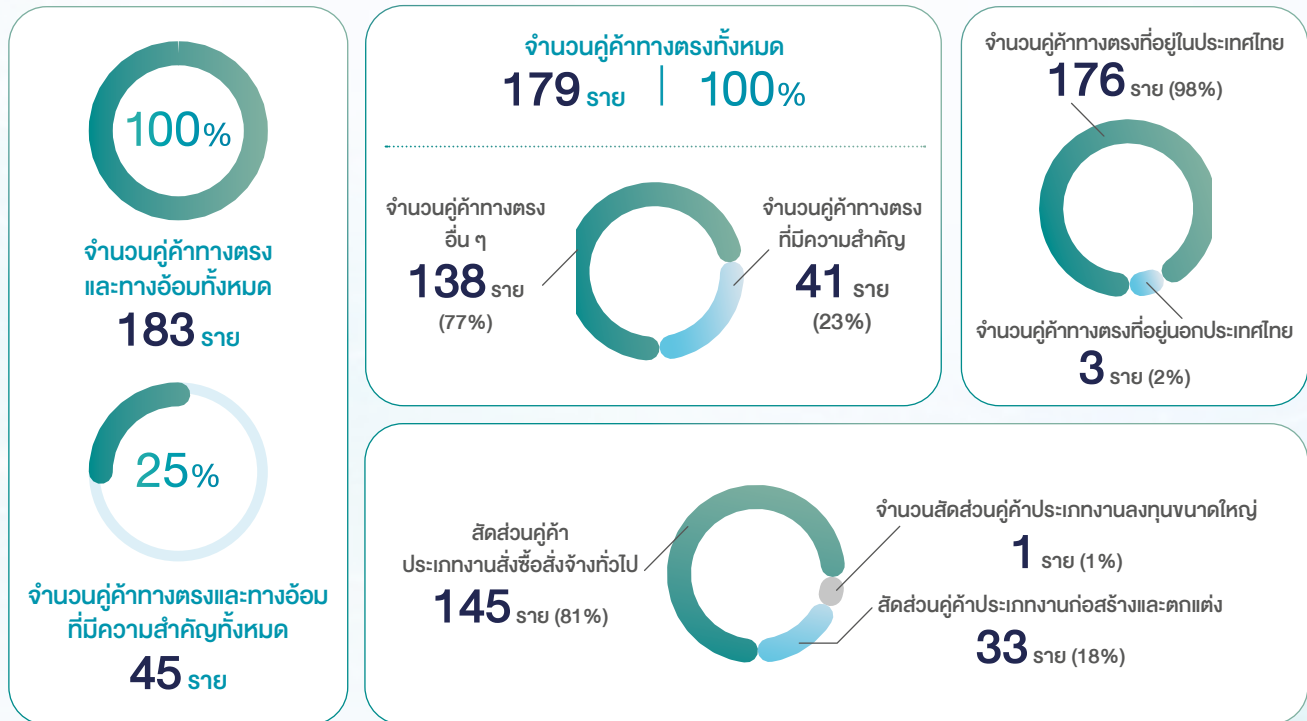
การดำเนินการแก้ไขและพัฒนาคู่ค้า

- หลังการประเมิน VGI จะตรวจสอบผลการประเมินและการตรวจสอบนอกสถานที่ และขอแผนการดำเนินการแก้ไขจากคู่ค้าเพื่อแก้ไขปัญหาตามข้อกำหนด โดยกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการแก้ไข และบริษัทฯ คอยมอนิเตอร์และให้ความช่วยเหลือจากทั้งทางไกลและหน้างานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้แน่ใจว่า คู่ค้าที่มีแผนดำเนินการแก้ไขสามารถแก้ไขปัญหาล่วงหน้าได้ทันเวลา
- VGI จัดให้มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับโปรแกรม ESG ของคู่ค้า รวมทั้งการสนับสนุนด้านเทคนิคเพื่อพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพ ESG เพื่อให้มั่นใจว่า คู่ค้าทุกรายไม่มีความเสี่ยงและปฏิบัติตามข้อกำหนด นอกจากนี้ คู่ค้าสามารถเข้าฐานข้อมูลการประเมิน ESG ที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกและความคาดหวังของบริษัทฯ รวมถึงการแข่งขันในตลาด



ในปี 2568/69 VGI มีคู่ค้าทางตรงทั้งหมด 179 ราย ซึ่งคิดเป็นการจัดซื้อจัดจ้างรวม 547.46 ล้านบาท ที่เป็นคู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรองของบริษัทฯ เรียบร้อยแล้วจากคู่ค้าทั้งหมด โดยมีคู่ค้าทางตรงที่มีความสำคัญจำนวน 41 ราย มีการจัดซื้อจัดจ้างรวม 519.06 ล้านบาท หรือร้อยละ 23 ของมูลค่าจัดซื้อจัดจ้างรวม นอกจากนี้ บริษัทฯ มีคู่ค้าที่มีความสำคัญทางอ้อมอีกจำนวน 4 ราย ในปี 2568/69

การจำแนกกลุ่มคู่ค้า



จากจำนวนคู่ค้าทางตรงที่มีความสำคัญทั้งหมด พบคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG สูง ทั้งหมด 8 ราย ที่ผ่านการตรวจประเมินแบบลงพื้นที่ โดยเกณฑ์การตรวจประเมินแบบลงพื้นที่นั้น ครอบคลุมประเด็นสำคัญต่อความยั่งยืนทางธุรกิจหลายด้าน เช่น การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ การกำกับดูแลภายในและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน การคุ้มครองและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน การกำกับดูแลและควบคุมภายในที่พอเพียง โดยผลการประเมินจะแบ่งได้เป็น 4 ลำดับ ตามความสามารถในการดำเนินงานตามหลัก ESG ดังนี้



ไม่มีคู่ค้ารายใดที่ได้รับการประเมินด้วยผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงหรือที่อาจเกิดขึ้นจนถูกยกเลิกสัญญาคู่ค้า หลังจากนั้น VGI จะตรวจสอบผลการประเมินแบบลงพื้นที่ และขอแผนการดำเนินการปรับปรุงจากคู่ค้าเพื่อแก้ไขปัญหาการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด โดยที่ผ่านมา ไม่มีคู่ค้ารายใดที่ทางบริษัท ต้องช่วยเหลือการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข

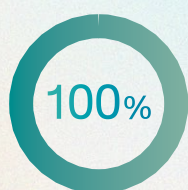
จากผลการตรวจประเมินแบบลงพื้นที่ในปี 2568/69 พบว่า VGI ไม่มีคู่ค้าที่มีผลประเมินอยู่ในระดับพอใช้หรือต่ำกว่าเกณฑ์ และไม่มีคู่ค้าที่มีกิจกรรมทางธุรกิจที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนแต่อย่างใด

การประเมินคู่ค้า

ปี 2568/2569

จำนวนคู่ค้าทั้งหมดที่ได้รับการประเมินผ่านระบบ และการประเมินแบบลงพื้นที่ 41 ราย

ร้อยละของคู่ค้ารายสำคัญที่ได้รับการประเมิน



จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการประเมินผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นจริง/ที่อาจเกิดขึ้น

0 ราย

จำนวนคู่ค้าที่มีผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นจริง/ที่อาจเกิดขึ้นและการดำเนินการแก้ไข/มีแผนการปรับปรุงตามที่ตกลงกันได้

0 ราย

จำนวนคู่ค้าที่มีผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริง/ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรุนแรงและถูกยกเลิกสัญญาคู่ค้า

0 ราย

การพัฒนาคู่ค้า

VGI เชื่ออย่างยิ่งว่าการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนนั้น เป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีในอนาคต VGI จึงมุ่งเน้นความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกันเป็นองค์รวมและจัดทำโปรแกรมการเพิ่มศักยภาพ โดยบริษัท มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคนิคให้กับคู่ค้าเพื่อพัฒนาความสามารถและประสิทธิภาพด้าน ESG อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ VGI ยังให้การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของคู่ค้ารายอื่น ตลอดจนให้คำแนะนำและการสนับสนุนในการดำเนินการแก้ไข และปรับปรุงต่อคู่ค้า โดยบริษัท มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคนิคให้กับคู่ค้าที่เกี่ยวข้องกับงานก่อสร้าง ติดตั้ง หรือคู่ค้าที่อาจมีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยดังกล่าวเป็นประจำทุกปี ซึ่งในปี 2568/69 มีคู่ค้าเข้าร่วมโครงการทั้งหมด 9 ราย

การดำเนินการแก้ไขและพัฒนาคู่ค้า

ปี 2568/2569

จำนวนคู่ค้าทั้งหมดที่ได้รับการสนับสนุนในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข

0 ราย

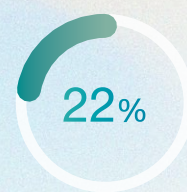
ร้อยละของคู่ค้าที่ประเมินผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นจริง/ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรุนแรงที่บริษัท ให้การสนับสนุนในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข

0%

จำนวนคู่ค้าทั้งหมดในโครงการเสริมสร้างศักยภาพ

9 ราย

ร้อยละของคู่ค้าสำคัญในโครงการเสริมสร้างศักยภาพ



3.4 นวัตกรรม

(GRI 3-3)



นวัตกรรมเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักที่เป็นรากฐานของกลยุทธ์ทางธุรกิจของ VGI และเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ เพื่อเป็น “ผู้นำโซลูชันสำหรับอนาคต (Pioneering Solutions for Tomorrow)” ที่มาพร้อมกับระบบนิเวศแบบบูรณาการอย่างเต็มรูปแบบ โดย VGI ยึดมั่นต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและความเป็นเลิศด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์และโซลูชันที่เป็นนวัตกรรมหรือมูลค่าเพิ่ม ซึ่งจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งยังดึงดูดโอกาสใหม่ ๆ ให้แก่ธุรกิจอีกด้วย

VGI DIGITAL LAB



VGI Digital Lab ซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี 2560 ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการโซลูชันด้านสื่อทั้งออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงผลิตภัณฑ์การตลาดดิจิทัลแบบครบวงจร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในยุคที่การตลาดขับเคลื่อนด้วยข้อมูล โดยบริษัทฯ นำเทคโนโลยี Data-Driven มาประยุกต์ใช้ผ่านแพลตฟอร์ม Customer Data Platform (CDP) ที่รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคมากกว่า 200 มิติ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้จ่าย จุดประสงค์ในการซื้อสินค้า พฤติกรรมการเดินทาง ความเป็นเจ้าของ และพฤติกรรมการใช้ดิจิทัล เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภคและช่วยให้สามารถวางแผนและดำเนินแคมเปญการตลาดได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านเครือข่ายโซเชียลมีเดีย ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงและสร้างผลลัพธ์ที่ตอบโจทยความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ แนวทางการตลาดในลักษณะดังกล่าวยังคงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีส่วนช่วยให้บริการของบริษัทฯ ได้รับการตอบรับที่ดีจากแบรนด์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมเชิงธุรกิจและบริการที่ช่วยยกระดับการเข้าถึงบริการ (Accessibility) เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงอย่างไร้รอยต่อในหลากหลายมิติ ทั้งด้านสื่อ การเงิน และไลฟ์สไตล์ ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การสนับสนุนการเข้าถึงบริการทางดิจิทัลอย่างทั่วถึง (Digital Inclusion) และการบริหารจัดการข้อมูลอย่างโปร่งใสและปลอดภัย โดยในปี 2568/69 มีผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมดังนี้

PLATFORM SHELTER

บริษัทฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์สื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน หนึ่งในนวัตกรรมสำคัญคือ “Platform Shelter” ซึ่งเป็นสื่อโฆษณารูปแบบใหม่ที่ติดตั้งบนฐานอาคารไฟฟ้าบีทีเอสในสถานีหลัก ได้แก่ อโศก พร้อมพงษ์ ศาลาแดง และช่องนนทรี โดยเป็นการบูรณาการพื้นที่สื่อบริเวณระเบียงสถานีเข้ากับสื่อบริเวณหลังคาในรูปแบบเดียวกัน ประกอบด้วยสื่อภาพนิ่งขนาดใหญ่และจอ LED ที่ออกแบบมาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้โดยสารในช่วงเวลาารถไฟฟ้าวิ่งอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สามารถสร้างประสบการณ์การรับรู้แบรนด์แบบรอบด้าน (Brand Immersive Experience) ได้อย่างโดดเด่น นอกจากนี้สื่อดังกล่าวยังรองรับการเชื่อมโยงกับช่องทางออนไลน์ผ่าน QR Code เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมและการตอบสนองของผู้บริโภค ตลอดจนเปิดโอกาสให้แบรนด์สามารถนำเสนอสินค้าและบริการแก่กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เมืองที่มีศักยภาพได้อย่างสร้างสรรค์ ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังได้นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการดำเนินงาน อาทิ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก การสนับสนุนการผลิตสื่อ และการติดตามตรวจสอบสื่อโฆษณา เพื่อเพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจและสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย





DIGITAL INSURANCE PLATFORM

RCare ได้พัฒนาแพลตฟอร์มการจำหน่ายประกันชีวิตผ่านช่องทางออนไลน์ โดยร่วมมือกับบริษัทประกันชีวิตชั้นนำ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่มีความหลากหลาย รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ผ่านแอปพลิเคชัน Rabbit Care

แพลตฟอร์มดังกล่าวทำหน้าที่เป็นทั้งช่องทางดิจิทัลและนายหน้าประกัน ในการเชื่อมโยงผู้บริโภคกับบริษัทประกัน ช่วยลดข้อจำกัดของช่องทางแบบดั้งเดิม และยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้งานให้สะดวก โปร่งใส และสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา

SNACK MAKER PROJECT

RByte ได้พัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ผ่านการร่วมมือกับครีเอเตอร์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแบรนด์บุคคล พร้อมทั้งจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ

แนวทางดังกล่าวสะท้อนถึงการผสานระหว่างคอนเทนต์กับการค้า เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล พร้อมทั้งเปิดโอกาสใหม่ให้แก่ครีเอเตอร์ในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล



WELFARE LENDING PLATFORM

RCash มีการขยายบริการสินเชื่อสวัสดิการผ่านความร่วมมือกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคและบริษัท ไปรษณีย์ไทยดิจิตอลขึ้น จำกัด เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของบุคลากร โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉิน ผ่านบริการที่สะดวก รวดเร็ว และพร้อมใช้งานตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งช่วยลดข้อจำกัดด้านสภาพคล่องทางการเงิน และสนับสนุนคุณภาพชีวิตของผู้ใช้งานในระยะยาว ผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการในชีวิตประจำวัน



CONTACTLESS PAYMENT & DIGITAL WALLET ECOSYSTEM

BSS ผู้ให้บริการ Rabbit Card ได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการชำระเงินแบบไร้สัมผัส (Contactless Payment) อย่างต่อเนื่อง ผ่านการต่อยอดบริการ Rabbit Card ไปสู่รูปแบบดิจิทัลและอุปกรณ์สวมใส่ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่

การพัฒนาดังกล่าวครอบคลุมทั้งการใช้งานผ่านอุปกรณ์สวมใส่ เช่น Smart Watch และการเชื่อมต่อสู่แพลตฟอร์ม Mobile Wallet ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถชำระค่าโดยสารในระบบขนส่งมวลชน รวมถึงสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย พร้อมทั้งสนับสนุนการขยายระบบนิเวศของการชำระเงินดิจิทัลในชีวิตประจำวัน



VGI ขับเคลื่อนนวัตกรรมสีเขียวเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้พัฒนา Sustainable Taxonomy ภายในองค์กรสำหรับบริการด้านสีเขียว โดยอ้างอิงหลักการที่เกี่ยวข้องภายใต้ Thailand Taxonomy และหลักการด้านความยั่งยืนที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล อาทิ ประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร การปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดวัฏจักรชีวิต และแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดประเภทสินค้าและบริการตามผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ ซึ่งช่วยสนับสนุนการพัฒนาโซลูชันสีเขียวที่ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นพื้นฐานในการระบุและวัดผลรายได้ที่ยั่งยืน (Sustainable Revenue)

บริษัทฯ กำหนดให้นิยามของรายได้ที่ยั่งยืนครอบคลุมเฉพาะรายได้จากสื่อในกลุ่ม Taxonomy-aligned (Green) เท่านั้น โดยต้องมีคุณสมบัติ เช่น การลดการใช้วัสดุ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดวัฏจักรชีวิต การมีประสิทธิภาพด้าน

พลังงานสูงและการลดหรือหลีกเลี่ยงการใช้วัสดุแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง โดยภาพรวมปัจจุบันของบริษัทฯ สื่อดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพด้านพลังงานเป็นกลุ่มหลักของรายได้ที่ยั่งยืนดังกล่าว

Sustainable Taxonomy ยังถูกใช้เป็นกรอบอ้างอิงภายในสำหรับการพัฒนาและประเมินสินค้าและบริการ รวมถึงกำหนดทิศทางการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านสีเขียว ผ่านการเปลี่ยนผ่านสู่สื่อดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพด้านพลังงานสูงขึ้น ควบคู่กับการติดตามและนำแนวโน้มนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้ทรัพยากร

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสื่อสารและสร้างความตระหนักรู้ผ่านการอบรมด้าน ESG และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมประเด็นการใช้วัสดุและผลกระทบต่อของผลิตภัณฑ์ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาและให้บริการสื่อสีเขียวให้สอดคล้องกับหลักการความยั่งยืน

ตัวอย่าง

Green (Taxonomy-aligned)

สื่อที่มีการปล่อยคาร์บอนต่ำ ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ

สื่อดิจิทัล LED สื่อโฆษณาดิจิทัล

Amber (Transition)

สื่อที่อยู่ระหว่างการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

สื่อ eco-print

Red (Non-aligned)

สื่อที่ใช้วัสดุจำนวนมากก่อให้เกิดของเสียสูง และมีข้อจำกัดด้านการรีไซเคิล

สื่อไวเนล สื่อหุ้มขอบรถโฟล์ (PVC) ป้ายโฆษณาแบบพิมพ์คงที่

หมายเหตุ: การแบ่งประเภทสื่อตามหลัก Traffic-Light System โดยอ้างอิงแนวทางของ Thailand Taxonomy

3.5 ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

(GRI 3-3, 418-1)



เป้าหมาย

ระยะสั้น ปี 2573/74	ระยะกลาง ปี 2583/84	ระยะยาว ปี 2593/94
------------------------	------------------------	-----------------------

- ไม่มีกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
- ไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ
- พนักงานได้รับการฝึกอบรมการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการดำเนินงานปี 2568/69



ไม่มีกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

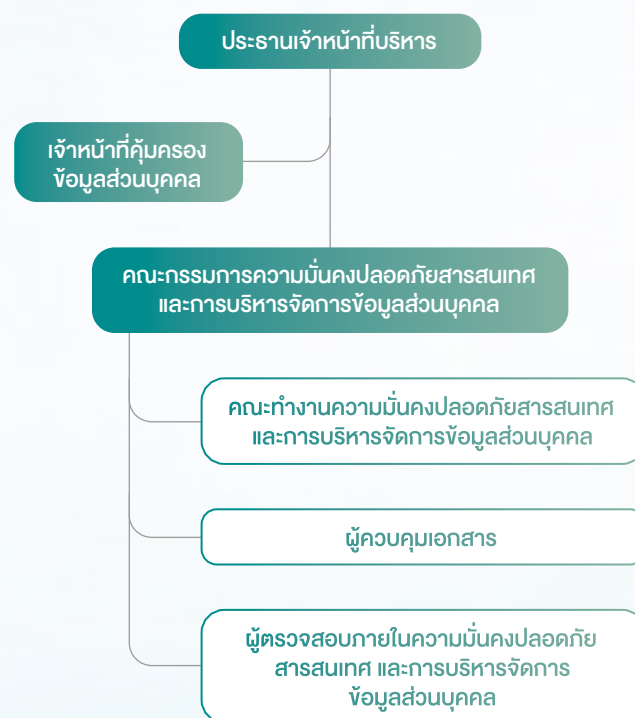


ไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานภาครัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ



พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

จากความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและการพึ่งพาเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน อาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์และความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล VGI จึงตระหนักถึงความสำคัญของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อป้องกันผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวต่อการดำเนินธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย ในการนี้ บริษัทฯ จึงยึดมั่นปฏิบัติตามนโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และกำหนดมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต่าง ๆ พร้อมทั้งยังเสริมสร้างความตระหนักรู้ของพนักงานเกี่ยวกับภัยคุกคามความปลอดภัยทางไซเบอร์ อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้กำหนดแนวปฏิบัติและนโยบายการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่างเหมาะสมและมีความรับผิดชอบ เพื่อสนับสนุนการใช้งานอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส และสอดคล้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการนำ AI มาใช้ในองค์กร



คณะกรรมการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISMS & PIMS Committee)

- กำหนดทิศทางการทำงานระบบบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- กำหนดนโยบายระบบบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISMS & PIMS Policy)
- พิจารณาวัตถุประสงค์ของระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISMS & PIMS Objectives) และเกณฑ์การวัดประสิทธิภาพของระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISMS & PIMS Effectiveness Measurement)
- พิจารณากรอบการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- พิจารณาเกณฑ์ระดับความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยสำหรับสารสนเทศ และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลที่ยอมรับได้
- พิจารณาผลการประเมินความเสี่ยง แผนจัดการความเสี่ยง และมาตรการควบคุม ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และด้านการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- สนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น และสั่งการเพื่อให้สามารถดำเนินงานตามมาตรการควบคุม และแผนจัดการความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลได้ตามกรอบที่กำหนด
- ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- มีอำนาจคัดเลือกและแต่งตั้งคณะทำงานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและคณะทำงานบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISMS & PIMS Operations Team) ได้ตามความจำเป็นและเหมาะสม
- พิจารณานโยบายที่เกี่ยวกับระบบบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISMS & PIMS)
- รายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารระดับสูงขององค์กร

คณะทำงานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISMS & PIMS Operations Team)

- ดำเนินการตามคำสั่งของคณะกรรมการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISMS & PIMS Committee) ตามที่ได้รับมอบหมาย
- จัดทำและทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- ควบคุมดูแลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- ประเมินความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และด้านการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล และจัดทำรายงานผลการประเมินความเสี่ยง
- วิเคราะห์และกำหนดแนวทางในการจัดการความเสี่ยง และจัดทำแผนจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและด้านการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- สนับสนุนและดูแลบุคลากรให้ปฏิบัติตามแผนจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและด้านการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- จัดทำและทบทวนแนวทางการประเมินผลการดำเนินงาน และดำเนินงานวัดผลการดำเนินงานของระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- สนับสนุน สื่อสาร และผลักดันให้บุคลากรเข้าใจและตระหนักถึงความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล รวมทั้งสามารถปฏิบัติตามนโยบายและขั้นตอนปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง
- ดำเนินการแก้ไขผลกระทบไม่สอดคล้องจากการตรวจประเมินภายในและภายนอก
- ประสานงานกับผู้ตรวจประเมินระบบบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อวางแผน และกำหนดแผนในการตรวจประเมินระบบ ISMS & PIMS ตามมาตรฐาน
- จัดให้มีการทบทวนผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และคณะกรรมการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISMS & PIMS Committee)

เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer: DPO)

- ให้คำแนะนำแก่บริษัทฯ ในฐานะผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล รวมทั้งลูกจ้างหรือผู้รับจ้างของสำนักงาน ที่เกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และเกี่ยวกับการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
- ตรวจสอบการดำเนินงานของสำนักงาน รวมทั้งลูกจ้างหรือผู้รับจ้างของสำนักงาน เกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
- ประสานงานและให้ความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของสำนักงาน รวมทั้งลูกจ้างหรือผู้รับจ้างของสำนักงาน ในการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และประสานงานกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้อง
- ดำเนินการให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรมการบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการวิเคราะห์ผลกระทบต่อเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
- รักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลที่เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ล่วงรู้หรือได้มาเนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
- ดำเนินการอื่นใดที่พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 กำหนดให้เป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ควบคุมเอกสาร (Document Control Officer)

- กำหนดรหัสเอกสารและบริหารจัดการทะเบียนเอกสารให้เป็นปัจจุบันล่าสุดเสมอ
- ตรวจสอบความถูกต้องของรูปแบบเอกสารและส่งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทำการทบทวน เพื่อนำเสนอขออนุมัติ
- ทำการแจกจ่ายเอกสารให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง ณ จุดปฏิบัติงาน ตามใบร้องขอดำเนินการเอกสาร (DAR)
- ดูแล จัดเก็บ ตรวจสอบความสมบูรณ์ของเอกสารต้นฉบับและเอกสารที่ใช้ในการปฏิบัติงานในการสื่อสารผู้ที่เกี่ยวข้อง ความถูกต้อง และพร้อมใช้งานของเอกสาร
- ควบคุมและป้องกันการใช้อเอกสารที่ล้าสมัยตามระยะเวลาที่ระบุอายุการใช้งานของเอกสารนั้น
- แจ้งกำหนดการจัดเก็บเอกสารและบันทึกให้กับผู้รับผิดชอบ เพื่อดำเนินการตามความเหมาะสมต่อไป

ผู้ตรวจสอบภายในระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล (ISMS & PIMS Internal Auditor)

- จัดทำวิธีการปฏิบัติการตรวจสอบภายในระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- วางแผนการตรวจสอบภายในระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- ดำเนินการตรวจสอบภายในระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- ติดตามผลการตรวจสอบภายในระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- รายงานผลการตรวจสอบภายในระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- ดำเนินการในส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามนโยบายและคำสั่งของคณะกรรมการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และคณะกรรมการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISMS & PIMS Committee)

การจัดการความปลอดภัยของข้อมูล

ภายใต้ธุรกิจบริการชำระเงิน กลุ่มแบงก์มีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากลักษณะธุรกิจนี้เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อเป็นกรอบการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว ตลอดจนเพื่อให้แน่ใจ

ถึงความสอดคล้องตามข้อกำหนดด้านกฎระเบียบและสัญญาที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศของบริษัทฯ ทุกคนจะต้องปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว และหากมีเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยที่เกิดจากการละเลยไม่ปฏิบัติตามก็จะมี การลงโทษทางวินัย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีระบบบริหารจัดการ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล ดังนี้



การวิเคราะห์

การใช้วิธีการวิเคราะห์ ความเสี่ยงและประเมิน แผนการจัดการความเสี่ยง อย่างเป็นระบบ



การประเมิน

นำการประเมินความเสี่ยง มาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการ โครงการและวงจร การพัฒนาธุรกิจ



การควบคุม

วิธีการจัดการความเสี่ยงนั้น ประกอบด้วย การหลีกเลี่ยง ความเสี่ยง การถ่ายโอน ความเสี่ยง การลด ความเสี่ยง หรือการยอมรับ ความเสี่ยง ซึ่งในการลด ความเสี่ยงนั้นจะต้องมี การเลือกและดำเนินการ ตามแนวทางควบคุม เพื่อลดระดับความเสี่ยง ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้



การตรวจสอบ

มีการบันทึกผลลัพธ์ ของการประเมินความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย ของข้อมูลและแผนการ ควบคุมความเสี่ยง

มีการประเมินความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย ของข้อมูลเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ VGI ยังได้จัดทำนโยบายความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โดยขอบเขตการบังคับใช้นั้นครอบคลุมถึงพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานในนามของบริษัทฯ ซึ่งนโยบายนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบในการกำหนดแนวปฏิบัติงานในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดและระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดครอบคลุมถึงโครงสร้างความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของบริษัทฯ ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร การบริหารจัดการทรัพยากร การควบคุมการเข้าถึง การเข้ารหัสข้อมูลทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมด้านการดำเนินงาน ด้านการสื่อสาร ความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการภายนอก การบริหารจัดการเหตุการณ์ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของ

การบริหารจัดการเพื่อสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ รวมไปถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนด โดยนโยบายฉบับนี้จะได้รับการทบทวนและกำหนดให้มีการตรวจสอบความสอดคล้องตามข้อกำหนดโดยผู้ตรวจรับรองทั้งภายในและภายนอก

VGI ยังจัดทำการประเมินช่องโหว่ทางเทคนิคของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นประจำ และมีการกำหนดให้มีการตรวจสอบระบบโดยผู้ตรวจรับรอง ทั้งนี้ ระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลของบริษัทฯ ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ISO 27001:2022 นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้จัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจและแผนการกู้คืนข้อมูลทางสารสนเทศ เพื่อให้มั่นใจในความพร้อมของข้อมูลและการบริหารหลังจากการหยุดชะงักที่อาจเกิดขึ้นกับกระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง

การปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

การปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูลของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้า พนักงาน คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้น นับเป็นสิ่งที่ VGI ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยบริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายความเป็นส่วนตัวเพื่อให้การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรสอดคล้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) อีกทั้งยังตอกย้ำความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามหลักสากล ด้วยการได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 27701:2019 (Privacy Information Management System) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ขยายขอบเขตมาจาก ISO 27001 เพื่อสร้างระบบการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลที่เข้มงวด โปร่งใส และปลอดภัยสูงสุด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความปลอดภัยข้อมูล โดยมีการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับข้อกำหนดในกฎระเบียบและมาตรฐานดังกล่าว เพื่อเพิ่มความตระหนักแก่พนักงาน โดยในปีที่ผ่านมาได้มีการจัดอบรมเรื่องการปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูลจำนวน 3 ครั้ง และในปี 2568/69 บริษัทฯ ยังได้จัดหลักสูตรอบรมให้แก่คณะกรรมการบริษัทเพื่อเตรียมพร้อมและเพิ่มพูนความรู้ในการทำกฏและบังคับใช้กฎระเบียบให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ VGI จะใช้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ภายใต้นโยบายความเป็นส่วนตัวที่ได้รับความยินยอมเท่านั้น โดยในปี 2568/69 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่ได้มีการใช้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ และไม่ได้รับคำขอข้อมูลของลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายใด ๆ

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดสำหรับนโยบายความเป็นส่วนตัว



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับลูกค้า



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับฝ่ายทรัพยากรบุคคล



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับการประชุมผู้ถือหุ้น



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับการใช้กล้องโทรทัศน์วงจรปิด



นโยบายความเป็นส่วนตัว
บริษัท บีโอเอส โฮลดิ้งส์ จำกัด



การกำกับดูแลและการใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างรับผิดชอบ (Responsible AI Governance and Use)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ โดยยึดหลักความโปร่งใส ความเป็นธรรม และการคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเป็นสำคัญ

นโยบายและกรอบการกำกับดูแล AI

บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายด้าน AI (AI Policy) เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าวอย่างเหมาะสมและปลอดภัยสำหรับพนักงาน ผู้ปฏิบัติงาน และผู้รับจ้างทุกระดับ นโยบายดังกล่าวครอบคลุมทั้งการสื่อสารสร้างความตระหนักรู้ การฝึกอบรม และการกำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจน ส่งเสริมการใช้ AI อย่างมีประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการใช้งานที่ไม่เหมาะสม

นโยบายดังกล่าวครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่



ควบคุมการเข้าถึงเทคโนโลยี AI ที่มีความเสี่ยงสูง หรือข้อมูลอ่อนไหว ภายใต้เกณฑ์อนุมัติและการกำกับดูแลที่เหมาะสม



คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของระบบ AI ตลอดวงจรการใช้งาน



ประเมินและลดความเอนเอียง (Bias) ของโมเดล AI อย่างสม่ำเสมอ พร้อมติดตามประสิทธิภาพและความเสื่อมถอยของระบบอย่างต่อเนื่อง



กำหนดให้มี Human Oversight สำหรับการตัดสินใจที่มีผลกระทบสูง รวมถึงช่องทางทบทวนหรืออุทธรณ์ผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้อง



ส่งเสริมความโปร่งใส โดยระบุเมื่อมีการใช้ AI สร้างเนื้อหา หรือใช้ผลลัพธ์ AI ประกอบการตัดสินใจ



กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบที่ชัดเจนของผู้พัฒนา ผู้ใช้งาน และผู้ดูแลระบบ AI



ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจาก AI โดยส่งเสริมการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ร่วมกับลูกค้าและผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง



สนับสนุนการใช้ AI เพื่อยกระดับผลลัพธ์ด้านความยั่งยืนและประสิทธิภาพการดำเนินงาน



จัดอบรมพนักงานด้านการใช้ AI อย่างมีจริยธรรม ความปลอดภัย และความรับผิดชอบ



ห้ามใช้ AI ในลักษณะที่หลอกลวง ละเมิดสิทธิ หรือขัดต่อกฎหมายและมาตรฐานสากล

4

VGI กับความยั่งยืนด้านสังคม

4.1 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	53
4.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	57
4.3 สิทธิมนุษยชน	63
4.4 การพัฒนาสังคมและชุมชน	66
4.5 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	71
4.6 ความรับผิดชอบต่อในเนื้อหาสื่อโฆษณา	73

4.1 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

(GRI 3-3)



เป้าหมาย

ระยะสั้นปี 2573/74

- อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับร้อยละ 95
- ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโฆษณา และการให้บริการของพนักงาน

ระยะกลางปี 2583/84

- อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับร้อยละ 96
- ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโฆษณา และการให้บริการของพนักงาน

ระยะยาวปี 2593/94

- อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับร้อยละ 97
- ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโฆษณา และการให้บริการของพนักงาน

ผลการดำเนินงานปี 2568/69



คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับร้อยละ 95



ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโฆษณา และการให้บริการของพนักงาน

VGI ให้ความสำคัญกับลูกค้าขององค์กรเป็นอย่างยิ่ง ด้วยตระหนักดีว่าความสัมพันธ์ที่มีต่อลูกค้า คือกุญแจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงมีแนวนโยบายในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพบปะและกระชับความสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการรับฟังและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้บริษัทฯ เข้าใจความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า และสามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทฯ เป็นปัจจัยสำคัญต่อผลประกอบการทางธุรกิจขององค์กร

กลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

VGI มุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าตลอดทุกขั้นตอน การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ บริษัทฯ จึงยึดปฏิบัติตามแนวทางการสร้างแบรนด์อย่างมีจริยธรรม การส่งมอบและตรวจสอบงาน ตลอดจนการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ทันสมัย และตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ นอกจากนี้ บริษัทฯ จะแจ้งเฉพาะข้อมูลของสินค้าและบริการของบริษัทฯ ในระหว่างการทำการตลาดที่ถูกต้องโดยไม่มีการกล่าวอ้างที่เกินจริง หรือใช้ประโยชน์จากความเปราะบางทางตลาด และบริษัทฯ ยังมีระบบการตรวจสอบคุณภาพงานก่อนส่งงานให้ลูกค้าการติดตามแก้ไขงานในกรณีพบเหตุบกพร่อง ชำรุด หรือเสียหายภายในเวลาอันรวดเร็วที่เกี่ยวข้องกับสื่อโฆษณา รวมถึงมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาเป็นประจำเพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ในส่วนของธุรกิจบริการชำระเงิน บริษัทฯ มีกระบวนการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาประสบการณ์การใช้บริการของลูกค้าอีกด้วย



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้

สำหรับนโยบายด้านจริยธรรม
ทางการสร้างแบรนด์และการตลาด

ทั้งนี้ ลูกค้าของบริษัทฯ ครอบคลุมทั้งกลุ่มเอเจนซีโฆษณา และกลุ่มเจ้าของสินค้าและบริการจากทั้งภาครัฐและเอกชน โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าใหม่ ควบคู่ไปกับการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมผ่านการพัฒนาคุณภาพสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่อง และการขยายเครือข่ายสื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ของกลุ่มบริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจมาใช้ในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการสื่อสารและส่งมอบโซลูชันที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างตรงจุด ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและความเชื่อมั่นในระยะยาว



95%

อัตราคะแนน
ความพึงพอใจ
ของลูกค้า

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

การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

การส่งเสริมการสร้างประสบการณ์ Brand Immersive Experience

บริษัทฯ มุ่งยกระดับประสบการณ์ของผู้บริโภคผ่านการออกแบบสื่อโฆษณาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตและบริบทของการเดินทาง โดยพัฒนาโซลูชันที่ช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์อย่างต่อเนื่องและมีส่วนร่วมในหลากหลายจุดสัมผัส (Touchpoints) อาทิ การนำสื่อโฆษณารูปแบบใหม่ เช่น Platform Shelter มาใช้เพื่อสร้างประสบการณ์การรับรู้แบรนด์แบบรอบด้าน (Brand Immersive Experience) ควบคู่กับการเชื่อมโยงสื่อออฟไลน์และออนไลน์ผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับแบรนด์ในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน



BTS MAX | BTS Concourse | MOVE 360 Full

บริษัทฯ ได้พัฒนาโซลูชันสื่อโฆษณาในรูปแบบแฟ็กเกจแบบบูรณาการเพื่อตอบโจทย์การเข้าถึงผู้บริโภคในหลากหลายบริบทของการใช้ชีวิตประจำวัน โดยครอบคลุมทั้งสื่อภายในระบบรถไฟฟ้าบีทีเอส สื่อโฆษณากลางแจ้ง และสื่อภายในอาคารสำนักงาน ซึ่งช่วยเพิ่มความถี่ในการมองเห็นและความต่อเนื่องของการสื่อสารแบรนด์

แฟ็กเกจดังกล่าวได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเดินทางของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลา อาทิ พื้นที่ภายในสถานีที่มีปริมาณการสัญจรหนาแน่น และเครือข่ายสื่อที่ครอบคลุมตลอดเส้นทางในเมือง รวมถึงการผสานความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขยายขีดความสามารถของเครือข่ายสื่อให้ครอบคลุมระบบขนส่งมวลชนและพื้นที่เมืองได้อย่างครบวงจร



สื่อโฆษณาบริเวณทางเข้าสู่ระบบรถไฟฟ้าบีทีเอส



สื่อโฆษณากลางแจ้ง



สื่อโฆษณาภายในอาคารสำนักงาน

BTS SKY VIBES Season 2

บริษัทฯ มุ่งสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้ให้บริการผ่านการพัฒนาประสบการณ์ที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่

ในปี 2568/69 บริษัทฯ ได้ร่วมสนับสนุนการจัดกิจกรรม “BTS SKY VIBES Season 2” ณ ลาน Avenue A ศูนย์การค้า MBK Center เพื่อสร้างพื้นที่แห่งการมีส่วนร่วมและมอบประสบการณ์ความบันเทิงให้กับผู้ใช้บริการ โดยกิจกรรมดังกล่าวจัดขึ้นในรูปแบบมินิคอนเสิร์ตที่รวบรวมศิลปิน T-POP ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่ม Gen Z เพื่อส่งมอบบรรยากาศที่สนุกสนานและสร้างความผูกพันกับแบรนด์ในช่วงต้นปี โดยกิจกรรมดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างการรับรู้แบรนด์ และกระตุ้นการมีส่วนร่วม ผ่านประสบการณ์จริง ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในการผสานสื่อโฆษณาออกบ้านเข้ากับกิจกรรมการตลาดเชิงประสบการณ์ เพื่อสร้างคุณค่าในระยะยาวแก่ทั้งลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย



Snack Maker

RBytes ได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคผ่านการพัฒนาโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ภายใต้โครงการ “Snack Maker” ซึ่งเป็นการต่อยอดบทบาทของเครือข่ายจากผู้ผลิตคอนเทนต์สู่การเป็นผู้พัฒนาแบรนด์สินค้า โดยอาศัยจุดแข็งของระบบนิเวศของกลุ่มบริษัทฯ ที่ครอบคลุมทั้งสื่อโฆษณา การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย แนวทางดังกล่าวเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมกับแบรนด์ในรูปแบบที่ใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น ผ่านการเชื่อมโยงกับเครือข่ายและชุมชนผู้ติดตาม ซึ่งมีบทบาทในการสร้างความต้องการและขับเคลื่อนการเติบโตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ต้นทางสู่ตลาดจริง นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และไลฟ์สไตล์ของเครือข่ายยังช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและตอบโจทย์ความสนใจเฉพาะกลุ่มของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ที่ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง พร้อมทั้งสร้างความผูกพันกับแบรนด์ผ่านการมีส่วนร่วมและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล



Rabbit Gateway

BSS ผู้ให้บริการ Rabbit Card ได้ยกระดับประสบการณ์ลูกค้าและขยายการเข้าถึงบริการผ่านการพัฒนาโซลูชันด้านการชำระเงินดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง โดยมีการให้บริการ “Rabbit Gateway” ซึ่งเป็นระบบตัวกลางในการบริหารจัดการการรับชำระเงินแบบครบวงจร รองรับทั้งลูกค้าธุรกิจ (B2B) และผู้บริโภค (B2C) ในยุคสังคมไร้เงินสด พร้อมทั้งเชื่อมต่อกับช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย อาทิ PromptPay และ WeChat Pay นอกจากนี้ BSS ยังรองรับการชำระค่าโดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอสผ่านแอปพลิเคชัน WeChat Pay สำหรับนักท่องเที่ยวจีน รวมถึงการให้บริการบัตรแม่เหล็กในรูปแบบดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์ม Samsung Wallet ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถใช้สมาร์ตโฟนในการชำระค่าโดยสารได้โดยตรง โดยไม่จำเป็นต้องพกบัตรหรือเงินสด โซลูชันดังกล่าวช่วยเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ขณะเดียวกันยังสะท้อนถึงความสามารถของ BSS ในการพัฒนาระบบนิเวศการชำระเงินที่เชื่อมโยงทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ได้อย่างไร้รอยต่อ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าในหลากหลายมิติ



บัตรแม่เหล็กคอลเลกชันพิเศษ

BSS ตอบโจทย์ความต้องการและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านการออกบัตรแม่เหล็กคอลเลกชันพิเศษ เพื่อตอบรับกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับดีไซน์และการสะสม โดยเริ่มจากรุ่น “Butterbear (น้องหมีเนย)” ซึ่งวางจำหน่ายระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงกรกฎาคม 2568 และสามารถสร้างยอดขายได้กว่า 35,000 ใบ ภายใน 14 วัน ต่อเนื่องด้วยรุ่น “Harry Potter” ที่ได้รับการตอบรับอย่างล้นหลาม โดยมียอดจำหน่าย 30,000 ใบ ภายในเวลาเพียง 2 ชั่วโมง นอกจากนี้ BSS ยังได้ต่อยอดความสำเร็จด้วยการเปิดตัวคอลเลกชัน “One Piece” และ “Crayon Shinchan Keychain Collection” ซึ่งสามารถจำหน่ายหมดก่อนระยะเวลาที่กำหนด ทั้งสองรายการ ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสะท้อนถึงความสามารถของ BSS ในการเข้าใจพฤติกรรมและความสนใจของผู้บริโภค พร้อมทั้งเสริมสร้างความผูกพันกับแบรนด์ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และความชื่นชอบเฉพาะกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ



4.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และความเป็นอยู่ที่ดี

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



เป้าหมาย

ระยะสั้นปี 2573/74

- อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

ระยะกลางปี 2583/84

- อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร ไม่น้อยกว่าร้อยละ 82

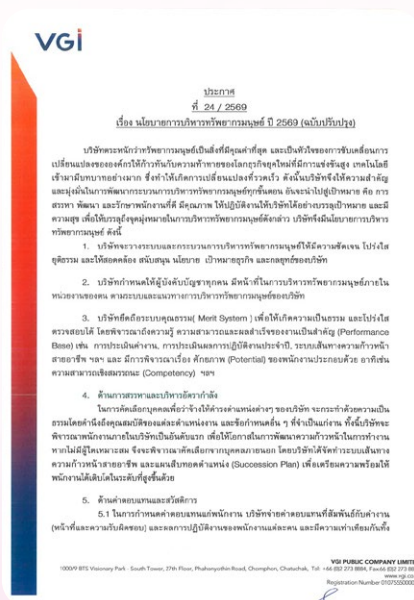
ระยะยาวปี 2593/94

- อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

ผลการดำเนินงานปี 2568/69



คะแนนความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร
ในระดับร้อยละ 84.09



VGI ตระหนักดีว่า พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าเป็นอย่างยิ่งขององค์กรในการช่วยขับเคลื่อนบริษัทฯ ไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน และการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดย VGI มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงานและรักษาพนักงานไว้เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนบริษัทฯ ไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน

การจัดการทรัพยากรมนุษย์

พนักงานมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ของ VGI ให้บรรลุเป้าหมายบริษัทฯ บริหารทรัพยากรมนุษย์ตามนโยบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ซึ่งครอบคลุมทุกมิติของการบริหารบุคลากร ได้แก่ โครงสร้างองค์กร การสรรหาและว่าจ้าง ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม การบริหารผลการปฏิบัติงานตามระบบคุณธรรม การวางแผน สืบทอดตำแหน่งและการบริหารผู้มีศักยภาพสูง การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ การสื่อสารภายใน การรับฟังความคิดเห็น และข้อร้องทุกข์ของพนักงาน ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน สิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียม ความหลากหลาย การไม่เลือกปฏิบัติ การป้องกันการล่วงละเมิด และคุกคามในที่ทำงาน การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) การส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การประหยัดพลังงาน และการรีไซเคิล ตลอดจนการดูแลสุขภาพของพนักงานและการบริหารความเครียด เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์รับผิดชอบในการนำนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติ เพื่อดึงดูด พัฒนา และรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ โดยบริษัทฯ จัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และหลักสูตรฝึกอบรมที่หลากหลาย ทั้งด้านภาวะผู้นำ ทักษะวิชาชีพ และทักษะดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการเติบโตตามสายอาชีพ และเตรียมความพร้อมสู่ตำแหน่งสำคัญในอนาคต ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมความผูกพัน การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน (Happy Workplace) และเติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างยั่งยืน



พนักงานทั้งหมด
1,660 คน



อัตราการจัดงานใหม่
48%



อัตราการลาออก
67%

ค่านิยมขององค์กร

ในปี 2568/69 VGI ได้มีการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรชุดใหม่ขึ้น เพื่อให้สะท้อนถึงรูปแบบธุรกิจและวัฒนธรรมองค์กรได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงรองรับการเปลี่ยนแปลงของวงการสื่อโฆษณาและยุคสมัยในปัจจุบัน โดยวัฒนธรรมองค์กรชุดใหม่ขององค์กรมีชื่อว่า “GIVES” ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ข้อ ดังนี้

G

GROWTH

เติบโตแบบ 3 ส
(สำรอง/สตี/สตางค์)

I

INNOVATIVE

เปิดรับ
ปรับปรุง
เปลี่ยนแปลง

V

VERSATILE

รอบด้าน
งานดี

E

EFFICIENT

บริหารจัดการ
อย่าง
ชาญฉลาด

S

SUSTAINABILITY

ใส่ใจ



เพื่อส่งเสริมความเข้าใจและการนำค่านิยมดังกล่าวไปปฏิบัติจริง บริษัทฯ ได้จัดหลักสูตร “ปลดล็อกพลังทีมด้วย GIVES (Unlock Team Power with GIVES)” ในงานสัมมนาพนักงานประจำปี 2568/69 โดยใช้กิจกรรมที่สนุกสนานและเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ เพื่อสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กรและส่งเสริมพฤติกรรมการทำงานที่สอดคล้องกับค่านิยม GIVES และหลักการด้านความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานอย่างเป็นรูปธรรม



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนา 6 เสาหลักเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีสำหรับพนักงาน (The 6 Pillars of VGI Well-being) โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความแข็งแกร่งและพึงพอใจให้กับพนักงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนขององค์กร โดย 6 เสาหลักข้างต้นประกอบไปด้วย

1. นโยบายและระเบียบ
2. ปลอดภัยและปลอดภัย
3. ใจเป็นสุข
4. เราเป็นประชากรของโลก
5. วัฒนธรรมการทำงานแบบยอมรับความหลากหลายและเคารพกัน
6. การสื่อสารแบบกันสมวัย

VGI เชื่อว่าพนักงานคือรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงมุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานอย่างรอบด้านผ่านแนวคิด The 6 Pillars of VGI Well-being ซึ่งครอบคลุมการกำหนดนโยบายและสวัสดิการที่เป็นธรรม การดูแลสุขภาพและความปลอดภัย การส่งเสริมสุขภาพทางใจ การพัฒนาทักษะเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลก การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เคารพความหลากหลาย และการใช้ช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย เพื่อสนับสนุนให้พนักงานมีความสุขในการใช้ชีวิต มีความมั่นคงพร้อมเติบโตไปพร้อมกับองค์กร และร่วมขับเคลื่อน VGI สู่อการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

1. นโยบายและระเบียบ

ส่งเสริมมาตรฐานการทำงานที่เป็นธรรม โปร่งใส และสอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง โดยมีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายและระเบียบปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและแนวโน้มระดับโลก

- กำหนดค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมตามหลัก Equal Pay
- เทียบเคียงโครงสร้างค่าตอบแทนกับมาตรฐานตลาดอย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมการใช้สิทธิวันลาพักผ่อนประจำปี
- ระบบวางแผนวันลาผ่าน Intranet
- รูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่น (Flexible Working Hours)
- ทางเลือกการทำงานแบบ Part-time ตามความเหมาะสม
- สิทธิการลาเพื่อดูแลครอบครัว (Care Leave)
- สิทธิการลาคลอดและลาเพื่อดูแลบุตรที่ครอบคลุมกว่ากฎหมายกำหนด
- คณะกรรมการสวัสดิการพนักงานเป็นตัวแทนพนักงานร้อยละ 100

2. ปลอดภัยและปลอดภัย

ส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน พร้อมจัดสวัสดิการที่เหมาะสมและเป็นธรรม เพื่อสร้างความมั่นคงและคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงาน

- ประกันสุขภาพกลุ่มสำหรับพนักงานทุกคน
- ห้องพยาบาลพร้อมบุคลากรทางการแพทย์เบื้องต้น
- ห้องให้นมบุตรและพื้นที่สนับสนุนคุณแม่ในที่ทำงาน
- บริหารชั่วโมงการทำงานอย่างเหมาะสมและติดตามการทำงานช่วงเวลา
- ตรวจสุขภาพประจำปี
- กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น วิ่ง โยคะ แอโรบิก
- กองทุนสำรองเลี้ยงชีพเพื่อความมั่นคงระยะยาว

3. ใจเป็นสุข

สนับสนุนการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัว พร้อมดูแลสุขภาพทางจิตใจและบริหารความเครียด เพื่อให้พนักงานมีความสุขและพร้อมทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

- รณรงค์ให้พนักงานใช้วันลาพักผ่อนผ่าน VGI Society
- โปรแกรมบริหารความเครียด RelationFlip และพื้นที่ผ่อนคลาย (Stress Relax Room)
- ระบบให้คำปรึกษาและการดูแลผ่าน Mentorship
- สำรวจความสุข ความเครียด และความผูกพันของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน
- สนับสนุนสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อสุขภาพทางใจ

4. เราเป็นประชากรของโลก

ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมเพื่อสังคมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมรับมือกับความท้าทายระดับโลก สร้างประโยชน์แก่ชุมชน และส่งต่อคุณค่าที่ดีสู่คนรุ่นต่อไป

- จัดอบรมด้านความยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- เตรียมความพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลงด้านอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม
- ส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- สร้างโอกาสทางการศึกษาโดยการมอบทุนการศึกษา

5. วัฒนธรรมการทำงานแบบยอมรับความหลากหลายและเคารพกัน

ส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานที่เปิดกว้าง หลากหลาย และเคารพซึ่งกันและกัน เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและแสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ โดยใช้ระบบประเมินผลแบบ 360 องศาเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากทุกระดับขององค์กร

- กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน
- กิจกรรมเรียนรู้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม
- ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน
- เคารพความแตกต่างและสนับสนุนโอกาสที่เท่าเทียม

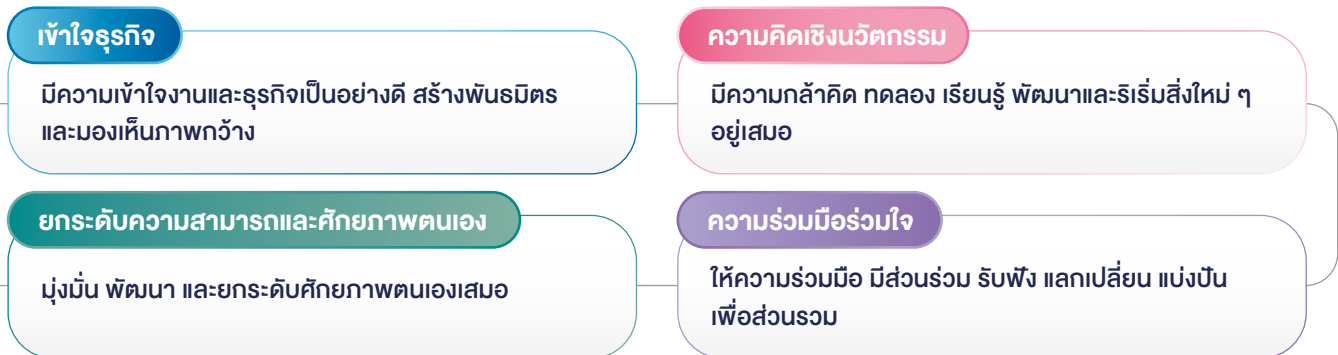
6. การสื่อสารแบบทันสมัย

สนับสนุนการสื่อสารที่เปิดกว้างและทั่วถึง พร้อมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงาน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ ความผูกพัน และการมีส่วนร่วมภายในองค์กร

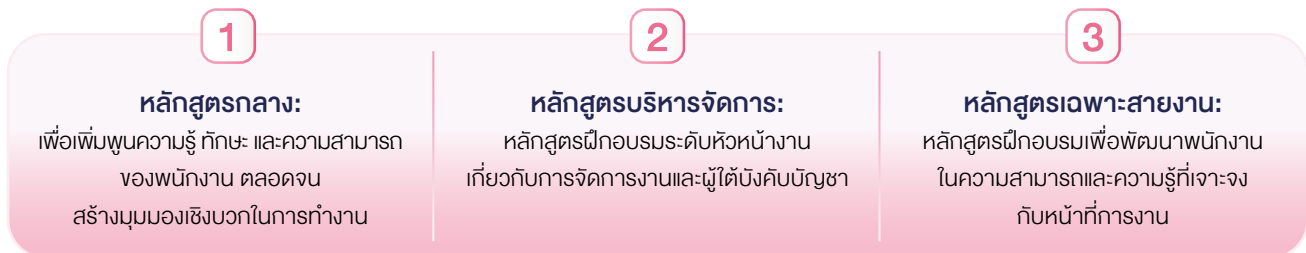
- สื่อสารข่าวสารผ่าน LINE Official: VGI Society
- ระบบ Intranet สำหรับการจัดการสิทธิประโยชน์และวันลา
- สื่อสารสองทางระหว่างพนักงานกับผู้บริหาร
- ใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการสื่อสารภายในองค์กรอย่างทั่วถึง
- Townhall อย่างน้อย 2 ครั้งต่อปี
- กล้องแสดงความคิดเห็น

การพัฒนาทุนมนุษย์

VGI ได้จัดให้มีหลักสูตรการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถและทักษะของพนักงาน โดยหลักสูตรการฝึกอบรมมุ่งเน้นไปที่ 4 ประเด็นสำคัญ ดังนี้



นอกจากนี้ VGI ยังนำความสามารถเชิงสมรรถนะหลักมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดทำแผนพัฒนาพนักงานเพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาความสามารถของตนเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพระยะยาว โดยการอบรมที่ VGI จะแบ่งออกเป็น 3 หลักสูตร ประกอบด้วย



บริษัทฯ ยังมีการติดตามดูแลผลตอบแทนจากการลงทุนในทุนมนุษย์ ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ที่สะท้อนมูลค่าผลตอบแทนของทุนมนุษย์ของบริษัทฯ จากการลงทุนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรบุคคล ทั้งนี้ ในปี 2568/69 VGI ได้จัดให้มีการฝึกอบรม โดยชั่วโมงการอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานหนึ่งคนคือ 6.80 ชั่วโมง ซึ่งหลักสูตรการฝึกอบรมที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

หลักสูตรการฝึกอบรม ปี 2568/69

การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในองค์กร

การพัฒนาขององค์กรอย่างยั่งยืนเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมจากองค์กรทั่วโลกในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นแนวคิดที่นอกจากจะให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจแล้วยังคำนึงถึงความรับผิดชอบต่ออีก 3 ด้านหลัก คือ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งองค์กรที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ธุรกิจ แสดงความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป VGI จึงได้จัดอบรมให้กับพนักงานในหลักสูตรการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในองค์กรเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และสร้างความตระหนักรู้และ



มีส่วนร่วมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี โดยมีพนักงานเข้าร่วมร้อยละ 76 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของ VGI ที่จะมุ่งไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน

การสร้างผู้นำและการถ่ายทอดศักยภาพ

บริษัทฯ ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงานผ่านกระบวนการโค้ชและการเป็นพี่เลี้ยง (Coaching and Mentorship) ควบคู่กับการพัฒนาภาวะผู้นำอย่างเป็นระบบ โดยในปี 2568/69 ได้จัดหลักสูตร Mentoring for Success สำหรับผู้จัดการและผู้บริหาร เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ บทบาท และความสำคัญของระบบพี่เลี้ยง ตลอดจนพัฒนากิจกรรมสื่อสาร การให้คำปรึกษา และการดึงศักยภาพของผู้นำบังคับบัญชาออกมาใช้ได้อย่างเต็มที่ หลักสูตรดังกล่าวถือเป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาภาวะผู้นำของบริษัทฯ ซึ่งมุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะสำคัญของผู้บริหารและหัวหน้างาน ได้แก่ การโค้ช การพัฒนาทีมงาน และการเตรียมความพร้อมด้านการสืบทอดตำแหน่ง เพื่อสนับสนุนการเติบโตของบุคลากรและสร้างผู้นำที่มีศักยภาพในระยะยาว โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 33 คน



เทคนิคการถ่ายภาพสื่อโฆษณา

บริษัทฯ จัดหลักสูตรเทคนิคการถ่ายภาพสื่อโฆษณา ในรูปแบบ Classroom และ Workshop ณ สถานีรถไฟฟ้ามหานคร ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่าง VGI กับ Plan B เพื่อพัฒนากิจกรรมของช่างภาพในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย รวมถึงการจัดทำรายงานภาพถ่ายให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพสูงขึ้น หลักสูตรดังกล่าวเปิดให้พนักงานทุกประเภทที่ปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพและการผลิตสื่อเข้าร่วมตามความเหมาะสมของบทบาทหน้าที่ ครอบคลุมพนักงานประจำ โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 16 คน



ภายหลังการอบรม ผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจในระดับสูง โดยให้คะแนนด้านเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน 4.71 คะแนน ความเข้าใจในเนื้อหาของวิทยากร 4.88 คะแนน และความคุ้มค่าของระยะเวลาในการเรียนรู้ 4.82 คะแนน ขณะที่ร้อยละ 82 ของผู้เข้าร่วมระบุว่าแนะนำให้หลักสูตรนี้ให้แก่เพื่อนร่วมงาน (Net Promoter Score: NPS) นอกจากนี้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานช่วยยกระดับคุณภาพของสื่อโฆษณาและประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมความร่วมมือระหว่าง VGI กับ Plan B ในการขายสื่อโฆษณา และส่งผลให้ยอดขายรวมเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 6.5 สะท้อนถึงผลลัพธ์เชิงธุรกิจที่เป็นรูปธรรมจากการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร

เปิดประสบการณ์ใหม่ด้วยพลังของ AI (New Experience with AI)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนากิจกรรมด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568/69 ได้จัดหลักสูตรเปิดประสบการณ์ใหม่ด้วยพลังของ AI (New Experience with AI) ในรูปแบบการอบรมออนไลน์ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Generative AI รวมถึง

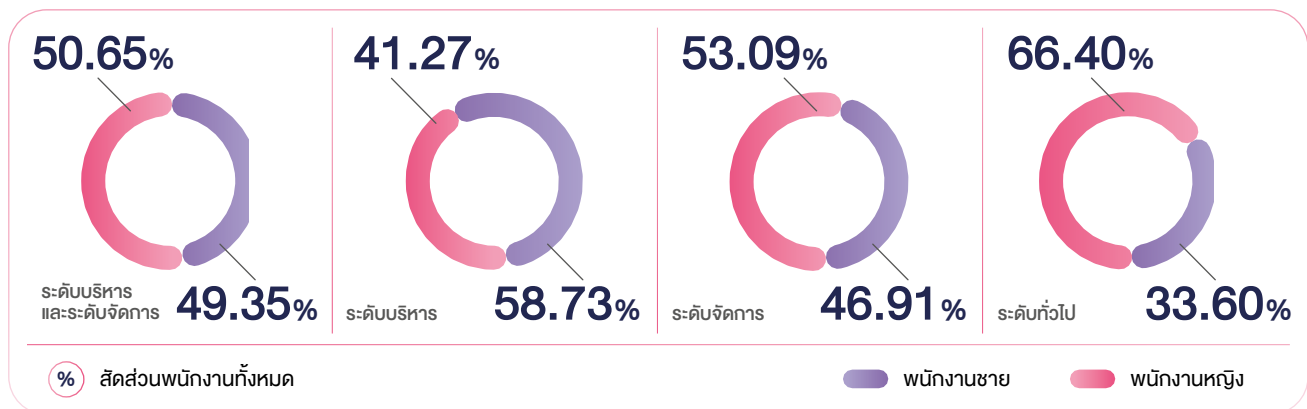
การใช้งานเครื่องมือต่าง ๆ เช่น ChatGPT และ Gemini การเขียน Prompt อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนข้อจำกัด ความเสี่ยงด้านจริยธรรม ลิขสิทธิ์ และความปลอดภัยในการใช้งาน เพื่อให้สามารถนำ AI ไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน ช่วยประหยัดเวลาและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 188 คน และมีการประเมินผลก่อนและหลังการอบรม (Pre-Test และ Post-Test) เพื่อวัดผลการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรม

การใช้ Pivot แบบมือโปร (Excel Pivot Pro)

บริษัทฯ ส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยในปี 2568/69 ได้จัดหลักสูตรการใช้ Pivot แบบมือโปร (Excel Pivot Pro) ในรูปแบบ Classroom และ Workshop เพื่อให้พนักงานสามารถใช้ Pivot Table ในการจัดการวิเคราะห์ และสรุปข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงยกระดับความสามารถในการจัดทำรายงานที่มีความถูกต้อง และสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ กิจกรรม Workshop ยังส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างพนักงานจากหลากหลายหน่วยงาน ช่วยเสริมสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ภายในองค์กร สนับสนุนความร่วมมือข้ามสายงาน และส่งเสริมการทำงานเป็นทีม โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 12 คน

ความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก

VGI ให้ความสำคัญกับพนักงานที่หลากหลายและวัฒนธรรมการไม่แบ่งแยก โดยบริษัทฯ เชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าความหลากหลายและการรวมเป็นหนึ่งเดียวกันจะสร้างที่ทำงานที่มีพลวัตโดยพนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติต่อความชอบทางเพศ เพศ เชื้อชาติหรือชาติพันธุ์ สัญชาติ ประเทศต้นกำเนิด หรือภูมิหลังทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ บุคลากร LGBTQIA+ มีสิทธิได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ของบริษัทฯ อย่างเท่าเทียม เช่น กองทุน ลาเพื่อพาไปนกิจกรรมครอบครัว และการลาเพื่อผ่าตัดแปลงเพศ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกันโดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยไม่คำนึงถึงเพศ



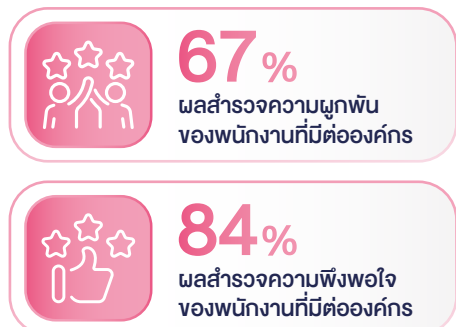
นอกจากนี้ หากพบเจอพฤติกรรมเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดในบริษัทฯ สามารถรายงานได้ผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสตามคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจซึ่งผู้รายงานจะได้รับการคุ้มครองจากการรายงานดังกล่าว ผู้รายงานยังสามารถรายงานเป็นลายลักษณ์อักษรหรือด้วยวาจาต่อหัวหน้างานและฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะมีการดำเนินการตามกระบวนการสอบสวนที่กำหนดไว้และส่งต่อไปยังผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และแจ้งให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารทราบตามความเหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทฯ จะมีการดำเนินการแก้ไขหรือดำเนินการทางวินัยตามเห็นสมควรจากข้อสรุปของการสอบสวนดังกล่าว โดยในกรณีการละเมิดจะมีการดำเนินคดีทางกฎหมายตามเหมาะสม



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับคู่มือ
การกำกับดูแลกิจการ
และจริยธรรมทางธุรกิจ

ความพึงพอใจในองค์กรของพนักงาน

VGI จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยบริษัทฯ ได้นำผลสำรวจดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงแนวทางการส่งเสริมความพึงพอใจของพนักงาน รวมถึงจัดทำหลักสูตรพัฒนาศักยภาพพนักงาน และดูแลให้พนักงานทุกคนรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในงานของตนเอง ซึ่งในปี 2568/69 พนักงานทุกคนได้ทำแบบสำรวจและได้ผลการประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรที่ร้อยละ 84 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายประจำปีที่ร้อยละ 80



4.3 สิทธิมนุษยชน

(GRI 3-3, 406-1)



เป้าหมาย

ระยะสั้น
ปี 2573/74

ระยะกลาง
ปี 2583/84

ระยะยาว
ปี 2593/94

- ไม่มีเหตุการณ์เลือกปฏิบัติหรือการล่วงละเมิด

ผลการดำเนินงานปี 2568/69



ไม่มีเหตุการณ์เลือกปฏิบัติหรือการล่วงละเมิด

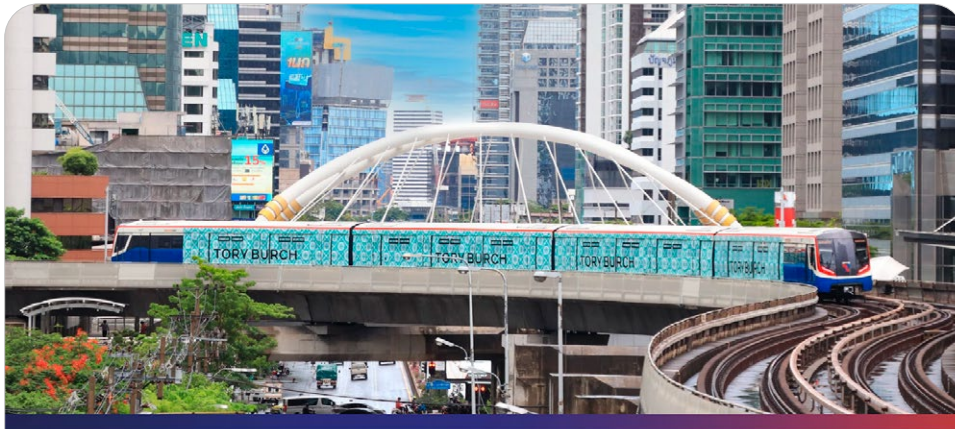
สิทธิมนุษยชนเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานในความเป็นมนุษย์ที่ทุกคนพึงได้รับอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม การละเมิดสิทธิมนุษยชนอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจและภาพลักษณ์ขององค์กร VGI จึงให้ความสำคัญสูงสุดต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร โดยการยึดหลักสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการเกิดเหตุการณ์การละเมิดสิทธิมนุษยชน

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

VGI กำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อเป็นมาตรฐานในการบริหารจัดการสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร ซึ่งครอบคลุมความมุ่งมั่นของ บริษัทฯ ที่จะป้องกันไม่ให้เกิดการห้ามข่มขู่ การบังคับใช้แรงงาน แรงงานเด็ก การเลือกปฏิบัติ และการคุกคามหรือล่วงละเมิดทุกรูปแบบ ทั้งทางเพศและอื่น ๆ อีกทั้งยังสนับสนุนและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนในเรื่องเสรีภาพในการสมาคม สิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง และค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดทำนโยบายเรื่องการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดต่อสิทธิของบุคคลอื่นและนโยบายเรื่องความหลากหลาย และการยอมรับความหลากหลาย เพื่อสนับสนุนความหลากหลายและเคารพสิทธิมนุษยชนของพนักงาน



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน



Human Rights Due Diligence Disclosure Report FY 2023/24



VGI ยังได้ดำเนินการตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านตามหลักการชี้แนะขององค์กรสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชน เพื่อประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงบริษัทย่อยที่ VGI มีอำนาจการบริหาร และได้จัดทำมาตรการเพื่อบรรเทาและแก้ไขผลกระทบต่าง ๆ เหล่านั้นในกรณีที่มีการละเมิดขึ้น โดยกระบวนการบริหารจัดการสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ ประกอบด้วย การประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน การประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น การบูรณาการสิ่งที่ค้นพบและดำเนินการตามความเหมาะสม

ในปี 2568/69 VGI ได้ดำเนินการทบทวนผลการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Disclosure Report) ซึ่งได้เปิดเผยข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีการทบทวนผลการประเมินเป็นประจำทุกปี และกำหนดให้มีการประเมินใหม่ทุก ๆ 3 ปี โดยรายงานฉบับถัดไปมีกำหนดจัดทำในปี 2569/70



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้

สำหรับรายงานผลการตรวจสอบ
ด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิทธิมนุษยชน

VGI ส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมที่รู้ในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนให้กับผู้บริหารและพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่เคารพต่อสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่มูลค่า โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการ

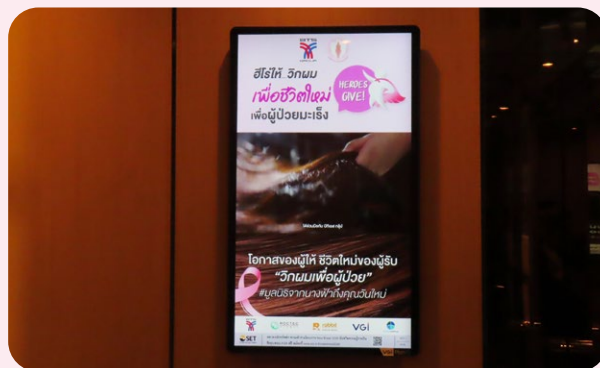
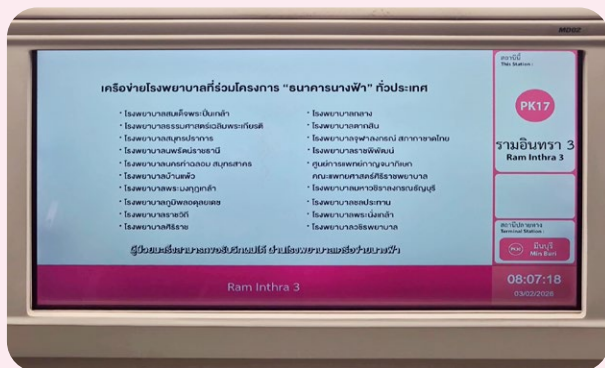
ดำเนินธุรกิจ อาทิ การเลือกปฏิบัติ การล่วงละเมิดในที่ทำงาน รวมถึงแนวปฏิบัติด้านความหลากหลายและการยอมรับความแตกต่าง ตลอดจนกระบวนการตรวจสอบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่เคารพสิทธิและสร้างความเท่าเทียมสำหรับทุกคน



ในกรณีที่เกิดการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเหตุหรือเบาะแสผ่านช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียนที่บริษัทฯ ได้กำหนด เพื่อดำเนินการตามกระบวนการสืบสวนสอบสวนข้อเท็จจริง โดยในปี 2568/69 บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการแจ้งเหตุเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน และไม่มีเหตุการณ์การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดที่เกิดขึ้น

0

เหตุการณ์
เลือกปฏิบัติ
หรือการ
ล่วงละเมิด



การมอบพื้นที่สื่อเพื่อสนับสนุนสิทธิมนุษยชน

VGI มุ่งส่งเสริมการเคารพสิทธิมนุษยชนผ่านการใช้ศักยภาพของเครือข่ายสื่อโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้และขยายโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ บริษัทฯ เชื่อว่าสื่อมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนความเท่าเทียม การไม่เลือกปฏิบัติ การเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และการเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนในสังคมเข้าถึงข้อมูลและบริการที่จำเป็นอย่างทั่วถึง

ในปี 2568/69 บริษัทฯ ได้สนับสนุนพื้นที่สื่อสำหรับโครงการเพื่อสังคมที่สะท้อนการส่งเสริมสิทธิมนุษยชนในหลากหลายมิติ โดยเฉพาะในกลุ่มเปราะบาง อาทิ โครงการ “ฮีโร่ให้...

วิกรมเพื่อชีวิตใหม่ (New Hair, New Life)” ที่สนับสนุนสิทธิด้านความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ป่วยโรคมะเร็ง โครงการ “Give Blood Now” ของสภาอากาศไทย ที่ส่งเสริมสิทธิในการเข้าถึงบริการด้านสาธารณสุขอย่างเท่าเทียม โครงการ “Message from the Burns” ของมูลนิธิสร้างรอยยิ้ม ที่สนับสนุนการเข้าถึงการรักษาและการฟื้นฟูคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยแผลไฟไหม้ ตลอดจนโครงการ “Chosen เลือกด้วยรัก” ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ที่ส่งเสริมสิทธิเด็ก ความเท่าเทียมทางโอกาส และการเข้าถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างเหมาะสม

ส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมในองค์กร

TURTLE ได้จัดกิจกรรมเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีนประจำปี 2569 เพื่อสืบสานและให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมภายในองค์กร โดยเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามประเพณีจีน เช่น การแต่งกายและการร่วมพิธีมงคล สร้างบรรยากาศแห่งความเคารพในความแตกต่างทางวัฒนธรรมและความเชื่อของแต่ละบุคคล กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงการส่งเสริมสิทธิมนุษยชนในมิติของความเท่าเทียมและการไม่เลือกปฏิบัติ (Non-discrimination) รวมถึงการเคารพอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Rights) ของพนักงานทุกคน พร้อมทั้งเสริมสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิดกว้างและมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญขององค์กรที่เคารพความหลากหลายอย่างแท้จริง



4.4 การพัฒนาสังคมและชุมชน

(GRI 3-3, 201-1)



เป้าหมาย

ระยะสั้นปี 2573/74

- โครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน อย่างน้อย 20 โครงการ ตั้งแต่ปี 2568 - 2573

ระยะกลางปี 2583/84

- โครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน อย่างน้อย 40 โครงการ ตั้งแต่ปี 2568 - 2583

ระยะยาวปี 2593/94

- โครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน อย่างน้อย 60 โครงการ ตั้งแต่ปี 2568 - 2593

ผลการดำเนินงานปี 2568/69



โครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน 11 โครงการ

VGI ตระหนักดีว่าการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนนั้น บริษัทฯ จะต้องเป็นองค์กรที่ดีที่สามารถดำเนินธุรกิจร่วมกันกับสังคม ได้อย่างเป็นสุข บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการดำเนินงานควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและชุมชน เพราะการได้รับการยอมรับและความไว้วางใจคือส่วนสำคัญต่อการเติบโตทางธุรกิจของ VGI ต่อไป

ทิศทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

VGI กำหนดรูปแบบความคิดริเริ่มด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมพัฒนาสังคมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยในปี 2568/69 VGI ได้กำหนดโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมที่มุ่งเน้นการสนับสนุนการพัฒนาทางการศึกษา และสร้างจิตสำนึก เพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้กับสังคมเกี่ยวกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ จากกิจกรรมดังกล่าว บริษัทฯ มุ่งสนับสนุนและเพิ่มจำนวนพนักงานอาสา รวมถึงส่งเสริมการรับรู้ทางสังคมเชิงบวกและความพึงพอใจต่อองค์กร

ทิศทางกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของ VGI (VGI's CSR Strategic Direction)



กิจกรรมด้านสังคมของ VGI



โครงการพัฒนาชุมชนและส่งเสริมโอกาสทางการศึกษา

ในด้านการพัฒนาชุมชนและการศึกษา เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2568 บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมลงพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี โดยคณะกรรมการผู้บริหารและพนักงานได้ร่วมกันส่งต่อ “พลังแห่งการให้” ผ่านการมอบเงินบริจาค อุปกรณ์การศึกษา อุปกรณ์กีฬา และสิ่งของจำเป็นให้แก่หน่วยงานและสถานศึกษาในพื้นที่ พร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการปรับปรุงพื้นที่การเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาเยาวชนอย่างยั่งยืน

โครงการ “ฮีโร่ให้...วิถีมเพื่อชีวิตใหม่ (New Hair, New Life)”

เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ ยังได้ร่วมกับกลุ่มบริษัท บีทีเอส และมูลนิธิจากนางฟ้าถึงคุณวันใหม่ (From Angel Foundation) จัดกิจกรรม “ฮีโร่ให้...วิถีมเพื่อชีวิตใหม่ (New Hair, New Life)” เพื่อคัดแยกเส้นผมและระดมทุนในการจัดทำวิกผมจากเส้นผมแท้สำหรับผู้ป่วยมะเร็ง จำนวน 100 หัว ส่งมอบให้แก่โรงพยาบาลศิริราช และโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวไม่เพียงช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของผู้ป่วย แต่ยังสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมของพนักงานในการสร้างโครงการช่วยเหลือและบรรเทาผลกระทบทางการเงินแก่ผู้ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ



โครงการช่วยเหลือและบรรเทาผลกระทบทางการเงินแก่ผู้ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ

RCash ได้ออกมาตรการช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยในภาคใต้ ในช่วงวันที่ 22 ธันวาคม 2568 - 31 มกราคม 2569 โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเข้าร่วมมาตรการพักชำระหนี้ได้สูงสุด 3 เดือน ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลของบริษัทฯ ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดูแลผู้มีส่วนได้เสีย และการดำเนินธุรกิจควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน ในการช่วยเหลือและบรรเทาผลกระทบทางการเงินแก่ผู้ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ

โครงการ “ฮีโร่ให้” ปีที่ 3 มอบปฏิทินตั้งโต๊ะเก่า

VGI ร่วมกับกลุ่มบริษัท บีทีเอส พร้อมพนักงานจิตอาสา ร่วมส่งมอบปฏิทินตั้งโต๊ะเก่าจากแคมเปญ “ฮีโร่ให้” จำนวนกว่า 60,000 ฉบับ โดยเป็นปฏิทินที่พนักงาน ผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส หน่วยงานใกล้เคียงกับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส และประชาชนทั่วไปร่วมกันบริจาค พร้อมทั้งมอบเงินจำนวน 200,000 บาท เพื่อสนับสนุนโครงการสื่อการเรียนการสอนสำหรับนักเรียนผู้พิการทางการเห็น นอกจากนี้ พนักงานจิตอาสายังได้ร่วมทำกิจกรรมบันทึกหนังสือเสียง (อ่านนิทาน) และเข้าเล่มหนังสืออักษรเบรลล์อีกด้วย





การมอบทุนการศึกษาให้กับบุตรของพนักงาน

เมื่อวันจันทร์ที่ 28 เมษายน 2568 เวลา 14.30 - 15.30 น. ณ ชั้น 12 อาคาร The Unicorn พญาไท บริษัทฯ ได้มอบทุนการศึกษาทั้งสิ้น 89 ทุน รวมมูลค่า 445,000 บาท พร้อมมอบของที่ระลึกสำหรับน้อง ๆ เพื่อเป็นกำลังใจในการศึกษาเล่าเรียน โดยภายในงานได้รับเกียรติจากคณะผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมและมอบทุน เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของครอบครัวพนักงาน และสนับสนุนการศึกษาของเยาวชน ซึ่งถือเป็นหนึ่งในการบริหารทรัพยากรบุคคลของ VGI โดยกิจกรรมในครั้งนี้สะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับประชากรและความยั่งยืนของสังคม

โครงการสนับสนุนการฟื้นฟูและสร้างขวัญกำลังใจในสถานการณ์สำคัญของประเทศ

บริษัทฯ ยังมีบทบาทในการช่วยเหลือสังคมในสถานการณ์สำคัญ โดยในเดือนสิงหาคม 2568 บริษัทฯ ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้มอบเงินจำนวน 100 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนการฟื้นฟูและเยียวยาประชาชนที่ได้รับผลกระทบในพื้นที่ชายแดนไทย-กัมพูชา ขณะเดียวกัน VGI ได้ร่วมสนับสนุนผ่านการใช้สื่อโฆษณาของ บริษัทฯ โดยมีการตกแต่งบวนรถไฟฟ้าเป็นธงชาติไทย และเผยแพร่ภาพธงชาติผ่านสื่อดิจิทัลทั่วประเทศในช่วงเวลาสำคัญของแต่ละวัน เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและความสามัคคีในสังคม



การมอบพื้นที่สื่อเพื่อสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม

VGI ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยยึดหลักสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานทั้งในระดับประเทศและสากล เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ

ในฐานะผู้ให้บริการสื่อโฆษณาและแพลตฟอร์ม O2O บริษัทฯ มุ่งใช้พื้นที่สื่ออย่างรับผิดชอบ สนับสนุนการสื่อสารที่สร้างสรรค์ เคารพความหลากหลาย และไม่สร้างความเกลียดชังหรือเลือกปฏิบัติ โดยกำหนดแนวทางด้าน “ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา” เพื่อควบคุมเนื้อหาที่เผยแพร่บนสื่อของบริษัทฯ ให้มีความเหมาะสม ถูกต้อง และไม่ขัดต่อหลักสิทธิมนุษยชน ในปีที่ผ่านมา VGI ได้สนับสนุนพื้นที่สื่อให้แก่โครงการต่าง ๆ ดังนี้

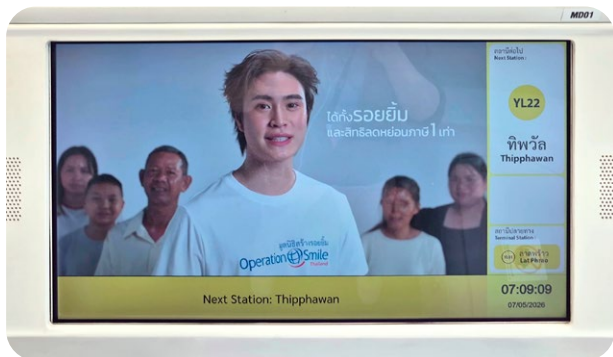
โครงการรณรงค์บริจาคโลหิต “GIVE BLOOD NOW – ให้เลือด ให้ได้ ให้เลย” ของสภาอากาศไทย

VGI สนับสนุนการใช้พื้นที่สื่อ LCD ภายในรถไฟฟ้าสายสีเหลือง เพื่อสาธารณประโยชน์ โดยร่วมเผยแพร่แคมเปญรณรงค์บริจาคโลหิต “Give Blood Now” ของสภาอากาศไทย ผ่านสื่อ LCD in Train เพื่อส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับการบริจาคโลหิต กระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชน และสนับสนุนการเข้าถึงโลหิตสำรองสำหรับผู้ป่วยทั่วประเทศ อันเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนระบบสาธารณสุขและการยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมโดยรวม



โครงการ “Message from the Burns” ของ Operation Smile Thailand หรือมูลนิธิสร้างรอยยิ้ม

VGI สนับสนุนการเผยแพร่แคมเปญ “Message from the Burns” ของ Operation Smile Thailand หรือมูลนิธิสร้างรอยยิ้ม ผ่านสื่อดิจิทัลภายในระบบขนส่งมวลชน เพื่อสร้างการรับรู้และสนับสนุนการระดมทุนช่วยเหลือผู้ป่วยแผลไฟไหม้ โดยมุ่งส่งเสริมการเข้าถึงการรักษา การฟื้นฟูทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ตลอดจนสนับสนุนการกลับมาใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น



โครงการ “Chosen เลือกด้วยรัก” ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย (World Vision Foundation of Thailand)

VGI สนับสนุนการเผยแพร่แคมเปญ “Chosen เลือกด้วยรัก” ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ผ่านสื่อดิจิทัลภายในระบบขนส่งมวลชน เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการอุปการะเด็กที่เปิดโอกาสให้เด็กเป็นผู้เลือกผู้อุปการะด้วยตนเอง โดยมุ่งส่งเสริมสิทธิเด็ก ความเท่าเทียม และการเข้าถึงโอกาสทางการศึกษาและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับเด็กในพื้นที่ห่างไกล



โครงการ “#ฉลองไม่ฉลาม” (Celebrate without Sharks) ของ WildAid

VGI สนับสนุนการเผยแพร่แคมเปญ “#ฉลองไม่ฉลาม” (Celebrate without Sharks) ของ WildAid ผ่านสื่อดิจิทัลภายในระบบขนส่งมวลชน เพื่อสร้างการตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการบริโภคผลิตภัณฑ์จากฉลามต่อระบบนิเวศทางทะเล พร้อมรณรงค์ให้ประชาชนลด ละ เลิกการบริโภคเมนูหูลฉลามและผลิตภัณฑ์จากฉลาม อันเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม





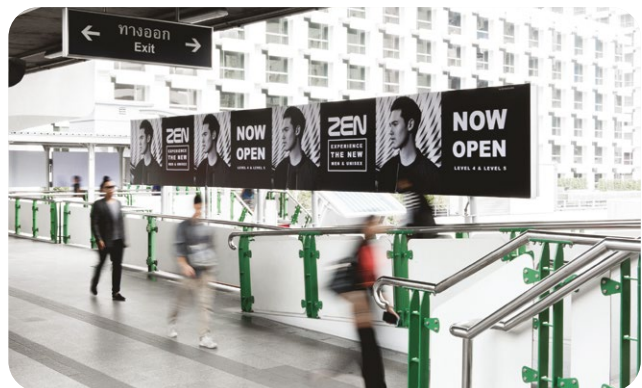
โครงการ สื่อความรู้ด้านสุขภาพ “MedUMORE หมอจอเล่า” โดยคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย

VGI สนับสนุนการใช้พื้นที่สื่อ LCD ภายในรถไฟฟ้าสายสีเขียวเพื่อ
สาธารณประโยชน์ โดยร่วมเผยแพร่คอนเทนต์จากแพลตฟอร์ม
นวัตกรรมการเรียนรู้ “MedUMORE หมอจอเล่า” ซึ่งเป็นความร่วมมือ
ระหว่างคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กับ
โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ผ่านสื่อ LCD in Train
รายการดังกล่าวนำเสนอข้อมูลโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง
เพื่ออัปเดตสถานการณ์ด้านสุขภาพและโรคภัยไข้เจ็บที่กำลัง
เป็นกระแสในสังคม (เช่น ปัญหาฝุ่น PM2.5 และโรคระบาดตาม
ฤดูกาล) โดยนำเรื่องราวทางการแพทย์มาถ่ายทอดให้ประชาชนทั่วไป
เข้าใจได้ง่าย เพื่อส่งเสริมให้ผู้โดยสารเข้าถึงข้อมูลทางการแพทย์
ที่ถูกต้อง กระตุ้นให้เกิดการตระหนักรู้และการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน
ด้วยตนเอง อันเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนระบบสาธารณสุข
และการยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมโดยรวมอย่างยั่งยืน

การประเมินผลกระทบ

นอกจากโครงการด้านสังคมข้างต้นแล้ว ในปี 2568/69 VGI
ยังได้ทำการประเมินผลกระทบ (Impact Valuation) จาก
การดำเนินงานและกิจกรรมของบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
ด้านความรับผิดชอบต่อในเนื้อหาสื่อโฆษณา ซึ่งเราสร้าง
ความตระหนักในสังคมผ่านการให้พื้นที่ประชาสัมพันธ์บนสื่อ
บนรถไฟฟ้าแก่โครงการหรือแคมเปญต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึง
ผู้ที่มาใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและกระจายผลกระทบเชิงบวก
ไปยังสังคมได้อย่างทั่วถึง จึงก่อให้เกิดโครงการ “การประเมิน
ผลกระทบจากความรับผิดชอบต่อในเนื้อหาสื่อของ VGI”

เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพของโครงการให้มากยิ่งขึ้น บริษัทฯ
ให้ความสำคัญกับการวัดและประเมินผลกระทบที่แท้จริง ผ่านการ
วัดผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่เกิดขึ้นกับทุนทางธรรมชาติ
และทางสังคมผ่านการเผยแพร่เนื้อหาที่มีความรับผิดชอบต่อ
ทำให้สามารถเข้าใจผลกระทบที่องค์กรมีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ซึ่งไม่เพียงช่วยในการจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและผล
ที่ไม่คาดคิด แต่ยังสนับสนุนประสิทธิภาพโดยรวมของโครงการ
ต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนอีกด้วย



จากการประเมินผลกระทบดังกล่าว โครงการ “การประเมิน
ผลกระทบจากความรับผิดชอบต่อในเนื้อหาสื่อของ VGI” มีมูลค่ารวม
ที่เป็นผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
ประเมินเป็นมูลค่าสุทธิที่ 976.16 ล้านบาทในปี 2568/69
ที่ผ่านมา



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมด้านการประเมินผลกระทบ

4.5 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

(GRI 3-3, 403-1, 403-2, 403-5, 403-6, 403-9)



เป้าหมาย

ระยะสั้น
ปี 2573/74

ระยะกลาง
ปี 2583/84

ระยะยาว
ปี 2593/94

- พนักงานและคู่ค้าได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานความปลอดภัยร้อยละ 100
- ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน

ผลการดำเนินงานปี 2568/69



พนักงานและคู่ค้าได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานความปลอดภัยร้อยละ 100



ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน

VGI ตระหนักดีว่าความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีนั้น เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ VGI จึงมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่ไม่มีอุบัติเหตุ โดยใส่ใจต่อความปลอดภัยของพนักงานและสังคมเป็นหลัก โดยบริษัทฯ ดำเนินการเพื่อพัฒนาความปลอดภัย สุขภาพ และสวัสดิภาพของพนักงานในทุกสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง VGI จึงได้กำหนดนโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยซึ่งมีผลบังคับใช้กับพนักงาน ผู้รับเหมา และคู่ค้า รวมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยบริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยและเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย ซึ่งมีหน้าที่บริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยขององค์กร ทั้งนี้ VGI ดำเนินการจัดการและพัฒนาระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยขององค์กรอย่างต่อเนื่องตามข้อกำหนดขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน ISO 45001 รวมไปถึงกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการตรวจสอบเพื่อประเมินประสิทธิภาพของการกำกับดูแลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งประเมินและจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานสำหรับธุรกิจสื่อโฆษณาเป็นประจำ โดยกระบวนการประเมินความเสี่ยง ประกอบด้วย

1

การวิเคราะห์และการประเมินกิจกรรมการทำงาน

2

การใช้ลำดับชั้นของการควบคุมและกำหนดแผนปฏิบัติการเพื่อจัดอันตรายและลดความเสี่ยง

3

การดำเนินการและประเมินความคืบหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่อสุขภาพ

4

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ พนักงานสามารถรายงานเหตุการณ์และสถานการณ์อันตรายจากการทำงานได้ระหว่างการประชุมด้านความปลอดภัยประจำเดือน หรือสามารถจัดทำรายงานอุบัติการณ์เพื่อดำเนินการสืบสวนสอบสวนดังขั้นตอนที่กำหนดไว้ในระบบปฏิบัติงาน บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้พนักงานรายงานข้อกังวลที่เกี่ยวข้องกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยผ่านช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียนตามที่บริษัทฯ ได้กำหนดตามคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ โดยผู้รายงานจะได้รับการคุ้มครองจากการตอบโต้ อีกทั้งในสถานการณ์ที่เชื่อว่าจะก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือเจ็บป่วย พนักงานมีสิทธิหยุดงานและแจ้งให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไปได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กรเพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินด้านสุขภาพ เช่น วิกฤตโรคระบาดที่อาจทำให้ธุรกิจหยุดชะงักได้

นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ยังคาดหวังให้คู่ค้ารักษามาตรฐานการจัดการความปลอดภัย และอาชีวอนามัยตามที่ประกาศผ่านจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง โดยความปลอดภัยและอาชีวอนามัยนั้น เป็นหนึ่งในเกณฑ์ที่บริษัทฯ ใช้ในการประเมินคู่ค้า ในกระบวนการจัดซื้อและเป็นส่วนหนึ่งของข้อกำหนดในสัญญาการจัดซื้อจัดจ้าง

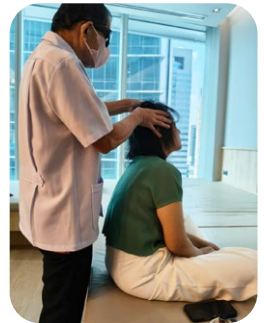
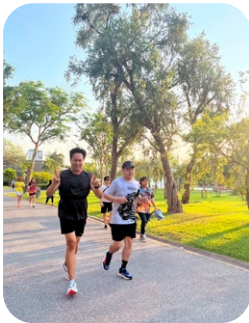


โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับนโยบาย
ด้านอาชีวอนามัยและ
ความปลอดภัย

วัฒนธรรมองค์กรด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

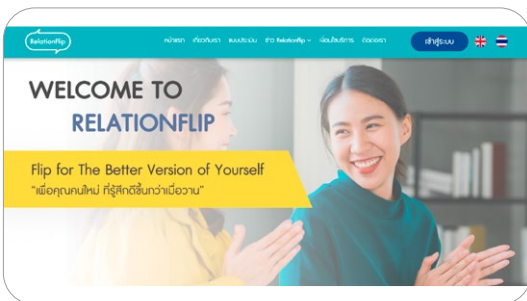
VGI ดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ควบคู่กับการเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยภายในองค์กร โดยจัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปี ซึ่งครอบคลุมการตรวจสุขภาพทั่วไป การตรวจสมรรถภาพการได้ยิน และการทดสอบสมรรถภาพปอด

เพื่อให้พนักงานสามารถติดตามและดูแลสุขภาพของตนเองได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสนับสนุนการออกกำลังกายผ่านคลาสออกกำลังกายและชมรมต่าง ๆ เช่น ชมรมวิ่ง โยคะ และเต้นแอโรบิก เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพแข็งแรงและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน



เพื่อช่วยลดความเหนื่อยล้าและความตึงเครียดจากการทำงาน บริษัทฯ ได้จัดให้มีเก้าอี้นวดภายในสำนักงาน รวมถึงบริการนวดผ่อนคลายจากผู้ฝึกทางสายตา ซึ่งเปิดโอกาสให้พนักงานได้รับการดูแลสุขภาพอย่างสะดวกในสถานที่ทำงาน อีกทั้ง VGI ให้ความสำคัญกับสุขภาพจิตของพนักงาน โดยจัดทำโครงการ

ให้คำปรึกษาด้านสุขภาพจิตผ่านแอปพลิเคชัน RelationFlip ซึ่งพนักงานสามารถประเมินสุขภาพจิตของตนเองผ่านแบบสอบถาม และเข้ารับคำปรึกษาจากจิตแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญได้ทางออนไลน์ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึงการดูแลสุขภาพทั้งทางกายและใจได้อย่างครอบคลุม



นอกจากนี้ VGI ยังจัดให้มีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัย เพื่อปลูกฝังความตระหนักและลดเหตุการณ์ อันไม่พึงประสงค์ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง โดยหลักสูตรฝึกอบรมนี้จัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปีสำหรับพนักงานทุกคน ซึ่งความถี่มากกว่า 2 ปี อันเป็น

ข้อกำหนดตามกฎหมาย โดยในปี 2568/69 การอบรมหลักสูตร “ความปลอดภัยในการปฏิบัติงานในพื้นที่ของระบบรถไฟฟ้า บีทีเอส” มีผู้เข้าร่วมซึ่งประกอบด้วยพนักงาน 147 คน และผู้รับเหมา 197 คน รวมไปถึง VGI ยังจัดให้มีการฝึกอบรม หนีไฟให้แก่พนักงานทุกคนเป็นประจำทุกปีร่วมกับเจ้าของอาคารอีกด้วย โดยปีนี้มีผู้เข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 127 คน

4.6 ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา

(GRI 3-3)



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

ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณาและการโฆษณา

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

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะไม่นำเสนอเนื้อหาสื่อโฆษณาที่อาเปรียบหรือก่อให้เกิดความวุ่นวายต่อกลุ่มเปราะบางอย่างกลุ่มเยาวชน เนื้อหาที่ยั่วยุให้เกิดความขัดแย้งทางศาสนาและเชื้อชาติ และสื่อที่แสดงถึงความรุนแรงและภาพลามกอนาจาร นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ จะไม่แสดงเนื้อหาที่เบี่ยงเบนหรือเกินความจริงในลักษณะที่เป็นเท็จที่มีวัตถุประสงค์เพื่อหลอกลวงสังคม ทั้งนี้ ข้อความคำเตือนจะถูกนำเสนอสำหรับเนื้อหาสื่อโฆษณาที่อาจก่อให้เกิดความขัดเคืองหรือ

มีความรุนแรง เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลือกดูได้ตามความเหมาะสม และเพื่อให้สอดคล้องตามแนวทางการโฆษณานั้น บริษัทฯ จะตกลงตามข้อกำหนดและเงื่อนไขกับลูกค้าและแบรนด์ต่าง ๆ ในทุกการทำการกิจร่วมกัน และได้กำหนดให้มีขั้นตอนในการตรวจสอบเนื้อหาของสื่อโฆษณาโดยฝ่ายกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหานั้นสอดคล้องตามกฎหมาย แนวปฏิบัติ และข้อกำหนดของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในกรณีที่พบว่าเนื้อหาไม่เป็นไปตามแนวปฏิบัติของบริษัทฯ VGI ขอสงวนสิทธิ์ทั้งหมดเพื่อปฏิเสธที่จะเผยแพร่เนื้อหาสื่อโฆษณาดังกล่าวดังข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ได้ตกลง

โดยในปี 2568/69 ที่ผ่านมานั้น บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการแจ้งเหตุเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม และไม่มีเหตุการณ์การเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิดที่เกิดขึ้น



0 ครั้ง

ไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการแจ้งเหตุเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้

สำหรับนโยบายด้านความรับผิดชอบ
ในเนื้อหาสื่อโฆษณาและการโฆษณา



5

VGI กับความยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม

5.1 กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ และการใช้พลังงาน	75
5.2 การจัดการของเสียและการบริหารจัดการน้ำ	79

5.1 กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ และการใช้พลังงาน

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



เป้าหมาย

ระยะสั้นปี 2573/74

- ลดการปล่อย **Scope 1 และ 2** ลงร้อยละ **20** เมื่อเทียบกับปี 2567/68
- ลดการปล่อย **Scope 3** ลงร้อยละ **10** เมื่อเทียบกับปี 2567/68

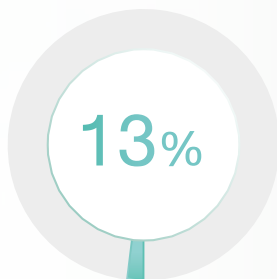
ระยะกลางปี 2583/84

- ลดการปล่อย **Scope 1 และ 2** ลงร้อยละ **42** เมื่อเทียบกับปี 2567/68
- ลดการปล่อย **Scope 3** ลงร้อยละ **25** เมื่อเทียบกับปี 2567/68

ระยะยาวปี 2593/94

- ลดการปล่อย **Scope 1 และ 2** ลงร้อยละ **90** เมื่อเทียบกับปี 2567/68
- ลดการปล่อย **Scope 3** ลงร้อยละ **90** เมื่อเทียบกับปี 2567/68

ผลการดำเนินงานปี 2568/69



ลดการปล่อย Scope 1 ลงร้อยละ 13
เมื่อเทียบกับปีฐานปี 2567/68



ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นปัญหาสำคัญระดับโลกอย่างปฏิเสธไม่ได้ VGI จึงมุ่งมั่นที่จะรับมือกับทั้งความท้าทายและโอกาสอันมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการอนุรักษ์พลังงาน โดยในฐานะผู้ให้บริการ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชันส์ ในปี 2568/69 VGI มุ่งสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมคาร์บอนต่ำผ่านแผนการขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 ซึ่งสอดคล้องกับพันธกรณีของประเทศไทยตามความตกลงปารีส (Paris Agreement) และเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของบริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โดย VGI ยึดปฏิบัติตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในการดำเนินงาน ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงการอนุรักษ์พลังงาน พิจารณานำพลังงานสะอาดมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านการเผยแพร่บริการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสู่สาธารณะในช่องทางสื่อต่างๆ ของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ VGI ยังให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศนั้น อาทิ การเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนของสภาพอากาศที่รุนแรงและภัยธรรมชาติที่อาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางธุรกิจของ VGI ได้ ดังนั้นเพื่อจัดการกับความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเหล่านี้ VGI จึงดำเนินการกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร เพื่อกบฏอนปัจจัยเสี่ยงที่มีอยู่และที่เกิดขึ้นใหม่อันเกี่ยวข้องกับผลกระทบของสภาพอากาศที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งบริษัทฯ ได้กำหนดแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กร รวมไปถึงแผนฟื้นฟูจากภัยพิบัติเพื่อจัดการกับเหตุการณ์สภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย

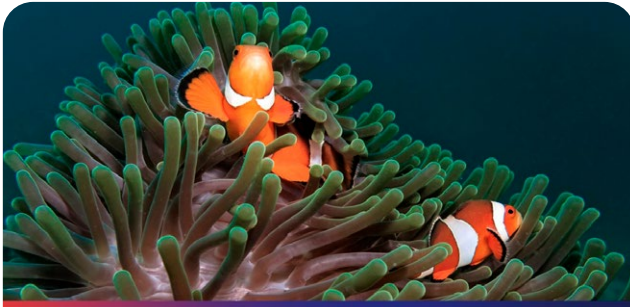
โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม



ความเสี่ยงและโอกาสของบริษัทฯ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

VGI มีความตั้งใจที่จะจัดการกับความท้าทายและโอกาสที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทฯ ร่วมไปกับการสร้างความตระหนักรู้ทางสังคมเกี่ยวกับความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านช่องทางสื่อและแพลตฟอร์มต่างๆ ของบริษัทฯ VGI บริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพอากาศที่รุนแรง และภัยธรรมชาติที่อาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางธุรกิจ โดยได้เปิดเผยข้อมูลตามมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures หรือ TCFD) ซึ่งประกอบไปด้วยการประเมินความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



TCFD Report 2025/26



Climate Risk Assessment Report 2025/26



นอกจากนี้ VGI ยังมีแนวทางในการประเมินและจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ ผ่านการพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ และอาจก่อให้เกิดผลกระทบที่สำคัญตลอดห่วงโซ่มูลค่า ทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ รวมถึงการดำเนินงานของตนเอง รวมทั้งคู่ค้าและลูกค้า โดยสามารถศึกษาได้เพิ่มเติมผ่านรายงานการประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Risk Assessment Report) ของ VGI



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับรายงาน TCFD

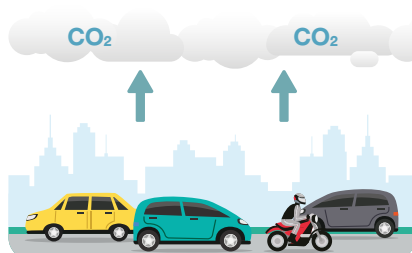


โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับรายงาน Climate Risk Assessment

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรในปี 2568/69

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม Scope 1+2
6,244.66 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e)

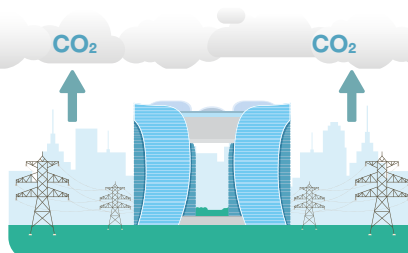
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม Scope 1+2+3
22,017.83 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e)



ขอบเขตที่ 1 (Scope 1)

234.62 tCO₂e

กิจกรรมในองค์กร
และยานพาหนะขององค์กร



ขอบเขตที่ 2 (Scope 2)
(Location-based)

6,010.04 tCO₂e

การใช้ไฟฟ้าขององค์กร



ขอบเขตที่ 3 (Scope 3)

15,733.17 tCO₂e

กิจกรรมต้นน้ำ
และปลายน้ำ

RENEWABLE ENERGY CERTIFICATES (RECS)

บริษัทฯ จัดหาพลังงานสะอาดจากแหล่งพลังงานหมุนเวียนร้อยละ 10 ของการดำเนินงาน โดยการใช้ใบรับรองเครดิตการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificates หรือ RECs) ซึ่งมาจากโครงการพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ของ บริษัท บีซีพีจี จำกัด (มหาชน)

VGI รับเครื่องหมาย CARBON NEUTRAL ประเภทอีเวนต์



VGI ได้รับประกาศนียบัตร “การรับรองเครื่องหมาย Carbon Neutral ประเภทอีเวนต์” จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. จากการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 ซึ่งผ่านการรับรองตามหลักเกณฑ์ด้านการประเมิน การชดเชยคาร์บอน และมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์จากการจัดงานดังกล่าว

กิจกรรม “CLEAN AIR WE SHARE ขบวนการหายใจสะอาด”

ในปี 2568 บริษัทฯ ร่วมกับกลุ่มบริษัทบีทีเอส จัดกิจกรรม “Clean Air We Share ขบวนการหายใจสะอาด” เนื่องในวันสากลเพื่ออากาศสะอาดสำหรับท้องฟ้าสีใส (International Day of Clean Air for Blue Skies) โดยได้แจกต้นไม้ฟอกอากาศกว่า 4,500 ต้น ณ สถานีรถไฟฟ้าสำคัญ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดูแลคุณภาพอากาศ และสนับสนุนการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ตามธรรมชาติ อันเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้ การดำเนินงานของระบบรถไฟฟ้าบีทีเอสตลอดระยะเวลากว่า 26 ปี ยังมีส่วนช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากกว่า 2 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ฟอกอากาศกว่า 250 ล้านต้น โดยกิจกรรมดังกล่าวจัดขึ้นในวันที่ 5 กันยายน 2568 ณ สถานีพร้อมพงษ์ สถานีสยาม สถานีห้าแยกลาดพร้าว และสถานีวัดพระศรีมหาธาตุ สะท้อนถึงบทบาทของระบบขนส่งมวลชนในการสนับสนุนการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นรูปธรรม



กิจกรรมปล่อยเต่าคืนสู่ท้องทะเล “TURTLE WILL BE FREE, LET’S JOIN TRIP TO THE SEA”



TURTLE ได้จัดกิจกรรม “Turtle will be free, Let’s join trip to the sea” โดยเชิญชวนลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียเข้าร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าคืนสู่ธรรมชาติ ณ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล จังหวัดชลบุรี พร้อมสนับสนุนงบประมาณเพื่อการฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง ซึ่งมีบทบาทสำคัญทั้งต่อการดูดซับคาร์บอนตามธรรมชาติ การรักษาสมดุลของระบบนิเวศ และการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ

กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมของกลุ่มบริษัท VGI ในการสนับสนุนแนวทางการจัดการก๊าซเรือนกระจกควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่ผู้มีส่วนได้เสีย โดยบริษัทฯ มุ่งผสานการดำเนินงานธุรกิจเข้ากับการลดผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ การสร้างการมีส่วนร่วมของสังคม และการใช้ศักยภาพขององค์กรในการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

การลดการใช้ไฟฟ้าบนสถานีรถไฟฟ้า

VGI ประหยัดการใช้ไฟฟ้าจากสื่อโฆษณาของบริษัทฯ บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสโดยการเปลี่ยนหลอดไฟ/ลู่อออสเซนต์เป็นแบบหลอดไฟ LED มาตั้งแต่ปี 2556 และดำเนินการปิดไฟหลังเวลาทำการ ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ถึง 4 ล้านบาทต่อปี



BTS VISIONARY PARK: อาคารสำนักงานมาตรฐาน LEED GOLD

ในปี 2568/69 บริษัทฯ ได้ดำเนินงาน ณ อาคารสำนักงาน BTS Visionary Park ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานอาคารเขียวระดับ LEED Gold สะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับการออกแบบและบริหารจัดการอาคารอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

อาคารได้รับการออกแบบให้เอื้อต่อการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ เชื่อมต่อกับสถานีรถไฟฟ้า ซึ่งช่วยสนับสนุนการลดการใช้ยานพาหนะส่วนบุคคลและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเดินทางของพนักงาน

ในด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงาน อาคารมีการติดตั้งอุปกรณ์ประสิทธิภาพสูง อาทิ ระบบทำความเย็น (Chiller) ป้อนน้ำระบบปรับอากาศ (AHUs) และระบบแสงสว่างแบบ LED ซึ่งช่วยลดการใช้พลังงานและค่าใช้จ่ายด้านพลังงานได้ประมาณร้อยละ 22 ต่อปี เมื่อเทียบกับอาคารมาตรฐานทั่วไป

นอกจากนี้ อาคารยังมีการบริหารจัดการสารทำความเย็นอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการเลือกใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อ



สิ่งแวดล้อมได้แก่ R-134a ซึ่งมีค่าศักยภาพในการทำลายชั้นโอโซนเป็นศูนย์ (Zero Ozone Depletion Potential) และสามารถลดผลกระทบต่อด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากสารทำความเย็นได้ประมาณร้อยละ 20 ต่อหน่วย Refrigeration Ton เมื่อเทียบกับระบบทั่วไป สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสนับสนุนการดำเนินงานที่คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

5.2 การจัดการของเสียและ การบริหารจัดการน้ำ

(GRI 3-3, 303-3, 303-4, 303-5, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5)



เป้าหมาย

ระยะสั้นปี 2573/74

- ลดปริมาณขยะทั่วไปที่จะถูกฝังกลบหรือเผาผลาญร้อยละ 30 ของปริมาณขยะทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2567/68

ระยะกลางปี 2583/84

- ลดปริมาณขยะทั่วไปที่จะถูกฝังกลบหรือเผาผลาญร้อยละ 50 ของปริมาณขยะทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2567/68

ระยะยาวปี 2593/94

- ลดปริมาณขยะทั่วไปที่จะถูกฝังกลบหรือเผาผลาญร้อยละ 70 ของปริมาณขยะทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2567/68

ผลการดำเนินงานปี 2568/69



เปลี่ยนการนำขยะที่จะถูกฝังกลบหรือเผาทำลาย ด้วยการนำกลับมาใช้ประโยชน์ร้อยละ 30 ของปริมาณขยะทั้งหมด

VGI ให้ความสำคัญในการลดของเสีย การปฏิบัติด้านการจัดการของเสียที่สอดคล้องตามกฎหมาย และการนำเศษซากกิจกรรมเวียนมาใช้ในกิจกรรมทางธุรกิจ โดยตระหนักดีว่าการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพเป็นวาระสำคัญในการดำเนินธุรกิจเพื่อช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง ทั้งนี้ VGI มีความมุ่งมั่นในการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพและประยุกต์ใช้แผนเศรษฐกิจหมุนเวียนของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยของเสียที่เกิดจากการดำเนินงานของ VGI เองโดยทั่วไปแล้ว จะเกิดจากกิจกรรมในสำนักงานที่ถูกกำจัดโดยฝ่ายบริหารอาคารตามข้อผูกพันในสัญญาและป้ายไวนิลที่ใช้แล้วที่เกิดจากธุรกิจสื่อโฆษณาของบริษัทฯ ซึ่งจะถูกจัดเก็บไว้ในพื้นที่หรือนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีระบบการกำกับและติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับของเสียโดยทั่วไป นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ยังปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการลดขยะตามหลักการ 3R คือ ลดของเสียให้น้อยที่สุด (Reduce) นำของเสียกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และนำไปผ่านกระบวนการหรือแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

หลักการลดของเสีย 3R ของ VGI



Reduce

การลดของเสียให้น้อยที่สุด



Reuse

การนำของเสียกลับมาใช้ใหม่



Recycle

การนำของเสียไปผ่านกระบวนการหรือแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลการจัดการของเสียขององค์กรในปี 2568/69



32.85 ตัน

ปริมาณของเสียทั้งหมด
(ขยะอันตรายและขยะไม่อันตราย)



84%

ปริมาณของเสียที่นำกลับมาใช้ประโยชน์
และเก็บไว้ภายในองค์กร

การคัดแยกประเภทขยะ

VGI ได้จัดให้มีถังขยะเฉพาะสำหรับขยะประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ขยะทั่วไป ขยะเปียก และขยะรีไซเคิล (พลาสติก กระดาษ และ แก้ว & โลหะ) ซึ่งบริษัทฯ รับผิดชอบการคัดแยกขยะเพื่อสร้างความตระหนักของพนักงานเกี่ยวกับความสำคัญของการคัดแยกขยะและความร่วมมือในการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ

VGI ทำการคัดแยกประเภทของขยะที่เกิดจากกิจกรรมภายในสำนักงานก่อนที่จะส่งกำจัดโดยฝ่ายบริหารอาคาร โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีถังขยะแยกตามประเภท ได้แก่ ขยะทั่วไป ขยะเปียก และขยะรีไซเคิล เช่น พลาสติก กระดาษ และแก้ว & โลหะ พร้อมทั้งรณรงค์และสื่อสารสร้างความตระหนักแก่พนักงานอย่างต่อเนื่องผ่านการอบรมเกี่ยวกับความสำคัญของการคัดแยกขยะและบทบาทของแต่ละบุคคลในการบริหารจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพผ่านหลักสูตรอบรมด้าน ESG และกิจกรรมสื่อสารต่าง ๆ ภายในองค์กร



ขยะที่ผ่านการคัดแยกเบื้องต้นจะถูกส่งต่อให้ฝ่ายบริหารอาคาร BTS Visionary Park ดำเนินการรวบรวมและคัดแยกเพิ่มเติมผ่านพื้นที่จัดเก็บและห้องคัดแยกขยะที่ได้รับการออกแบบเพื่อรองรับการรวบรวมวัสดุรีไซเคิลอย่างเป็นระบบ ก่อนส่งต่อให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดการตามประเภทของของเสียอย่างเหมาะสม

โครงการ “ฮีโร่ให้” ปีที่ 3 มอบปฏิทินตั้งโต๊ะเก่า

VGI ร่วมกับกลุ่มบริษัทบีทีเอส และพนักงานจิตอาสา ดำเนินกิจกรรมภายใต้แคมเปญ “ฮีโร่ให้” โดยรวบรวมปฏิทินตั้งโต๊ะใช้แล้วกว่า 60,000 ฉบับ จากพนักงาน ผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส หน่วยงานใกล้เคียงสถานี และประชาชนทั่วไป เพื่อนำวัสดุกระดาษดังกล่าวกลับเข้าสู่กระบวนการแปรรูปแทนการกำจัดเป็นขยะทั่วไป

วัสดุที่ได้รับการคัดแยกและรวบรวมถูกนำมาแปรรูปเป็นสื่อการเรียนการสอนสำหรับนักเรียนผู้พิการทางการเห็น ควบคู่กับการสนับสนุนเงินทุนจำนวน 200,000 บาท เพื่อพัฒนาสื่อการศึกษาเพิ่มเติม กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนแนวทางการบริหารจัดการของเสียตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดตลอดวงจรชีวิต



นอกจากนี้ พนักงานจิตอาสายังได้ร่วมกิจกรรมบันทึกหนังสือเสีย (อ่านนิทาน) และเข้าเล่มหนังสืออักษรเบรลล์ เพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาอย่างเท่าเทียม กิจกรรมนี้จึงเป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าการจัดการของเสียอย่างรับผิดชอบสามารถสร้างคุณค่าร่วมทางสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรม

โครงการลดการใช้ขวดพลาสติก

VGI สนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมลดปริมาณขยะพลาสติกในองค์กร โดยได้จัดหาเครื่องกรองน้ำเพื่อให้พนักงานได้ดื่มน้ำสะอาด และรณรงค์ให้พนักงานหันมาใช้แก้วน้ำที่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้ เพื่อลดปริมาณขยะพลาสติก และเป็นส่วนช่วยในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอีกด้วย



โครงการอโฆเซลไวนิลจากป้ายโฆษณาที่ใช้แล้ว

VGI ยังคงอโฆเซลไวนิลที่ใช้แล้วจากป้ายโฆษณาตามความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการลดขยะโดยการประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยในปี 2568/69 ขยะไวนิลของ VGI ได้ถูกเปลี่ยนจากการถูกกำจัดไปเป็นการอโฆเซลไวนิลเพื่อผลิตเป็นกระเป๋ากู้ภัย รวมถึงแจกให้แก่โรงเรียนในโครงการจิตอาสาต่าง ๆ ของ VGI จำนวนกว่า 300 ใบ ซึ่งนอกจากจะช่วยในการลดปริมาณขยะแล้ว ในการผลิตกระเป๋านั้น VGI ยังได้สนับสนุนให้ชุมชนมีรายได้ ผ่านการจ้างงานชุมชนเพื่อผลิตกระเป๋านี้ด้วย



ในปี 2568/69

ลดการใช้แก้วพลาสติกได้ทั้งสิ้น

6,190 แก้ว

ซูเปอร์ เทอร์เกิล ชวนรักษ์โลก ลดการใช้ Single-use Plastic

VGI ขยายแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนสู่การดำเนินงานในธุรกิจค้าปลีก ผ่าน TURTLE บริษัทย่อยของบริษัทฯ ด้วยความมุ่งมั่นในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและส่งเสริมการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม TURTLE จึงได้จัดแคมเปญรณรงค์ให้ลูกค้านำแก้วส่วนตัวมาใช้บริการที่ Turtle Café ทุกสาขา พร้อมรับส่วนลด 5 บาทต่อแก้ว เพื่อลดการพึ่งพาบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) โดยการนำแก้วส่วนตัวมาใช้แต่ละครั้งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้กว่า 40 gCO₂e สอดคล้องกับหลักการ 3R (Reduce Reuse Recycle) ในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

โดยในปี 2568/69 สามารถลดการใช้แก้วพลาสติกได้ทั้งสิ้น 6,190 แก้ว สะท้อนถึงศักยภาพของมาตรการเชิงพฤติกรรมในการลดของเสียจากบรรจุภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ยังนำหลักการ Waste Valorisation มาประยุกต์ใช้ ในกระบวนการดำเนินงาน โดยนำกากกาแฟที่เหลือจากการชงเครื่องดื่มแจกให้ลูกค้าโดยไม่มีค่าใช้จ่ายในทุกสาขา เพื่อนำกลับไปใช้ประโยชน์ เช่น ปุ๋ยอินทรีย์หรือวัสดุปรับปรุงดิน แนวทางนี้ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก้วสุดที่อาจถูกมองว่าเป็นของเสีย พร้อมลดปริมาณขยะที่ต้องนำเข้าสู่กระบวนการกำจัดปลายทาง

การดำเนินงานในทั้งสองมิตินี้ ทั้งการลดการใช้พลาสติก และการนำของเสียกลับมาสร้างคุณค่า สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนของกลุ่มบริษัทฯ VGI ที่มุ่งบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเข้าสู่การดำเนินงานในทุกระดับ

การบริหารจัดการน้ำ

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจหลักของ VGI เป็นการให้บริการด้าน Offline-to-Online โซลูชันส์ จึงมีการใช้น้ำหลักจากอาคารสำนักงานที่บริษัทฯ ใช้ในการดำเนินงานเท่านั้น บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าและมีประสิทธิภาพ จึงมีการสื่อสารและรณรงค์สร้างความตระหนักถึงแก่พนักงานอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการประหยัดน้ำและการใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบ อาทิ การติดป้ายประชาสัมพันธ์และข้อความรณรงค์บริเวณห้องน้ำ พื้นที่ส่วนกลาง และจุดใช้น้ำภายในสำนักงาน เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างเหมาะสม เช่น การปิดก๊อกน้ำให้สนิท การใช้น้ำเท่าที่จำเป็น เป็นต้น

นอกจากนี้ อาคารสำนักงานที่บริษัทฯ ใช้ในการดำเนินงานได้รับการรับรองมาตรฐานอาคารเขียวระดับ LEED Gold ซึ่งครอบคลุมการออกแบบและบริหารจัดการอาคารอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการติดตั้งอุปกรณ์ที่ประหยัดน้ำที่ช่วยลดการใช้น้ำได้ประมาณร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับอาคารมาตรฐานทั่วไป นอกเหนือจากมาตรการด้านโครงสร้างพื้นฐาน VGI ยังส่งเสริมการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการสร้างความตระหนักถึงแก่พนักงาน โดยบูรณาการเนื้อหาด้านการอนุรักษ์น้ำและแนวปฏิบัติการใช้ nướcอย่างเหมาะสมไว้ในหลักสูตรอบรมด้าน ESG และกิจกรรมสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง

หมายเหตุ:

ข้อมูลปี 2568/69 จัดเก็บจากมิเตอร์น้ำภายในสำนักงานแห่งใหม่ซึ่งเริ่มใช้งานในปลายปีนี้ โดยครอบคลุมเฉพาะการใช้น้ำภายในพื้นที่สำนักงาน และไม่รวมการใช้น้ำในพื้นที่ส่วนกลางของอาคาร



ใช้น้ำประปา 100%



อาคารมาตรฐาน LEED Gold



มาตรการใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำ



ในปี 2568/69 บริษัทฯ มีการใช้น้ำรวม

646.3 ลูกบาศก์เมตร

การเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้าน ESG และความยั่งยืนแก่พนักงาน

VGI ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และสร้างความตระหนักรู้ด้าน ESG และความยั่งยืนแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดอบรมเป็นประจำทุกปี รวมถึงกิจกรรมสื่อสารภายในองค์กร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของพนักงานในการร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อเนื้อหาการอบรมครอบคลุมประเด็นสำคัญ อาทิ ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกี่ยวข้อง ความสำคัญของการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ความรู้และความสำคัญของการคัดแยกขยะ แนวทางการคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี



การลดปริมาณของเสียจากการดำเนินงาน ตลอดจนความสำคัญของการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และวิธีการประหยัดน้ำในชีวิตประจำวันและภายในสำนักงาน





VGI Public Company Limited (“The Company” or “VGI”) is deeply honoured 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.



Ranked the World’s most sustainable company within the Media, Movies & Entertainment industry for the 4th consecutive years by S&P Global.



Certified as a member of the Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC) since 2014.



Received an “Excellent” Corporate Governance scoring for the 10th consecutive year in 2025 by the Thai Institute of Directors (IOD).



Received 100 points in the 2025 Annual General Meeting (AGM) Checklist assessment, reflecting the Company’s strong commitment to transparency, shareholder engagement and the protection of shareholders’ rights in accordance with good corporate governance principles.



Included into SET100 Index during January to June 2026.



Included in MSCI Global Small Cap Indices for the 6th consecutive year by the Morgan Stanley Capital International (MSCI) index.



Received ISO 27001 and ISO 27701 certifications, reinforcing the effectiveness of its information security and personal data protection management systems in line with international standards.



Committed to achieving Net Zero by 2050, reinforcing VGI’s long-term dedication to climate action and sustainable business practices.



SUSTAINABILITY REPORT 2025/26

VGI PUBLIC COMPANY LIMITED

TABLE OF CONTENTS

1

INTRODUCTION

1.1. About This Report	89
1.2 Message from the Chairman	90
1.3 Ambition and Strategy	92
1.4 VGI Ecosystem and VGI Value Chain	94

2

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AT VGI

2.1 Materiality Assessment	98
2.2 Stakeholder Engagement	101
2.3 Sustainable Development Policies and Goals	104
2.4 Sustainability Awards and Achievements in FY 2025/26	107

3

GOVERNANCE AND ECONOMIC SUSTAINABILITY

3.1 Corporate Governance and Business Conduct	110
3.2 Risk and Crisis Management	117
3.3 Supply Chain Management	123
3.4 Innovation	128
3.5 Information Technology Security and Personal Data Privacy	131

4

SOCIAL SUSTAINABILITY

4.1 Customer Relationship Management	137
4.2 Human Resources Development and Well-Being	141
4.3 Human Rights	147
4.4 Social and Community Development	150
4.5 Occupational Health and Safety	155
4.6 Responsible Advertising and Media Content	157

5

ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

5.1 Climate and Energy Strategy	159
5.2 Waste and Water Management	163

6

SUSTAINABILITY PERFORMANCE

6.1 Sustainability Performance Report	168
6.2 GRI Content Index	169
6.3 Independent Assurance Statement	170
6.4 Reader Opinion Survey	172



1

INTRODUCTION

1.1 About This Report	89
1.2 Message from the Chairman	90
1.3 Ambition and Strategy	92
1.4 VGI Ecosystem and VGI Value Chain	94



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 publishing an annual sustainability report since 2014 to communicate our vision, strategy, management, operational process, sustainability performance based on material issues that are essential to all stakeholders and businesses, as well as to report the Company’s performance progress in various dimensions. This FY 2025/26 Sustainability Report encompasses the Company’s economic, social and environmental performance between April 1st, 2025 to March 31st, 2026.

The report has been prepared in accordance with the GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards), covering the evaluation of all 13 material sustainability issues, with performance results including the Company’s business operations in Thailand, in addition to other subsidiaries in which VGI holds more than 50 percent of shares and controlling interests. The social and environmental performance indicators disclosed in this Sustainability Report have been thoroughly verified by the independent auditor Lloyd’s Register Quality Assurance (LRQA) in order to assure comprehensive data collection, accuracy, completeness and reliability, with the data verified in FY 2025/26 including 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.

This Sustainability Report has been reviewed and approved by the Board of Directors. For further details regarding VGI’s business nature, management structure, corporate governance, risk management, internal control, internal audit, and operational results are available at: <https://investor.vgi.co.th/th/document/annual-reports>.

**For more information,
please contact:**

Company Secretary Department
VGI Public Company Limited

1000/9 BTS Visionary Park - South Tower 27th Floor, Phahonyothin Road,
Chomphon Sub-district, Chatuchak District, Bangkok 10900 Thailand

 +66 (0) 2273 8884

 Email: vgisustainability@vgi.co.th

1.2 MESSAGE FROM THE CHAIRMAN

(GRI 2-22)



A stylized black ink signature of Keeree Kanjanapas.

Keeree Kanjanapas
Chairman
of the Board of Directors

During FY 2025/26, despite continued economic challenges, VGI remained committed to operating under our vision of being “The Pioneering Solutions for Tomorrow”, with a focus on building a resilient business ecosystem that responds to modern lifestyles. We place the highest importance on integrating sustainability into every dimension of our business strategy in order to create shared value for all stakeholders and strengthen the foundation for long-term sustainable growth.

One of the key milestones reflecting our concrete environmental commitment this year was the relocation to our new headquarters at BTS Visionary Park, a LEED Gold-certified building that meets world-class sustainability standards. At the new office, we emphasise efficient resource management across all operations, including energy conservation, sustainable water management, and systematic waste management, in response to the growing challenges of climate change. These efforts also form part of our roadmap toward achieving Net Zero by 2050, in alignment with Thailand’s commitments under the Paris Agreement, the long-term sustainability goals of BTS Group Holdings Public Company Limited, and the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), which continue to serve as a key framework guiding our business operations.

In addition, VGI continues to strengthen our organisational culture through the “ESG DNA” initiative, which aims to cultivate environmental and social responsibility among employees at all levels. At the same time, we continue to implement circular economy principles by transforming waste materials generated from advertising media

production into new value-added resources in order to minimise environmental impact. We also maintain high standards of corporate governance and international-level data security management through ISO 27001 and ISO 27701 certifications, reinforcing stakeholder confidence in the digital era. Furthermore, we remain committed to creating positive social impact through continuous support for education and initiatives aimed at improving the quality of life of vulnerable groups.

Through our continued commitment and consistency in sustainable business practices, VGI has received international recognition by being ranked among the Top 1% of the world’s most sustainable companies by S&P Global, while also maintaining our position as the world’s number one company in the media, movies and entertainment industry for the fourth consecutive year. These achievements, together with our “Excellent” (5-star) corporate governance rating for the tenth consecutive year, reflect VGI’s leadership in sustainability and our commitment to responsible business practices toward society and the environment.

The trust and confidence we have received from our partners and stakeholders continue to be an important driving force that enables VGI to overcome challenges and move forward with resilience. Looking ahead, VGI remains committed to strengthening our business with flexibility and responsibility by upholding good corporate governance, caring for the environment, creating social value and advancing responsible innovation in order to deliver sustainable growth and long-term shared value for all stakeholders.

1.3 AMBITION AND STRATEGY

(GRI 2-23)

Pioneering Solutions for Tomorrow

- A leader in designing pioneering experiences for consumers
- A leader in creating a pioneering platform for marketers and brands
- A leader in creating pioneering and sustainable business for stakeholders, society and the environment



VGI aims to be the market leader in providing Offline-to-Online (“O2O”) Solutions. The Company continues to build on the foundations of our business model established by acquisitions and partnerships, which focuses on strengthening the integration of our offline-to-online platform through the continual enrichment of VGI’s data sources on consumer behaviour to provide optimal O2O Solutions for our clients.

Solutions
Offline-to-Online

Connector
Data

Platform
Advertising · Digital Services · Distribution



VALUES

VGI believes in long-term value creation for our shareholders, partners and society, which is the fundamental principle we have always adhered to.



GROWTH

VGI strives to achieve industry-leading growth, and is ready to partner with key complimentary market leaders around the world as our key growth differentiator.



INNOVATION

We commit to digitalisation, technology and R&D excellence to develop products and solutions that are compatible with every generation and able to best meet ever-changing consumer demands.

1.4 VGI ECOSYSTEM AND VGI VALUE CHAIN

(GRI 2-6)

VGI is a service provider of Offline-to-Online (O2O) Solutions with a complete and comprehensive ecosystem on our 3 main business platforms, which are advertising, digital services and distribution businesses. The Company strives 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.

This integrated ecosystem is designed to fulfil three key brand objectives. By leveraging our diverse business units, the Company can effectively access and analyse consumer behavioural data to develop creative marketing strategies. This enables advertisers to precisely build brand awareness, foster engagement with target audiences and drive efficient conversion into product or service selection. Moreover, the Company is committed to growing the business in parallel with consideration to sustainable benefits for all groups of stakeholders.



Advertising Business



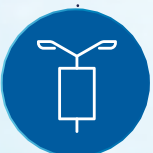
Transit Media

VGI was granted exclusive rights to manage a network of advertising media in diverse mass transit systems, covering 84 strategic locations across 24 stations on the Green Line core network and 7 stations on its extension, as well as 23 stations on the Yellow Line and 30 stations on the Pink Line, with total rights for 170 trains. This includes more than 3,600 static displays, as well as over 3,200 LCD screens across trains and stations. This network has strong potential to reach and communicate with millions of commuters using mass transit systems each day, covering all target consumer groups.



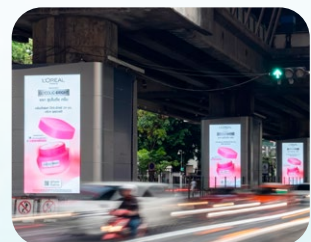
Office Media

VGI was granted exclusive rights to distribute advertising media within a network of over 223 office buildings in Bangkok, with more than 1,600 elevator screens and 370 lobby screens, which can distribute advertising and reach large groups of office workers.



Outdoor Media

Outdoor media is managed through Plan B Media Public Company Limited, which covers areas across the country, reaching large audiences of advertising media and helping to effectively create awareness and brand recognition.



Digital Services Business



Cashless Payment

Under Bangkok Smartcard System Company Limited "BSS"

There are offline and online payments on the mass transit system and leading retail stores nationwide. Currently, there are approximately 21 million users of Rabbit Card and co-branded cards, with over 12,000 partner merchants from various types of businesses, enabling Rabbit Card users to make numerous types of payments.



Brokerage Platform for Insurance and Banking Products

Under Rabbit Care Company Limited "RCare"¹

A leader in insurance comparison and financial products marketplace in Thailand, operating a technology-enabled distribution model across both Business-to-Consumer (B2C) and Business-to-Business (B2B) segments



Digital Lending

Under Rabbit Cash Company Limited "RCash"¹

A leader in online lending services that offer Thais easy, convenient and fast access to financial resources free from traditional lending conditions



Distribution Business



Retail and Leasing Businesses

Under Super Turtle Public Company Limited "TURTLE"

TURTLE is a fast-growing company focusing on providing convenience and value to customers, consisting of 2 types of businesses: retail and leasing businesses.



Brand Management and Multi-platform Commerce

Under Rabbit Bytes Company Limited "RBytes"²

RBytes operates its core business in product distribution through both online and offline channels, covering various leading e-commerce platforms. RBytes distributes products from leading brands, including pet care products, health and beauty products, and smart home devices, while also providing comprehensive commercial services and go-to-market strategy consulting for brand.



¹ Under BSS Holdings Company Limited "BSSH"

² Formerly known as Fanslink Communication Company Limited under BSSH

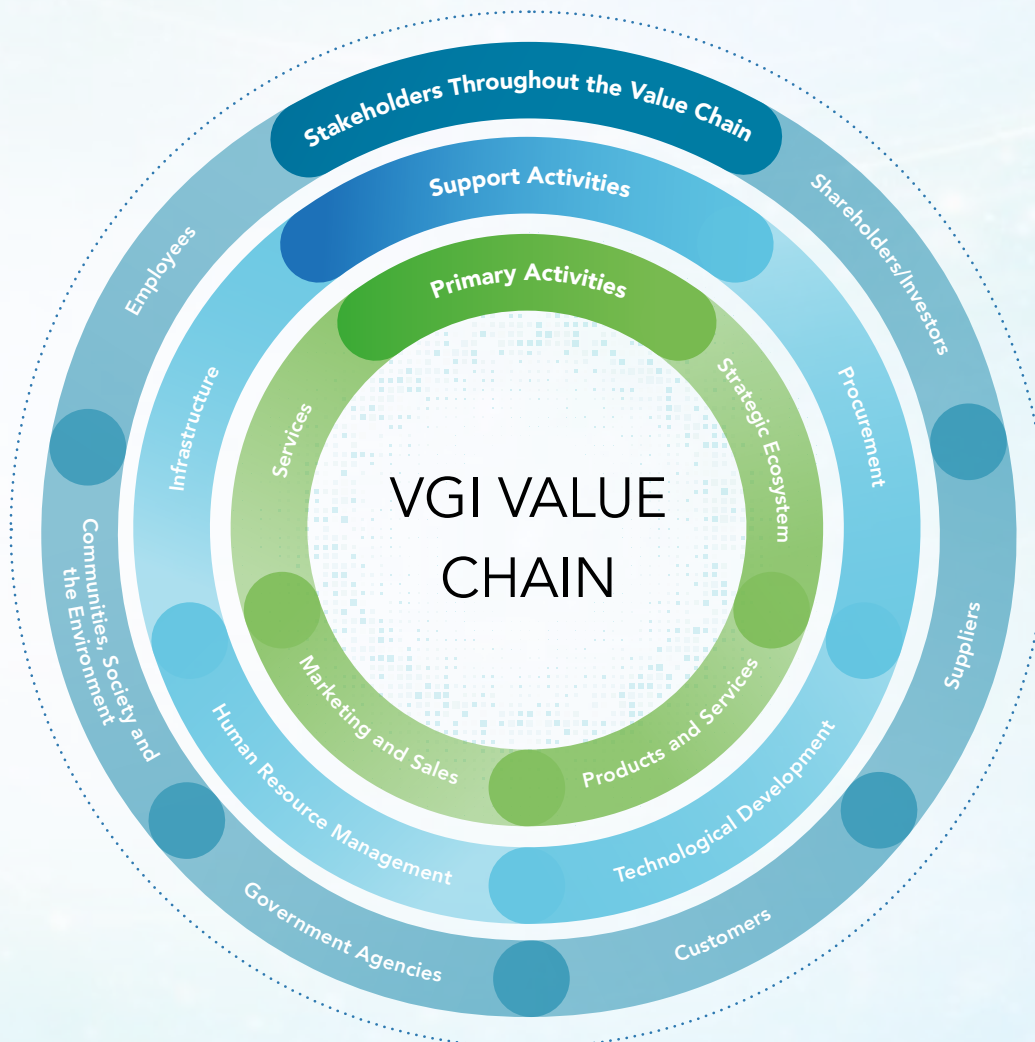
VGI VALUE CHAIN

(GRI 2-6)

VGI continually pursues business opportunities through strategic alliances and ecosystem integration in advertising media platforms, digital services and distribution businesses. Under VGI's main advertising media business, the Company continues to develop advertising media channels to meet the needs of advertisers and brands. In addition, spending data analysis from our digital services can also enhance the Company's advertising media service by reaching target customers and stimulating more customer engagement with the brand.

Moreover, this ecosystem paves access to consumer behaviour and interests through various offline and online payment service transactions, which will help strengthen the Company's database in more depth, create deeper product awareness, build engagement between products and consumers, as well as increase conversion by encouraging consumer purchases or customers' applications for services.

As for the distribution business, the Company has developed various products and services to meet the needs of consumers, for instance, providing retail services in mass transit systems, managing leasing spaces on BTS SkyTrain stations, multi-platform brand management and distribution for products from leading brands. In addition, VGI's payment service business also boosts our distribution business by offering cashless payment services to consumers.



2

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AT VGI

2.1 Materiality Assessment	98
2.2 Stakeholder Engagement	101
2.3 Sustainable Development Policies and Goals	104
2.4 Sustainability Awards and Achievements in FY 2025/26	107

2.1 MATERIALITY ASSESSMENT

(GRI 3-1)

VGI conducts a sustainability materiality assessment on an annual basis, taking into consideration both internal and external factors that cover the Company's risks, impacts and stakeholder expectations. Internal factors include economic, social and environmental risks, opportunities and impacts that may arise across VGI's operations and value chain. External factors, meanwhile, consist of global trends, external stakeholder opinions and sustainability issues of concern within the same industry. The assessment is conducted based on the Double Materiality Principle, a concept in which the Company assesses environmental, social and governance (ESG) impacts on the Company, as well as the Company's ESG impacts from activities throughout the value chain on stakeholder groups. The criteria for assessing impacts are based on VGI's

Enterprise Risk Management framework, enabling material issues to be integrated into the Company's risk assessment process.

Furthermore, the materiality assessment has been verified by an independent third-party assurance provider and is integrated into the Company's Enterprise Risk Management process. VGI has prioritised and ranked material issues based on their overall impact on the Company, and the assessment results are signed off by the Board of Directors. In accordance with the principles of GRI Standards 2021 on sustainability disclosures (GRI 3: Material Topics 2021), the Company's content selection and materiality assessment process can be summarised as follows:

1 Understanding the Organisational 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, and the following factors were taken into consideration for identifying material issues:

- Global Reporting Initiative (GRI) Standards
- S&P Global ESG Indices
- MSCI Index
- FTSE ESG Index
- Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
- Global trends in various areas significant to businesses in the same industry

2 Identification of Actual and Potential Impacts

VGI conducted stakeholder engagement with all 6 stakeholder groups, alongside discussions with internal departments and external stakeholders, to identify actual and potential impacts arising from material topics. The assessment covers impacts on stakeholders, the economy, the environment and human rights, encompassing both positive and negative impacts, as well as related financial risks and opportunities associated with such material topics.



3 Assessment of the Significance of 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.

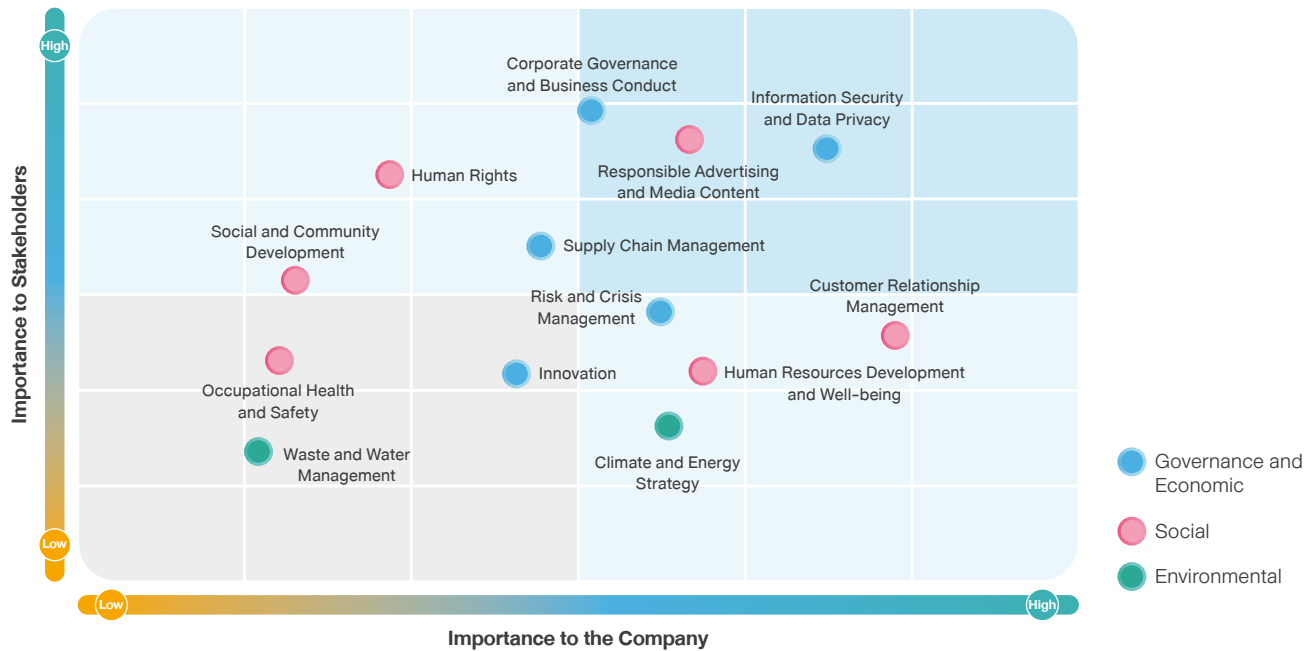
4 Prioritisation of the Significant Reportable Impacts

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 then prioritised to 3 levels: high, medium and low priorities.

The results of material sustainability issues were presented to the Sustainability Committee by recommendations of the Executive Committee, to review and verify the prioritisation of the materiality assessment results, and to obtain the Board of Directors' endorsement, ensuring their alignment with VGI's strategic context.

PRIORITISATION OF MATERIAL SUSTAINABILITY ISSUES

		Low	Medium	High
Governance and Economic		Corporate Governance and Business Conduct		
		Risk and Crisis Management		
		Supply Chain Management		
		Innovation		
		Information Security and Data Privacy		
Social		Customer Relationship Management		
		Human Resources Development and Well-being		
		Human Rights		
		Social and Community Development		
		Occupational Health and Safety		
		Responsible Advertising and Media Content		
Environmental		Climate and Energy Strategy		
		Waste and Water Management		



MATERIAL SUSTAINABILITY ISSUES

Material Issues		GRI Standards 2021	Scope of Impact	
			Internal	External
Governance and Economic Dimension				
1.	Corporate Governance and Business Conduct	Management of Material Topics (GRI 3-3) Anti-corruption (GRI 205-2, GRI 205-3) Public Policy (GRI 415-1)		
2.	Risk and Crisis Management	Management of Material Topics (GRI 3-3)		
3.	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)		
4.	Innovation	Management of Material Topics (GRI 3-3)		
5.	Information Security and Data Privacy	Management of Material Topics (GRI 3-3) Customer Privacy (GRI 418-1)		
Social Dimension				
6.	Customer Relationship Management	Management of Material Topics (GRI 3-3)		
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)		
8.	Human Rights	Management of Material Topics (GRI 3-3) Non-discrimination (GRI 406-1)		
9.	Social and Community Development	Management of Material Topics (GRI 3-3) Economic Performance (GRI 201-1)		
10.	Occupational Health and Safety	Management of Material Topics (GRI 3-3) Occupational Health and Safety (GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-5, GRI 403-6, GRI 403-9)		
11.	Responsible Advertising and Media Content	Management of Material Topics (GRI 3-3)		
Environmental Dimension				
12.	Climate and Energy Strategy	Management of Material Topics (GRI 3-3) Energy (GRI 302-1, GRI 302-4) Emission (GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-5)		
13.	Waste and Water Management	Management of Material Topics (GRI 3-3) Water and Effluents (GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5) Waste (GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5)		

Remark: ● Positive Impact ○ Negative Impact

2.2 STAKEHOLDER ENGAGEMENT

(GRI 2-29)

VGI believes that each group of stakeholders is significant to the organisation's long-term sustainable development and success. Therefore, the Company ensures that both internal and external stakeholders are treated appropriately, fairly and equitably. Furthermore, a policy regarding stakeholder engagement has been established as a guideline for identifying stakeholders, indicating key materiality issues, developing stakeholder engagement and communication and notification throughout the business's value chain. The Company will determine and identify stakeholders based on how much they will be impacted by the Company's operations and our level of dependence on stakeholders.

VGI has divided internal and external stakeholders into 6 groups, and has also provided communication channels and engagement methods to respond to stakeholder expectations as follows:



Stakeholders	Communication and Engagement Channels
 Shareholders/ Investors	 Annual general meeting of shareholders  Quarterly and annual reports on earnings report by disclosing the information on VGI's and SET's websites  News reports via mass communication and online platforms  Various communication channels such as website, Facebook, email, telephone, etc.
	Key Stakeholder Interests
	 Conduct business with transparency and accountability, including having good and efficient corporate governance  Operate business with growing, stable and sustainable results  Consistently disclose information regarding operating results  Respect the rights of shareholders and treat shareholders equally
	Company Responses
	 Conduct business with transparency in accordance with relevant laws, Corporate Governance Policy and Code of Conduct  Assess the Company's anti-corruption risk and renew membership of the Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC)  Organise employee training to ensure standardised practices on good corporate governance and anti-corruption

Stakeholders	Communication and Engagement Channels
 Employees	- CEO message via internal communication channels - Internal communication channels, e.g. VGI LINE Official account, intranet and common areas in the office - Annual satisfaction and engagement surveys - Suggestion box
	Key Stakeholder Interests
	- Treat employees equitably and respect fundamental human rights - Consistently train and develop employee capabilities - Provide career growth - Appropriate remuneration and welfare - Provide a hygienic working environment according to occupational health and safety guidelines
	Company Responses
	- Employee satisfaction survey results at 67 percent - Establish a Human Rights Policy, conduct human rights due diligence process and provide human rights training - Set up a Safety, Occupational Health and Work Environment Committee to support employees - Organise various training programs to enhance employee capabilities - Provide employee support measures and programmes to foster employee health and well-being

Stakeholders	Communication and Engagement Channels
 Customers	- Annual satisfaction survey - Build customer relations, e.g. organising activities to strengthen relations with customers - Collect complaints, suggestions and comments via complaint channels - Provide the Company's information through online social networks
	Key Stakeholder Interests
	- Present products with quality that meet customers' expectations at a fair and appropriate price - Provide accurate and adequate information for customers' decision-making - Continuously improve quality and types of products and services - Protect customers' personal data
	Company Responses
	- Customer satisfaction survey results at 95 percent - Continuously develop products and gain external recognition

Stakeholders	Communication and Engagement Channels
 Business Partners	- Suppliers' selection process and performance assessment - Meeting with suppliers
	Key Stakeholder Interests
	- Transparent, fair and accountable procurement - Comply with contractual agreements
	Company Responses
	- Suppliers sign acknowledgement of the Supplier Code of Business Conduct, which covers economic, social and environmental aspects of operation - Suppliers receive safety training prior to performing work

Stakeholders	Communication and Engagement Channels
 Government Agencies	 Reporting of related performance results according to the period specified 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 the law, rules and regulations  Disclose comprehensive operational information on a regular basis  Join projects or joint associations initiated by government agencies
	Company Responses  Strictly comply with relevant laws and regulations  Disclose information of operational performances following the prescribed timeframe that exceeds regulatory requirements for transparency  Participate in ESG initiatives and projects organised and endorsed by government agencies
Stakeholders	Communication and Engagement Channels
 Communities, Society and the Environment	 Communication platforms including whistleblowing channel  Organise activities with communities  Organisational management that considers environmental protection  Use of advertising platforms to publicise news that are useful to the public
	Key Stakeholder Interests  Societal, community and environmental development  Co-exist with communities in a sustainable manner  Minimise impacts on the environment due to business operations  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 creative 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 POLICIES AND GOALS

(GRI 2-12, 2-13, 2-14, 2-22, 2-23, 2-24, 2-25)

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 principle of sustainable development in accordance with the sustainable development policy, which covers operational guidelines in economic, social and environmental dimensions. Moreover, we encourage directors and employees to adhere to the policy for continuous, 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 shareholders in the long term. To elevate the guidelines for good corporate governance and help drive the implementation of social, community and environmental responsibilities, as well as laying a solid foundation of anti-corruption for the Company, VGI's Board of Directors Meeting on March 20th, 2015 thus resolved to approve the appointment of the "Corporate Governance Committee", with the mission 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, in addition to being responsible of overseeing compliance with policies, manuals and guidelines.



Please scan this QR code
for the Sustainable Development Policy.

Additionally, 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 13th, 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 Sustainable Development Working Group to be responsible for the consideration of policies and plans related to sustainability, the establishment of business sustainability goals to continuously improve the Company's sustainability performance, public disclosure of information, in addition to awareness-raising for 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.



VGI has also set economic, social and environmental sustainability goals to support the Company's commitment to sustainability. This year, VGI has set organisational goals to align with the United Nations' Sustainable Development Goals (SDGs) and expectations from international sustainability assessments, where sustainable goals are categorised into 3 phases: short-term targets 2030/31, mid-term targets 2040/41 and long-term targets 2050/51, with each goal's details as follows:

Material Sustainability Issues	Target			SDGs
	Short-Term FY 2030/31	Mid-Term FY 2040/41	Long-Term FY 2050/51	
 Corporate Governance and Business Conduct	• All employees (including subsidiaries) attend business ethics training • No significant warning or audit from regulators • Maintain “Excellent” rating in corporate governance scoring			 
 Risk and Crisis Management	• Maintain risk management in alignment with the COSO – ERM 2017 framework • Provide risk management training to all employees to enhance risk culture			 
 Supply Chain Management	• All suppliers acknowledge the Supplier Code of Business Conduct for ESG dimensions • Significant Tier-1 suppliers are assessed for ESG risks	• All suppliers acknowledge the Supplier Code of Business Conduct for ESG dimensions • Tier-1 suppliers are assessed for ESG risks		    
 Information Security and Data Privacy	• No breach of customers’ private data security • No complaints from government agencies, clients or other relevant parties in wrongful use of personal data • Employees receive personal data protection training			  
 Customer Relationship Management	• Customer satisfaction rate at 95%	• Customer satisfaction rate at 96%	• Customer satisfaction rate at 97%	   
 Human Resources Development and Well-being	• Employee satisfaction rate is at least 80%	• Employee satisfaction rate is at least 82%	• Employee satisfaction rate is at least 85%	    

Material Sustainability Issues	Target			SDGs
	Short-Term FY 2030/31	Mid-Term FY 2040/41	Long-Term FY 2050/51	
 Human Rights	No discrimination or harassment incidents			 
 Social and Community Development	At least 20 social and community projects/activities from FY 2025/26 - FY 2030/31	At least 40 social and community projects/activities from FY 2025/26 - FY 2040/41	At least 60 social and community projects/activities from FY 2025/26 - FY 2050/51	     
 Occupational Health and Safety	- All employees and suppliers attend training in accordance with safety standards - No work-related accidents			 
 Responsible Advertising and Media Content	No complaints or notifications regarding inappropriate media content			    
 Climate and Energy Strategy	- Reduce 20% of scopes 1 and 2 emissions based on FY 2024/25 performance - Reduce 10% of scope 3 emissions based on FY 2024/25 performance	- Reduce 42% of scopes 1 and 2 emissions based on FY 2024/25 performance - Reduce 25% of scope 3 emissions based on FY 2024/25 performance	- Reduce 90% of scopes 1 and 2 emissions based on FY 2024/25 performance - Reduce 90% of scope 3 emissions based on FY 2024/25 performance	        
 Waste and Water Management	Reduce general waste generation to landfill or incineration by 30% of total waste based on FY 2024/25 performance	Reduce general waste generation to landfill or incineration by 50% of total waste based on FY 2024/25 performance	Reduce general waste generation to landfill or incineration by 70% of total waste based on FY 2024/25 performance	      

2.4 SUSTAINABILITY AWARDS AND ACHIEVEMENTS IN FY 2025/26

S&P Global



VGI has been ranked as the no.1 most sustainable company in the world in the PUB Media, Movies & Entertainment sector for the 4th consecutive year with a score of 82/100 by the S&P Global Sustainability Yearbook 2025, as well as retaining the Company's inclusion in the "Top 1%" of the industry for the 5th consecutive year. VGI is the first and only media company in Thailand to have received this level of recognition, demonstrating the Company's unceasing regard for environmental issues, improvement to people's quality of life and good business conduct according to environmental, social and governance (ESG) principles in our business operations.

พิธีมอบประกาศนียบัตรเครื่องหมายรับรองกลางคาร์บอน เครื่องหมาย Carbon Neutral of Event



VGI received the "Carbon Neutral Event Certification" from the Thailand Greenhouse Gas Management Organisation (Public Organisation) (TGO) for its 2025 Annual General Meeting of Shareholders, which achieved net-zero greenhouse gas emissions through carbon offsetting. This milestone reflects VGI's concrete environmental performance across its business operations, energy use and value chain, while also leveraging its media network to raise awareness on climate change in support of its Net Zero ambition and long-term sustainable development. In addition, VGI also procures clean energy from renewable sources for 10 percent 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 10 consecutive years.



VGI received a certificate of recognition from the Stock Exchange of Thailand (SET) for its participation in the “ESG DNA” programme. This initiative aims to raise awareness and embed sustainability mindsets among employees at all levels, enhancing their understanding of Environmental, Social and Governance (ESG) principles to foster a culture of responsibility as a core foundation of the organisational values. This participation serves as a testament to the Company’s commitment to integrating ESG into its corporate culture and its ongoing efforts to create positive value for stakeholders, society and the environment.



VGI has achieved ISO 27001 and ISO 27701 certifications from leading international certification bodies, reinforcing the enhancement of its information security management and personal data protection systems to global standards. This reflects VGI’s role as a marketing leader that prioritises transparency in its business operations. Achieving these certifications demonstrates the Company’s commitment to effective data management, encompassing privacy, security and transparency, to support business operations with the highest level of responsibility towards personal data protection.



TURTLE has been ranked at a very good level with 4 stars in the Corporate Governance Report (CGR) survey of listed companies, organised by the Thai Institute of Directors Association (IOD) for 7 consecutive years.

3

GOVERNANCE AND ECONOMIC SUSTAINABILITY

3.1 Corporate Governance and Business Conduct	110
3.2 Risk and Crisis Management	117
3.3 Supply Chain Management	123
3.4 Innovation	128
3.5 Information Technology Security and Personal Data Privacy	131

3.1 CORPORATE GOVERNANCE AND BUSINESS CONDUCT

(GRI 2-9, 2-16, 2-26, 2-27, 2-28, 3-3, 205-2, 205-3, 415-1)



Target

Short-Term
FY 2030/31

Mid-Term
FY 2040/41

Long-Term
FY 2050/51

- All employees (including subsidiaries) attend business ethics training
- No significant warning or audit from regulators
- Maintain “Excellent” rating in corporate governance scoring

Performance in FY 2025/26



All Company employees (including subsidiaries) 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.

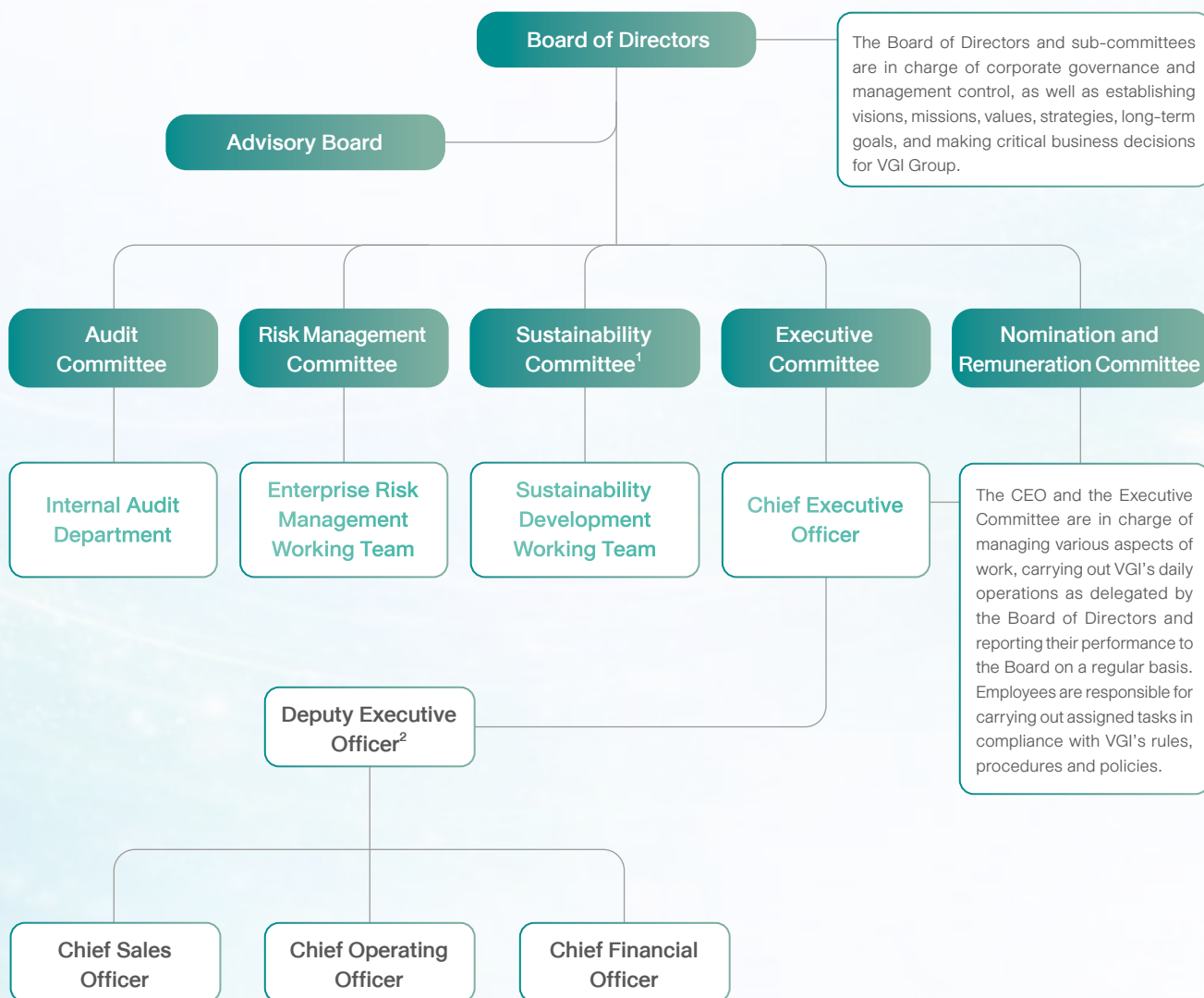


Please scan this QR code

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.



Remarks:

¹ A resolution was approved to change the name of the Corporate Governance Committee to the "Sustainability Committee" on February 13th, 2023.

² The Company is in the process of recruiting a suitable person to serve as Deputy Executive Officer.

For further information on corporate governance, please refer to VGI's 56-1 One Report under the section "**Corporate Governance**".

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 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; social responsibility; the 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.

Employees Participating in the Training



100%

Passing Rate



100%

Average Score



9.95/10

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 FY 2025/26 training, with 100 percent of the employees passing the assessment with an average score of 9.95/10.

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 Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC) since 2014, which reaffirms the Company's commitment to no tolerance for corruption in any form. On June 30th, 2023, VGI completed an anti-corruption risk assessment and was certified for renewal of the CAC membership, which will expire on June 30th, 2026.

VGI is currently in the process of renewing its CAC membership for the 4th consecutive term in the first quarter of 2026.

Judicial convictions related to corruption and bribery



Monetary fines related to corruption and bribery



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. The informant or information provider is not required to disclose their identity. In order

to protect the rights of the complainant and informant, the Company will conceal their name, address or any information that can identify the complainant or the informant, keeping the information confidential; only the person responsible for investigating the complaint can access such information. The process of considering the information, investigation and punishment will strictly follow the guidelines specified in the anti-corruption measures and the guidelines for responding to corruption in the Company's corruption risk management manual.

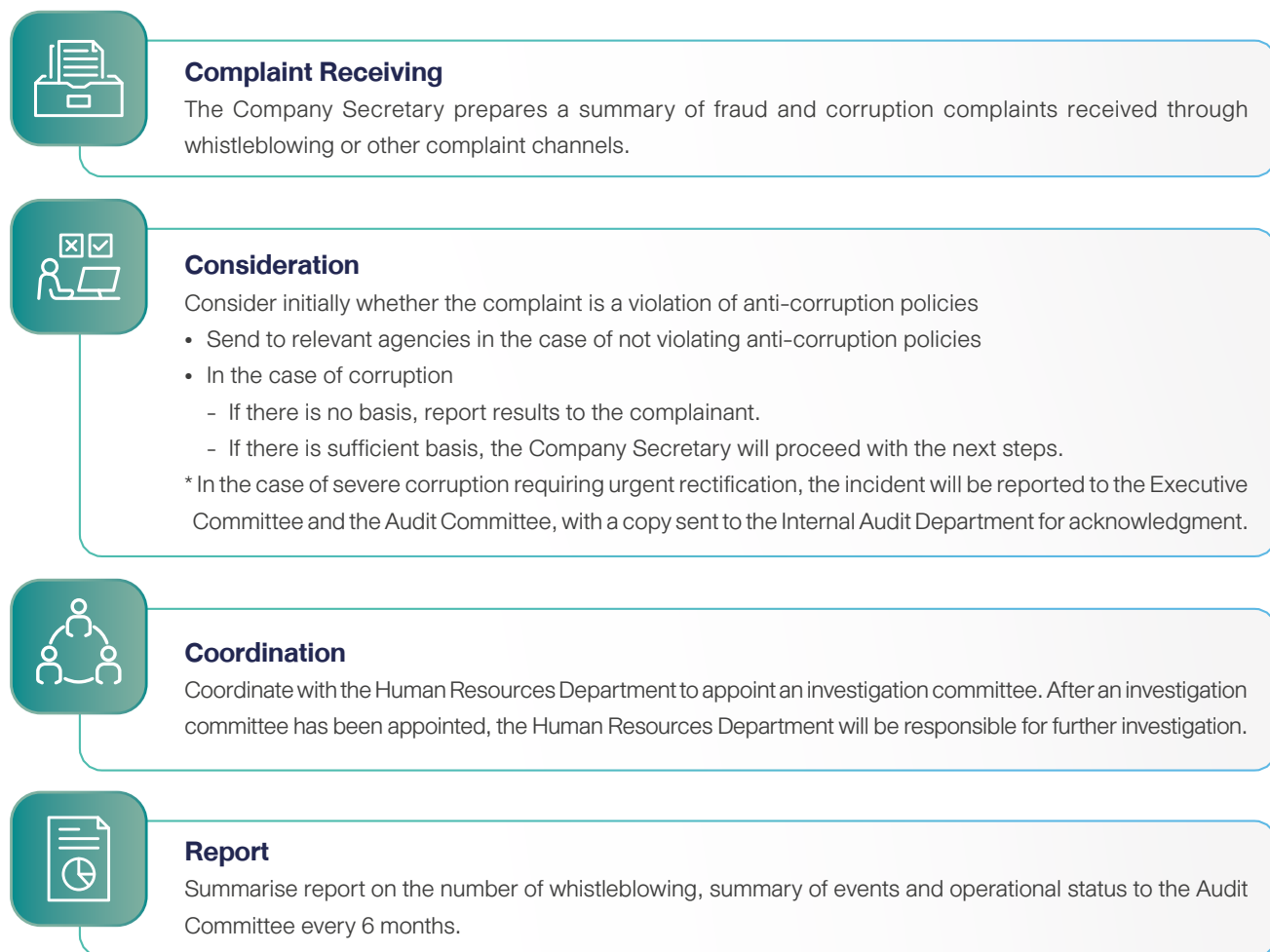
External Channels

- 1 **Board of Directors through the Company Secretary Department**
 - Tel:** +66 (0) 2273 8884 ext. 390 or 391
 - Email:** VGI_CAC@vgi.co.th
 - Post:** To the Company Secretary Department at the Company's address
- 2 **Audit Committee through the Internal Audit Department**
 - Tel:** +66 (0) 2273 8611-15 ext. 1117-1119
 - Email:** internalaudit@vgi.co.th
 - Post:** To the Internal Audit Department at the Company's address

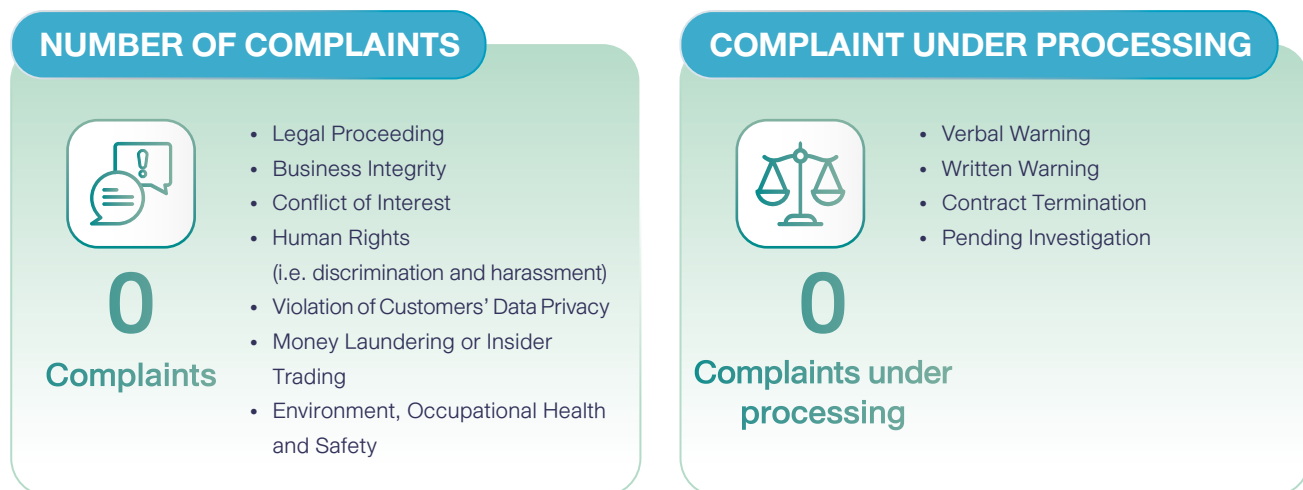
Internal Channels

- 1 **Through VGI's Internal Intranet System**
 - Through VGI's internal Intranet system or Email: VGI_CAC@vgi.co.th
- 2 **Through Direct Supervisor/Department**
- 3 **Through the Company Secretary Department**
 - Tel:** +66 (0) 2273 8884 ext. 390 or 391
 - Email:** VGI_CAC@vgi.co.th
 - Post:** To the Company Secretary Department at the Company's address

PROCESS OF HANDLING COMPLAINTS



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 said information confidential. Details on the complaint receiving process, investigation procedures and whistleblowing channels can be referred to further in the Anti-Corruption Measures. In FY 2025/26, VGI did not receive any reports, whistleblowing or complaints in regard to corruption.



MEMBERSHIP AND SUPPORT OF VARIOUS ORGANISATIONS

VGI has joined as a member of various organisations in Thailand and contributed to helping develop the country's economy, society and environment for further sustainable growth. In FY 2025/26, the Company did not make any contributions to political organisations, lobbyists or lobbying organisations and other tax-exempt groups.

Type	Organisation	Topic	VGI's Role		Contribution Amount (THB)			
					2022/23	2023/24	2024/25	2025/26
Lobbying, receiving various forms of compensation	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	69,846	32,433.73	219,158.88	182,514
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	25,000	25,000	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 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	12,500	0	0	0

Type	Organisation	Topic	VGI's Role		Contribution Amount (THB)			
					2022/23	2023/24	2024/25	2025/26
Trade Association	Media Agency Association of Thailand (MAAT)	Media Practices	Membership and support for activities	Obtain policies, news and information 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	224,415.89	10,000	10,700
Trade Association	Digital Advertising Association (Thailand)	Media Practices	Membership and support for activities	Support the organisation's activities	0	6,666.64	0	0
Trade Association	Personnel Management Association of Thailand	Promote management excellence of Thai organisations	Membership and support for activities	Participate in a membership and support the organisation's activities to strengthen management competency in managerial concepts, and network building 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 international stage in the long run	0	51,478.52	23,500	29,746
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 objective of strengthening relations between both nations and ultimately contributing to the growth of Thailand's economy	0	50,000	0	0
Total Contributions and Other Spending					109,096	389,994.78	277,658.88	247,960

3.2 RISK AND CRISIS MANAGEMENT

(GRI 2-12, 3-3)



Target

Short-Term
FY 2030/31

Mid-Term
FY 2040/41

Long-Term
FY 2050/51

- Provide risk management training to all employees to enhance risk culture
- Maintain risk management in alignment with the COSO – ERM 2017 framework

Performance in FY 2025/26



Provide risk management training to all employees to enhance risk culture



Maintain risk management in alignment 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 crises 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 also expects all employees to share responsibility for managing corporate risks, which is one of the critical factors in driving corporate culture in risk management.

RISK GOVERNANCE

VGI operates according to the Company's Risk Management Policy guidelines, along with the guidelines of the Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission (COSO). The Board of Directors is responsible for oversight of company policies, appointing the Risk Management Committee to support risk management supervision and play a vital role in assessing, analysing and managing risks. The Committee must report on 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 departments within the organisation to inspect and operate risk control to be within the organisation's acceptable risk level (risk appetite) in all aspects. In addition, the Company has the Internal Audit Department, 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.

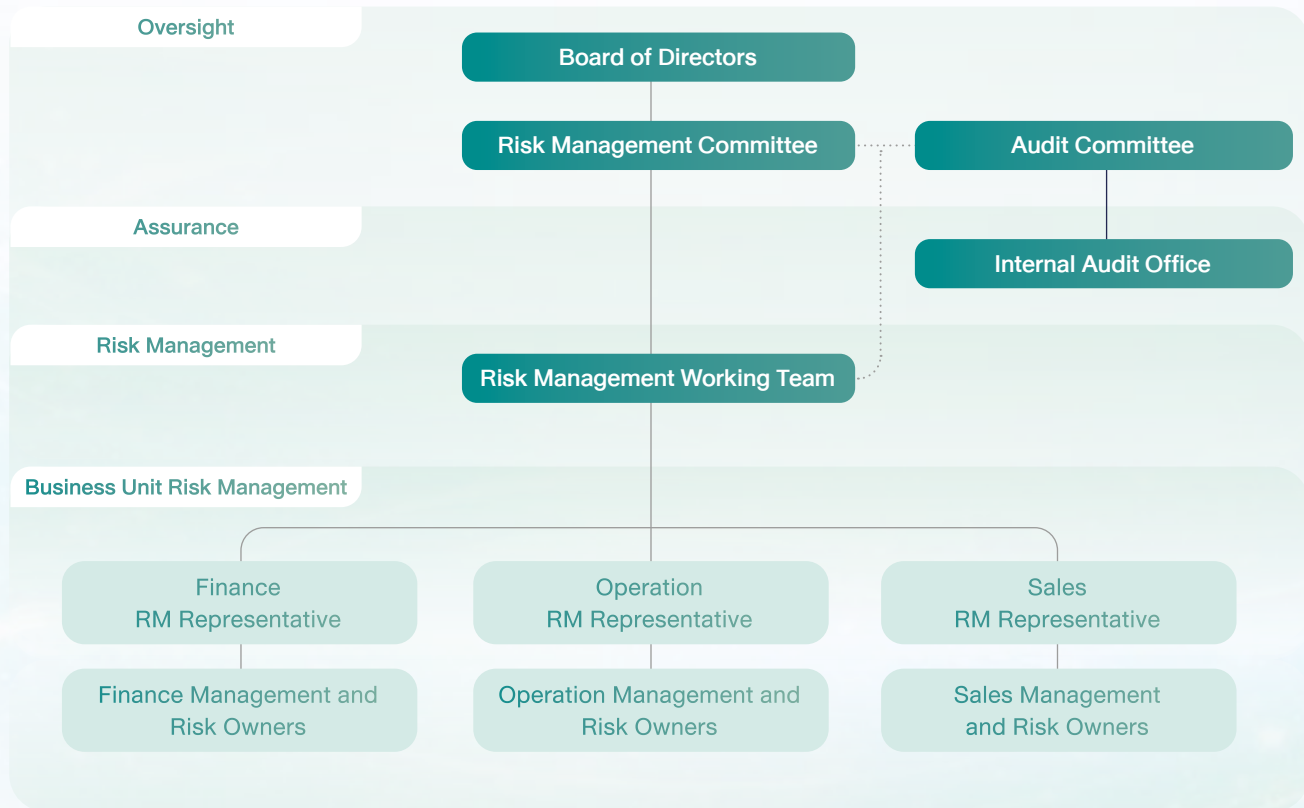


Please scan this QR code
for the Risk Management Policy.



Please scan this QR code
for the Enterprise Risk Management Policy.

RISK MANAGEMENT STRUCTURE



RISK MANAGEMENT PROCESS

Enterprise 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 the "Risk Management" section.



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 FY 2025/26, the Company has identified 6 business-related risks as follows:

	Environmental Dimension	
	Severe Air Pollution in Metropolitan Area	Adaptation Unreadiness from Climate Transition Risks
Magnitude	Significant	Significant
Timeline of Impact	Long-Term (3 - 5 years)	Long-Term (3 - 5 years)
Description	Emission and dispersion of harmful materials into the air stemming from human activity such as PM2.5, 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 an increased volume bad air quality and noise pollution. High levels of air pollutants force people to stay indoors, thus less exposure to Out-Of-Home (OOH) billboards and advertisement. 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.	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.
Impact	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 fewer daily ridership and commuters, directly affecting the number of VGI's transit media viewers since the displays are mostly located in metropolitan areas. Furthermore, widespread 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.	Transition risks such as 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 in greenhouse gas emissions.
Mitigation Actions	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.	The Company has committed to reduce greenhouse gas emissions and has already been certified as Carbon Neutral by the Thailand Greenhouse Gas Management Organisation (Public Organisation), as well as continuing to procure clean energy from renewable sources for at least 10 percent of its operations. Nevertheless, VGI continues to monitor the situation and go above and beyond regarding regulations and policy enforcements in regard to carbon emissions and reduction.



Geopolitical Dimension

	U.S. Political Shifts and Global Trade Risks	Global Energy Supply Shock from Strait of Hormuz Disruption
Magnitude	Significant	Significant
Timeline of Impact	Long-Term (3 – 5 years)	Medium-Term (1 – 3 years)
Description	The potential re-election of Donald Trump as U.S. President could lead to significant shifts in U.S. foreign policy, potentially increasing global trade tensions and impacting economic stability. For VGI, a Thailand-based media and advertising company, these changes could influence investor confidence, currency volatility and supply chain dynamics, particularly concerning digital infrastructure and technology imports.	Escalating geopolitical tensions in the Middle East, particularly involving Iran, have increased the risk of disruption to the Strait of Hormuz—one of the world’s most critical energy chokepoints, through which approximately 20 percent of global oil supply is transported. Recent market assessments indicate that a prolonged disruption could remove more than 10 million barrels per day from global supply, creating a significant supply shock. Such events have historically triggered sharp increases in oil prices and heightened market volatility. For VGI, a Thailand-based media and advertising company, this represents an emerging external risk due to its indirect but material exposure to macroeconomic conditions, including consumer spending, advertising demand and investor sentiment. While the duration and severity of disruption remain uncertain, early signs of market sensitivity and geopolitical escalation suggest the risk is evolving and may intensify.
Impact	Donald Trump’s re-election could heighten trade tensions, leading to currency fluctuations and increasing the cost of importing media technology and digital infrastructure crucial to VGI’s operations. Global economic uncertainty may also dampen investor sentiment, potentially causing market volatility that could affect VGI’s stock performance and overall valuation. Furthermore, changes in international trade policies could disrupt supply chains, making it more challenging and expensive to source specialised equipment or technology, resulting in possible delays to ongoing projects and higher operational expenses.	A sustained disruption in energy supply could lead to a sharp increase in global energy prices, contributing to inflationary pressures and a slowdown in economic activity. Analysis indicates that elevated oil prices may trigger “demand destruction”, whereby businesses and consumers reduce travel, logistics activities and discretionary spending. In this context, VGI may be affected by a decline in advertising demand as clients scale back marketing budgets during periods of economic slowdown, alongside reduced mobility and foot traffic, which may impact the performance of out-of-home media. In addition, increased market volatility could affect investor confidence and valuation, while operational costs are likely to rise, particularly in logistics and infrastructure deployment. Supply chain disruptions may also limit access to imported technology and equipment.
Mitigation Actions	To mitigate these risks, VGI plans to diversify our supplier network to reduce dependency on specific markets, enhancing supply chain resilience. The Company will also implement financial hedging strategies to manage potential currency fluctuations, minimising financial impacts. Strengthening collaborations with regional partners will help ensure continuity in the supply chain, providing alternative options if global trade becomes disrupted.	To enhance resilience against this emerging risk, VGI may consider diversifying its revenue streams toward digital and data-driven advertising solutions that are less dependent on physical mobility trends, while strengthening cost management to maintain profitability under inflationary conditions. The Company may also apply financial risk management measures, including currency and cost hedging, to mitigate volatility arising from energy price fluctuations. In parallel, enhancing supplier diversification can help reduce reliance on disrupted trade routes and improve operational continuity. Additionally, integrating scenario analysis into strategic planning would enable VGI to systematically monitor geopolitical and energy market developments and respond proactively to evolving risks.



Technological Dimension

Intensive Cyber Insecurity

Magnitude	Significant
Timeline of Impact	Long-Term (3 - 5 years)
Description	Use of cyber weapons and tools to conduct cyber warfare, cyber espionage and cybercrimes 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. 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.
Impact	As VGI continuously diversifies business synergy by providing digital services and distribution businesses where data from group's business ecosystem are used, as well as the possible transition to more online advertising, there is a risk that threats of cyberattacks will emerge more clearly and intensively. Failing to take cybersecurity seriously can lead to irreparable harm to an organisation's reputation.
Mitigation Actions	The Company places importance on respecting the privacy of the personal information owner, and is aware of the potential impact of such a cyberattack 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. The Company's continued investments in the area of cyber threats such as guidelines for implementing and reviewing the 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 of VGI to create knowledge and understanding of the laws regarding personal data protection and have proactive communication to all employees.



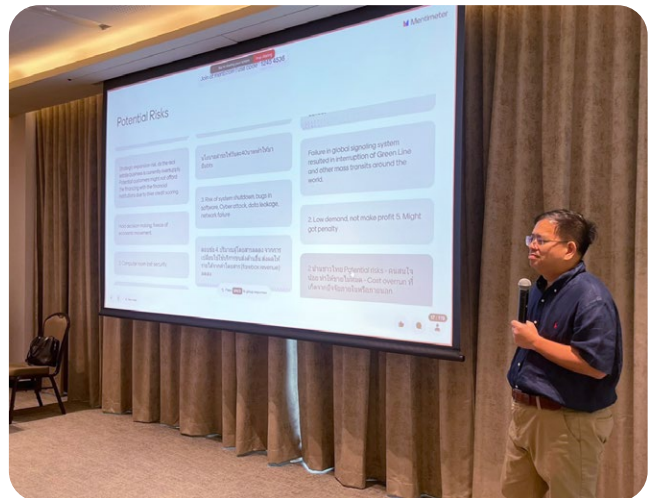
Social Dimension

Talent and/or Labour Shortage in Data and Digital Domains

Magnitude	Significant
Timeline of Impact	Long-Term (3 - 5 years)
Description	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. 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.
Impact	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.
Mitigation Actions	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 Southeast Asia. The Company will address labour shortages and mitigate unemployment risks by investing in skill development, safeguarding workers' rights and ensuring contract security.

RISK CULTURE

Risk culture is a core value of effective corporate risk management. VGI aims to strengthen its corporate risk management throughout the organisation and expects its employees at all levels to be responsible for risk management in their daily business operations. In FY 2025/26, VGI conducted training regarding risk management to deepen acknowledgement and knowledge towards risk management for 13 relevant employees and executives. 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)



Target

Short-Term FY 2030/31

- All suppliers acknowledge the Supplier Code of Business Conduct for ESG dimensions
- Significant Tier-1 suppliers are assessed for ESG risks

Mid-Term FY 2040/41

Long-Term FY 2050/51

- All suppliers acknowledge the Supplier Code of Business Conduct for ESG dimensions
- Tier-1 suppliers are assessed for ESG risks

Performance in FY 2025/26



100% of suppliers sign acknowledgement of the Supplier Code of Conduct, which addresses operational issues across economic, social and environmental dimensions



100% of Significant Tier-1 suppliers have been assessed for ESG risks

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 with 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 the 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 the 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 Business 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.



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

SUPPLIER CODE OF BUSINESS CONDUCT

VGI has developed the Supplier Code of Business Conduct to communicate the Company's commitment to treating suppliers 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 to promote sustainability throughout the whole value chain. The Company has a practice of paying its suppliers within 30 days. In FY 2025/26, there were no late payments to suppliers.

SUPPLIER RISK ASSESSMENT AND ESG INTEGRATION

VGI's supply chain management consists of the classification and screening of products and services, including the consideration of suppliers' business operational 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 or 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.

1



Supplier Classification

VGI suppliers are subjected to signing acknowledgement of 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 SAQ to identify significant suppliers, which will be evaluated further, including environmental, social, governance and business issues.



2



Supplier Screening

VGI Significant Tier-1 suppliers are subjected to signing acknowledgement of the Company's Supplier Code of Business Conduct, and must assess their sustainability performances following the Company's systematic supplier assessment, such as the 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 the 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

3



Significant Suppliers Assessment

Those classified as having high ESG risks will be audited on-site by the Company's Procurement Department employees or an independent third-party organisation that has been recognised in the industry (based on risk) to assess their performances in terms of business continuity, reputational 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.

4



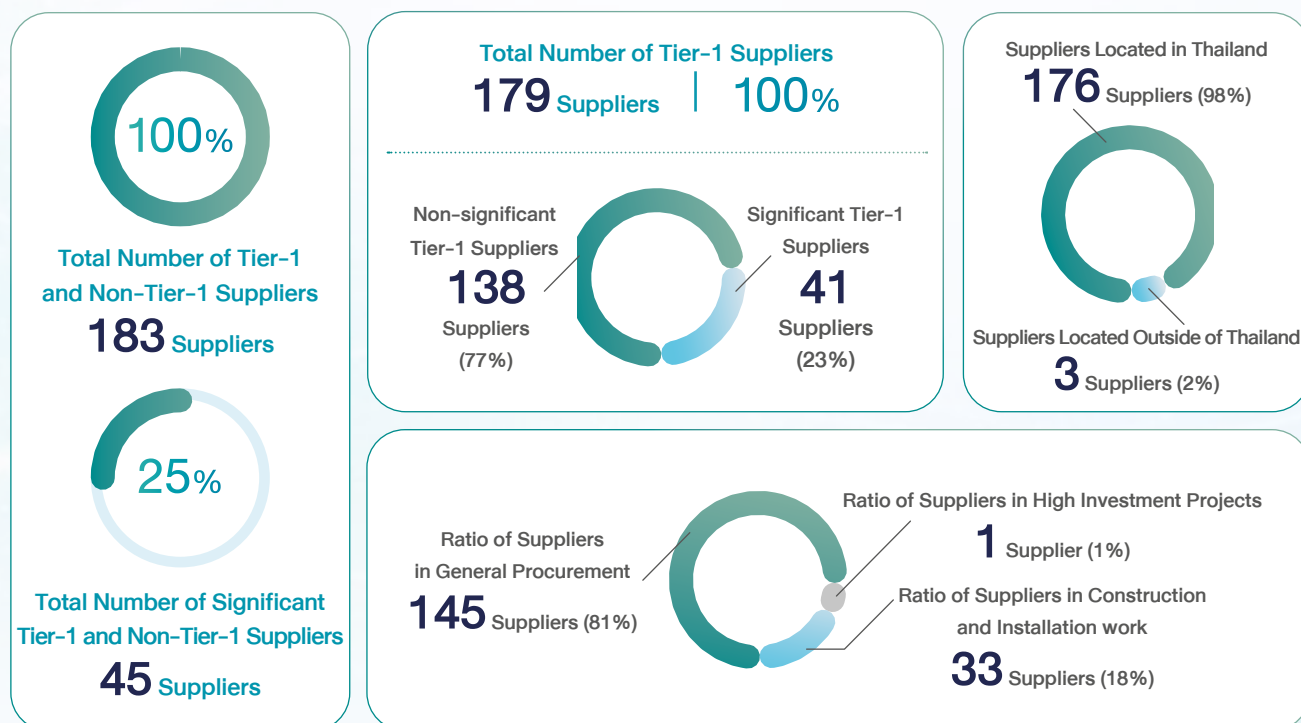
Supplier Corrective Action and Development

- Afterwards, VGI would review results from the assessment and on-site 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 on-site to ensure that suppliers with corrective action plans address their identified issues on time.
- VGI provides training on supplier ESG programmes 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 FY 2025/26, VGI had a total of 179 Tier-1 suppliers that surpassed the screening criteria, which account for a total procurement spending of THB 547.46 mn. Of all the suppliers, there were 41 significant tier-1 suppliers, accounting for a total procurement spending of THB 519.06 mn or 23 percent. Additionally, there were 4 significant non-tier-1 suppliers in FY 2025/26.

Supplier Screening



Out of the total significant tier-1 suppliers, 8 suppliers were classified as high ESG risk suppliers that underwent an on-site audit programme. The criteria for on-site 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, labour protection and labour law compliance and sufficient internal 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 who was assessed with substantial actual/potential negative impacts to the point of the contract being terminated. Afterwards, VGI will review results from the assessment and on-site 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.

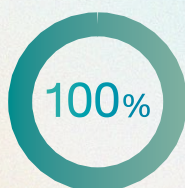
On-site audit results in FY 2025/26 reveal no suppliers who were evaluated at fair or poor level, and no suppliers with business activities that create human rights risk were found.

Supplier Assessment

FY 2025/26

Total number of suppliers assessed via desk assessments/on-site assessments **41** Suppliers

Percentage of significant suppliers assessed



Number of suppliers assessed with substantial actual/potential negative impacts

0 Suppliers

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

0 Suppliers

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

0 Suppliers

SUPPLIER CAPACITY BUILDING

VGI strongly believes that sustainable supply chain management is the heart of building rewarding business partners in the future. The Company, therefore, focuses on collective sustainable development with all stakeholders and organised capacity building programmes. The Company organised in-depth technical support programmes to build capacity and ESG performance in suppliers. Moreover, VGI provided suppliers with access to ESG benchmarks against peers, as well as supplier support (remote/on-site) 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 9 suppliers participating in the capacity building programmes in FY 2025/26.

Supplier Corrective Action and Development

FY 2025/26

Total number of suppliers supported in corrective action plan implementation

0 Suppliers

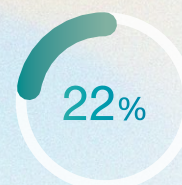
Percentage of suppliers assessed with substantial actual/potential negative impacts supported in corrective action plan implementation

0%

Total number of suppliers in capacity building programmes

9 Suppliers

Percentage of significant suppliers in capacity building programmes



3.4 INNOVATION

(GRI 3-3)



Innovation is one of the core elements that underpins 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



Established in 2017, VGI Digital Lab serves as a provider of both offline and online media solutions, as well as integrated digital marketing products, to meet the evolving needs of clients in a data-driven marketing landscape. The Company leverages data-driven technology through its Customer Data Platform (CDP), which aggregates and analyses more than 200 dimensions of consumer data, including demographic profiles, spending behaviour, purchase intent, mobility patterns, ownership data and digital usage behaviour. These insights enable the Company to develop a deeper understanding of consumers and support more precise planning and execution of marketing campaigns, particularly in targeting audiences across social media networks. This approach enhances the effectiveness of audience reach and delivers results that better align with clients' objectives. As data-driven marketing continues to gain traction, such capabilities have contributed to the strong reception of the Company's services among leading brands both domestically and internationally.

The Company places strong emphasis on developing business model and service innovations that enhance accessibility, improve operational efficiency and deliver seamless experiences across multiple dimensions, including media, financial services and lifestyle. This is undertaken in parallel with a commitment to responsible business practices, with due consideration given to efficient resource utilisation, the promotion of inclusive access to digital services (Digital Inclusion) and transparent and secure data management. In FY 2025/26, the Company introduced a range of products and innovations, as outlined below.

PLATFORM SHELTER

The Company continues to develop its advertising media products by leveraging advanced technologies to enhance service efficiency and strengthen its competitive capabilities. One of the key innovations is the "Platform Shelter", a new advertising format installed on BTS SkyTrain platforms at major stations, including Asok, Phrom Phong, Sala Daeng and Chong Nonsi. This solution integrates station balustrade media with overhead roof media into a single format, featuring large-format static displays and LED screens designed to effectively capture passengers' attention during dwell time. As a result, it enables brands to deliver a comprehensive and immersive brand experience. In addition, the media supports integration with online channels through QR codes, encouraging consumer engagement and facilitating direct access to websites or online purchasing platforms. This also provides opportunities for brands to creatively communicate their products and services to high-potential urban audiences in key transit locations. At the same time, the Company has applied artificial intelligence (AI) across various operational processes, including data analytics, media production support and advertising monitoring, to enhance accuracy and efficiency. These initiatives reflect the Company's commitment to elevating operational standards and delivering sustainable value to customers, shareholders and all stakeholders.





DIGITAL INSURANCE PLATFORM

RCare has developed an online life insurance distribution platform in collaboration with leading life insurance companies, enabling consumers to access a wide range of insurance products, including those offering tax benefits, through the Rabbit Care application.

The platform serves as both a digital channel and an insurance broker, connecting consumers with insurance providers. It helps overcome the limitations of traditional distribution channels while enhancing the user experience through greater convenience, transparency and accessibility anytime and anywhere.

SNACK MAKER PROJECT

Rbyte has developed a new business model through collaborations with content creators to co-create products that reflect each creator's unique brand identity, with distribution across both offline channels and e-commerce platforms.

This approach demonstrates the integration of content and commerce to create added value for products while responding to evolving consumer behaviours in the digital era. It also opens up new opportunities for creators within the digital economy.



WELFARE LENDING PLATFORM

RCash has expanded its welfare loan services through partnerships with Provincial Electricity Authority and Thailand Post Distribution Co., Ltd. to support employees' access to funding, particularly in emergency situations. The service is designed to be convenient, fast and available 24 hours a day, helping to alleviate liquidity constraints and enhance users' financial well-being. This approach supports improved quality of life in the long term through product design that effectively addresses everyday financial needs.



CONTACTLESS PAYMENT & DIGITAL WALLET ECOSYSTEM

BSS, the provider of Rabbit Card, has continuously developed its contactless payment infrastructure by extending Rabbit Card services into digital formats and wearable devices, in line with evolving consumer behaviours.

These developments include usage through wearable devices such as smartwatches, as well as integration with mobile wallet platforms, enabling users to make payments for mass transit fares as well as goods and services conveniently, quickly and securely. This also supports the expansion of the digital payment ecosystem as part of consumers' everyday lifestyles.



VGI drives innovation in advertising media to enhance service efficiency while reducing environmental impact. The Company has developed an internal Sustainable Taxonomy for its advertising media services, drawing on relevant principles under the Thailand Taxonomy as well as internationally recognised sustainability principles, including resource efficiency, lifecycle greenhouse gas emissions and circular economy concepts. The taxonomy serves as a structured framework for classifying products and services based on their environmental impact, supporting the development of resource-efficient media solutions and providing a basis for identifying and measuring Sustainable Revenue.

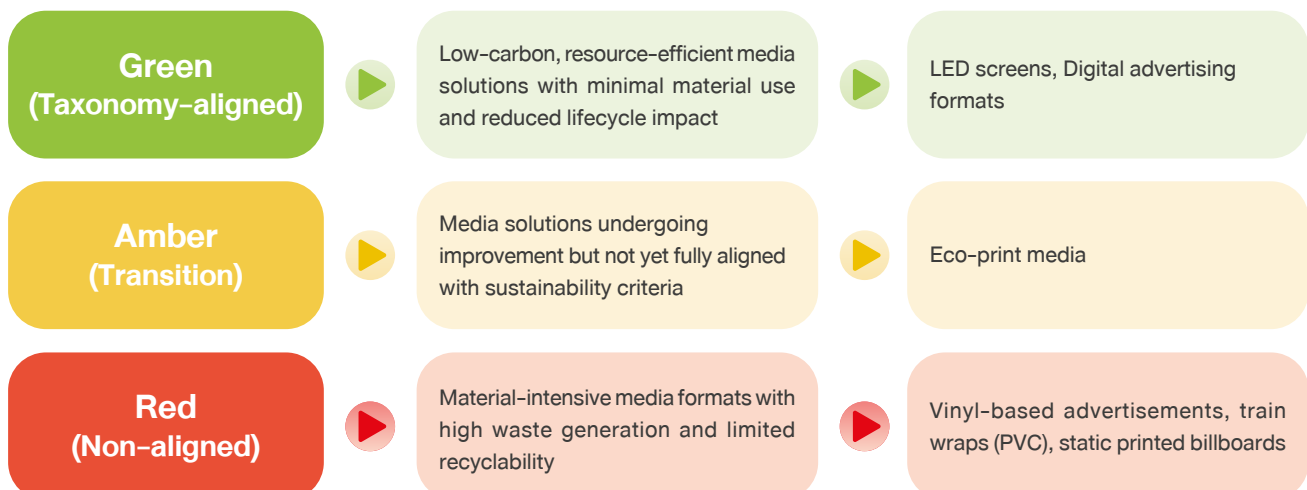
VGI defines sustainable revenue as revenue generated exclusively from Taxonomy-aligned (Green) media solutions. To qualify, products and services must demonstrate reduced material consumption, lower lifecycle greenhouse gas emissions, high energy efficiency and the reduction or elimination of single-use materials. Currently,

energy-efficient digital media solutions represent the primary source of sustainable revenue.

The Sustainable Taxonomy also serves as an internal process to guide the development and evaluation of products and services, as well as to inform infrastructure improvements across VGI's media portfolio. This includes the transition from traditional material-intensive formats to more energy-efficient digital media. In parallel, the Company monitors and adopts relevant technological innovations to enhance energy efficiency and reduce material use in service delivery.

In addition, VGI promotes awareness through ongoing ESG-related training, covering environmental impacts, material use and product-related considerations. This supports internal alignment and informed decision-making in the development and delivery of more sustainable media solutions.

Example



Remark: Media classification is based on a Traffic-Light System, informed by relevant principles of Thailand Taxonomy.

3.5 INFORMATION TECHNOLOGY SECURITY AND PERSONAL DATA PRIVACY

(GRI 3-3, 418-1)



Target

Short-Term FY 2030/31	Mid-Term FY 2040/41	Long-Term FY 2050/51
• No breach of customers' private data security • No complaints from government agencies, clients or other relevant parties in wrongful use of personal data • Employees receive personal data protection training		

Performance in FY 2025/26



No breach of customers' private data security

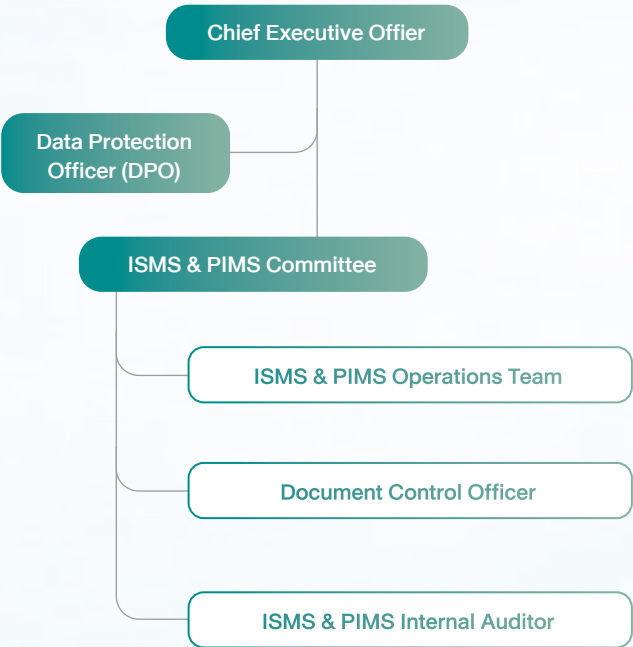


No complaints from government agencies, clients or other relevant parties in wrongful use of personal data



Employees receive 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. In addition, the Company has established guidelines and policies for the appropriate and responsible use of Artificial Intelligence (AI) to promote ethical, transparent and accountable adoption of AI technologies in alignment with personal data protection requirements, while mitigating potential risks associated with the use of AI within the organisation.



Information Security Management System and Personal Information Management System Committee (ISMS & PIMS Committee)

- Establish the strategic direction for the Information Security Management System and Personal Information Management System (ISMS & PIMS).
- Establish the Information Security Management System and Personal Information Management System Policy (ISMS & PIMS Policy).
- Review and approve the objectives of the Information Security Management System and Personal Information Management System (ISMS & PIMS Objectives), as well as the effectiveness measurement criteria for the ISMS & PIMS (ISMS & PIMS Effectiveness Measurement).
- Review and approve the information security and personal information management framework.
- Review and determine acceptable information security and personal information management risk criteria.
- Review risk assessment results, risk treatment plans and control measures related to information security and personal information management.
- Provide the necessary resources and directions to ensure the effective implementation of control measures, information security management plans and personal information management plans in accordance with the established framework.
- Monitor and evaluate the performance of the Information Security Management System and Personal Information Management System.
- Have the authority to appoint and establish the Information Security Management System and Personal Information Management System Operations Team (ISMS & PIMS Operations Team) as deemed necessary and appropriate.
- Review and approve documents related to the Information Security Management System and Personal Information Management System (ISMS & PIMS).
- Report the performance and effectiveness of the ISMS & PIMS to the organisation's senior management.

Information Security Management System and Personal Information Management System Operations Team (ISMS & PIMS Operations Team)

- Implement tasks and responsibilities as assigned by the Information Security Management System and Personal Information Management System Committee (ISMS & PIMS Committee).
- Develop and review documents related to information security management and personal information management.
- Control and maintain documents related to information security management and personal information management.
- Conduct information security and personal information management risk assessments and prepare risk assessment reports.
- Analyse and establish risk treatment approaches, and develop information security and personal information management risk treatment plans.
- Support and oversee personnel in implementing information security and personal information management risk treatment plans.
- Develop and review performance evaluation methodologies, and conduct performance measurement of the Information Security Management System and Personal Information Management System (ISMS & PIMS).
- Promote, communicate and foster awareness among personnel regarding information security and personal information management, ensuring compliance with relevant policies and procedures.
- Implement corrective actions to address nonconformities identified through internal and external audits.
- Coordinate with ISMS & PIMS auditors to plan and schedule audits of the Information Security Management System and Personal Information Management System in accordance with applicable standards.
- Conduct regular reviews of system performance and report the results to the Information Security Management System and Personal Information Management System Committee (ISMS & PIMS Committee).

Data Protection Officer (DPO)

- Provide advice and recommendations to the Company, in its capacity as a data controller or data processor, as well as to its employees and contractors, regarding the collection, use and disclosure of personal data and compliance with the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019).
- Monitor the Company's operations, including those of its employees and contractors, relating to the collection, use and disclosure of personal data to ensure compliance with the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019).
- Coordinate and cooperate with the Personal Data Protection Committee Office (PDPC Office) in matters relating to the collection, use or disclosure of personal data by the Company, its employees or contractors, and liaise with relevant internal and external parties to ensure compliance with applicable personal data protection requirements.
- Provide guidance on personal data protection risk management activities and Personal Data Protection Impact Assessments (DPIA).
- Maintain the confidentiality of personal data obtained or accessed in the course of performing duties as the Data Protection Officer in accordance with the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019).
- Perform any other duties required of a Data Protection Officer under the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019).

Document Control Officer

- Assign document identification codes and maintain the document register to ensure it remains current and up to date.
- Review document formatting and accuracy, and circulate documents to relevant parties for review prior to approval.
- Distribute documents to relevant personnel at points of operation in accordance with the Document Action Request (DAR) process.
- Maintain, store and verify the integrity of master documents and operational documents, ensuring that relevant personnel have access to accurate, complete and up-to-date information and that documents remain readily available for use.
- Control and prevent the unintended use of obsolete documents in accordance with the specified document retention and validity periods.
- Notify responsible personnel of document and record retention schedules to ensure appropriate retention, archiving and disposal actions are carried out.

Information Security Management System and Personal Information Management System Internal Auditor (ISMS & PIMS Internal Auditor)

- Develop internal audit procedures for the Information Security Management System and Personal Information Management System (ISMS & PIMS).
- Plan internal audits for the ISMS & PIMS.
- Conduct internal audits of the ISMS & PIMS.
- Follow up on internal audit findings and corrective actions related to the ISMS & PIMS.
- Report the results of internal audits of the ISMS & PIMS.
- Perform other related duties in accordance with the policies and directives of the Information Security Management System and Personal Information Management System Committee (ISMS & PIMS Committee).

INFORMATION SECURITY MANAGEMENT

Due to the nature of its payment service business, the Rabbit Group plays a vital role in protecting customer data as its business nature handles a large amount of personal information. The Company has therefore established the 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 should a security incident arise from neglect. In addition, the Company has a data security management system as follows:



Identification

Deploy a systematic methodology to identify and evaluate risk treatment plans



Assessment

Incorporate information security risk assessment into project management process and business development life cycle



Control

Methods for risk treatment comprise risk avoidance, risk transfer, risk mitigation or risk acceptance. For risk mitigation, controls must be selected and implemented to ensure risks are reduced to an acceptable level



Review

Information security risk assessment results and controls are documented

Risk assessment is reviewed at regular intervals

In addition, VGI has established the Information Security Policy, with the scope of enforcement applicable 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, information security management to create

business continuity and compliance. This policy will be reviewed and subject to audits for compliance by internal and external auditors.

VGI also conducts regular assessments of technical vulnerabilities of information technology systems, and the Company's information security management system is set to be audited by a certified auditor as per ISO 27001:2013. In addition, the Company has also 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 for all stakeholders, including customers, employees, suppliers, business partners and shareholders, is of paramount importance to VGI. The Company has therefore established a Privacy Policy to ensure that all activities relating to personal data are conducted in compliance with the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019) (PDPA). In addition, VGI reinforces its commitment to personal data governance in line with international standards through its certification to ISO 27701:2019 (Privacy Information Management System), an extension of ISO 27001 that provides a comprehensive framework for the effective, transparent and secure management of personal data.

The Company also places strong emphasis on fostering a culture of data security and privacy awareness across the organisation. To this end, training programmes covering relevant regulatory requirements and standards are regularly provided to employees to enhance their understanding and awareness of personal data protection. During the past year, the Company conducted 3 data privacy protection training sessions. In FY 2025/26, the Company also organised training programmes for the Board of Directors to strengthen their knowledge and preparedness in overseeing and enforcing relevant regulations effectively.

VGI only uses customer information for the purposes specified in its Privacy Policy and for which consent has been obtained. In FY 2025/26, the Company did not use customer information for any purposes beyond those disclosed and did not receive any requests for customer information from government agencies or law enforcement authorities.

Please scan the QR codes for the privacy policies



Customer Privacy Policy



Privacy Policy for Business Partner



Human Resources Privacy Policy



Privacy Policy for Shareholders' Meeting



CCTV Privacy Policy



Privacy Policy for Customers of BSS Holdings Company Limited



Responsible AI Governance and Use

The Company recognises the importance of adopting Artificial Intelligence (AI) in a responsible manner and is committed to ensuring that its use aligns with the principles of transparency, fairness and consideration of potential impacts on all stakeholder groups.

AI Policy and Management Framework

The Company has established an AI Policy to provide a framework for the appropriate and secure use of AI technologies by employees, personnel and contractors at all levels. The policy encompasses awareness-building initiatives, training programmes and clearly defined guidelines to promote the effective use of AI while mitigating potential risks arising from inappropriate use.

The policy covers key areas, including:



4

SOCIAL SUSTAINABILITY

4.1 Customer Relationship Management	137
4.2 Human Resources Development and Well-Being	141
4.3 Human Rights	147
4.4 Social and Community Development	150
4.5 Occupational Health and Safety	155
4.6 Responsible Advertising and Media Content	157

4.1 CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

(GRI 3-3)



Target

Short-Term FY 2030/31

- Customer satisfaction rate at 95%
- No complaints from customers regarding advertising media and customer service

Mid-Term FY 2040/41

- Customer satisfaction rate at 96%
- No complaints from customers regarding advertising media and customer service

Long-Term FY 2050/51

- Customer satisfaction rate at 97%
- No complaints from customers regarding advertising media and customer service

Performance in FY 2025/26



95% Customer satisfaction score



No complaints from customers regarding advertising media and customer service

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 for 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. VGI 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.

The Company's customer base comprises both advertising agencies and brand owners from the public and private sectors. The Company focuses on expanding its new customer base while maintaining strong relationships with existing clients through the continuous enhancement of media quality and the expansion of its media network in alignment with evolving consumer behaviours and lifestyles. In addition, the Company leverages Big Data from within the Group and its business partners to analyse and gain deeper insights into target audiences. This enables more precise communication and the delivery of tailored solutions that effectively meet customer needs, contributing to the development of long-term relationships and sustained customer trust.



95%

**Customer
Satisfaction
Score**

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 relevant affiliates or departments for investigation and corrective action, with the complainant being notified of the results as soon as possible.

CUSTOMER ENGAGEMENT INITIATIVES

Enhancing Brand Immersive Experience

VGI aims to enhance consumer experience through the design of advertising media that aligns with lifestyle behaviours and travel contexts. The Company develops solutions that enable continuous brand visibility and engagement across multiple touchpoints. This includes the use of innovative media formats, such as Platform Shelter, to deliver a comprehensive Brand Immersive Experience, alongside the integration of offline and online media through various technologies to effectively drive consumer engagement. This approach enables the Company to deliver experiences that meet customer needs while fostering long-term brand relationships in a sustainable manner.



BTS MAX | BTS Concourse | MOVE 360 Full

VGI has developed integrated advertising media solutions in the form of bundled packages to effectively reach consumers across various daily life contexts. The Company's media network spans mass transit systems, outdoor media and office buildings, enhancing both the frequency of exposure and the continuity of brand communication.

These packages are designed in alignment with consumer mobility patterns throughout different times of the day, including high-traffic areas within transit stations and media networks that extend across key urban routes. In addition, the Company collaborates with strategic partners to further expand the capabilities of its media network, ensuring comprehensive coverage across mass transit systems and urban environments.



**Advertising Media
at Station Entrances**



Outdoor Media



Prime Office

BTS SKY VIBES Season 2

VGI is committed to strengthening relationships with customers and service users by creating experiences that align with the lifestyles and interests of its target audiences, particularly younger generations.

In FY 2025/26, the Company supported the “BTS SKY VIBES Season 2” event held at Avenue A, MBK Center, providing a platform for engagement and delivering memorable entertainment experiences to service users. The event featured a mini concert showcasing popular T-POP artists who resonate strongly with Gen Z audiences, creating an enjoyable atmosphere and fostering stronger connections with the brand at the beginning of the year. The event contributed to enhancing relationships between the Company and its customers, expanding opportunities to engage target audiences, increasing brand awareness and encouraging consumer participation through real-life experiences. This initiative aligns with the Company’s strategy of integrating out-of-home advertising media with experiential marketing activities to create long-term value for customers and stakeholders.



Snack Maker

VGI has promoted consumer engagement and strengthened relationships through the development of a new business model under the “Snack Maker” initiative. The Company extends the role of creators from content producers to brand developers by leveraging the Group’s ecosystem, which encompasses media, marketing and distribution channels. This approach enables closer interaction between consumers and brands through connections with creators and their communities, which play a key role in generating demand and driving product growth from concept to market. In addition, the development of products that reflect the identity and lifestyle of creators enhances differentiated experiences and effectively caters to niche consumer interests. By adopting a consumer-centric strategy, the Company fosters deeper brand engagement and builds lasting connections through experiences that align with evolving digital consumer behaviours.

Rabbit Gateway

BSS, the provider of Rabbit Card, has enhanced customer experience and expanded service accessibility through the continuous development of digital payment solutions. This includes the introduction of “Rabbit Gateway”, a comprehensive payment management platform that serves as an intermediary for processing transactions across both business (B2B) and consumer (B2C) segments in a cashless society, while supporting multiple payment channels such as PromptPay and WeChat Pay. In addition, BSS enables BTS fare payments via the WeChat Pay application for Chinese tourists, and offers Rabbit Card services in digital form through the Samsung Wallet platform, allowing users to make payments directly via their smartphones without the need to carry physical cards or cash. These solutions enhance convenience and efficiency while aligning with evolving digital consumer behaviours. They also reflect BSS’s capability to develop a seamless payment ecosystem that integrates both online and offline channels, effectively addressing diverse customer needs.



Special Rabbit Card Collections

BSS addresses consumer preferences and strengthens customer relationships through the launch of special Rabbit Card collections, catering to segments that value unique design and collectability. This began with the “Butterbear” edition, which was available from May to July 2025 and achieved sales of over 35,000 cards within 14 days, followed by the “Harry Potter” collection, which received an overwhelming response with 30,000 cards sold within just two hours. Building on this success, BSS further introduced the “One Piece” and “Crayon Shinchan Keychain Collection”, both of which were sold out ahead of the scheduled period. The strong performance of these collections reflects BSS’s ability to understand consumer behaviour and preferences, while strengthening brand affinity through products that effectively align with specific lifestyles and niche interests.



4.2 HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT AND WELL-BEING

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



TARGET

Short-Term FY 2030/31

- Employee satisfaction rate is at least 80%

Mid-Term FY 2040/41

- Employee satisfaction rate is at least 82%

Long-Term FY 2050/51

- Employee satisfaction rate is at least 85%

Performance in FY 2025/26



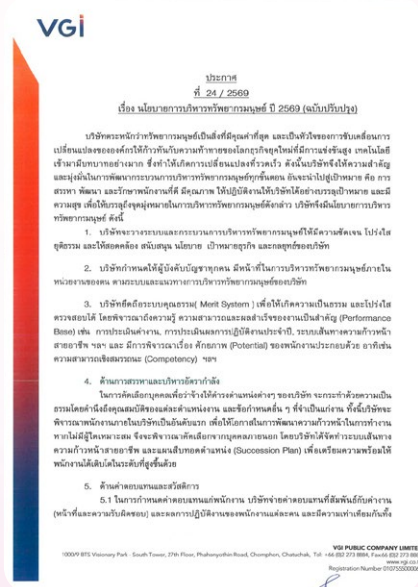
Employee satisfaction rate is 84.09%

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 vital role in driving VGI's vision, mission and strategic objectives. The Company manages its human capital in accordance with its Human Resources Management Policy and related practices, which encompass all aspects of people management, including organisational structure, recruitment and hiring, fair compensation and benefits, merit-based performance management, succession planning and high-potential talent management, capability and knowledge development, internal communications, employee feedback and grievance mechanisms, occupational health, safety and working conditions, human rights, equality, diversity and inclusion, non-discrimination, prevention of workplace harassment, personal data protection (PDPA), environmental stewardship initiatives such as climate change mitigation, energy conservation and recycling, as well as employee well-being and stress management to promote both physical and mental health.

The Human Resources Department is responsible for implementing these policies and practices to attract, develop and retain talented employees. To support career growth and prepare employees for future leadership positions, the Company conducts annual performance evaluations, regular employee satisfaction and engagement surveys, and offers a wide range of training programmes covering leadership development, professional competencies and digital skills. VGI is committed to fostering an organisational culture that promotes employee engagement, continuous learning and effective collaboration, creating a happy workplace where employees can thrive and grow sustainably alongside the Company.





Total Employees
1,660
people



Hiring Rate
48%



Turnover Rate
67%

ORGANISATIONAL VALUES

In FY 2025/26, VGI developed a new set of organisational values to better reflect the business model and corporate culture, as well as adapting to changes in the advertising media industry and the current era. The new set of organizational values is called “GIVES”, which consists of the following 5 points:

G

GROWTH

grow in 3 areas “S”
(strong/sense/satang)

I

INNOVATIVE

improvement, change, welcoming

V

VERSATILE

well-rounded and well done

E

EFFICIENT

smart management

S

SUSTAINABILITY

caring



To reinforce employees' understanding of these values and encourage their practical application, the Company organised the “Unlock Team Power with GIVES” programme as part of its FY 2025/26 annual employee seminar. Through engaging and interactive activities that encouraged active participation, the programme enhanced employees' understanding of the Company's culture while promoting behaviours aligned with the GIVES core values and employee well-being principles. The initiative also



helped strengthen collaboration, employee engagement and a positive workplace culture across the organisation.

Moreover, the Company has developed the 6 pillars of VGI well-being with the goal of employee empowerment and satisfaction, which will create effective growth and sustainability for the organisation. The aforementioned 6 pillars are as follows:

1. HR & Safety Policy & Regulation
2. Physical & Safety
3. Mental Health
4. Social
5. Culture
6. Communication

VGI believes that its employees are the foundation of sustainable growth. The Company is committed to enhancing employee well-being through the 6 Pillars of VGI Well-Being, a holistic framework that encompasses fair employment practices, health and safety, mental well-being, skills development, diversity and inclusion and effective communication. Through these pillars, VGI aims to support employees in maintaining a healthy work-life balance, achieving long-term stability and growing together with the organisation while contributing to the Company's sustainable success.

1. HR & Safety Policy & Regulation

VGI promotes fair, transparent and responsible employment practices in compliance with applicable laws and recognised standards. Policies and procedures are regularly reviewed and updated to align with evolving regulations and global trends.

- Fair and equitable compensation based on the principle of equal pay
- Regular benchmarking of remuneration structures against market standards
- Encouragement of annual leave utilisation
- Leave management system through the Company's intranet platform
- Flexible working hours
- Part-time work arrangements, where appropriate
- Family care leave provisions
- Maternity and parental leave benefits exceeding legal requirements
- Employee Welfare Committee with 100% employee representation

2. Physical & Safety

The Company promotes employee health and workplace safety while providing appropriate welfare and benefits to support long-term well-being and security.

- Group health insurance for all employees
- Nursing room with access to basic medical support
- Breastfeeding room and facilities supporting working mothers
- Working-hour management and overtime monitoring
- Annual health check-ups
- Health promotion activities, including running, yoga and aerobics
- Provident fund to support long-term financial security

3. Mental Health

VGI supports work-life balance and prioritises employees' mental health through programmes designed to enhance well-being and manage stress effectively.

- Campaigns encouraging employees to utilise annual leave through VGI Society
- RelationFlip stress management programme and dedicated relaxation areas (Stress Relax Room)
- Mentorship and counselling support
- Regular employee happiness, stress and engagement surveys
- Promotion of work-life balance
- Supportive workplace environment that fosters positive mental well-being

4. Social

VGI encourages employee participation in social and environmental initiatives to help address global challenges, create positive impacts for communities and contribute to a sustainable future.

- Sustainability and resource-efficiency training programmes
- Capacity building to prepare employees for industry and environmental transitions
- Awareness-building on social and environmental responsibility
- Educational support through scholarship programmes

5. Culture

VGI promotes an open, inclusive and respectful workplace where employees are encouraged to contribute ideas and fully realise their potential. The Company also utilises a 360-degree performance evaluation process to gather feedback from all levels of the organisation.

- Relationship-building activities between management and employees
- Cultural diversity learning activities
- Cross-functional collaboration and teamwork initiatives
- Equal opportunity and non-discrimination practices

6. Communication

VGI fosters open and transparent communication while encouraging employee feedback and participation to strengthen understanding, engagement and organisational alignment.

- Internal communications through LINE Official Account: VGI Society
- Intranet platform for benefits and leave management
- Two-way communication channels between employees and management
- Technology-enabled internal communication systems
- Town Hall meetings at least twice per year
- Employee suggestion boxes

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 2025/26, the average training hours per employee were 6.80 hours, with essential training courses as follows:

FY 2025/26 TRAINING COURSES

Sustainable Environmental Management for VGI

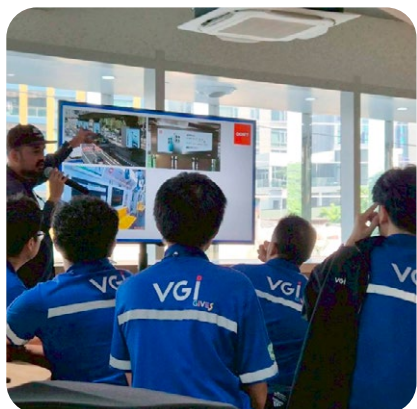
Sustainable corporate development has become an increasingly important concept for organisations worldwide, as it extends beyond business performance to encompass responsibilities across three key dimensions: environmental, social and governance (ESG). Organisations that integrate sustainability into their business operations can enhance credibility, demonstrate accountability to stakeholders and create long-term value that supports sustainable growth. VGI therefore organised the Sustainable Environmental Management in the Organisation training programme to enhance employees' knowledge and understanding of the importance of sustainable business practices, while fostering sustainability awareness and



participation on an annual basis. In FY 2025/26, 76 percent of employees participated in the programme, reflecting VGI's commitment to embedding sustainability into its organisational culture and advancing towards becoming a sustainable organisation.

Coaching and Mentorship Programme

The Company promotes employee capability development through coaching and mentorship programmes, alongside a structured leadership development approach. In FY 2025/26, VGI organised the “Mentoring for Success” programme for managers and executives to enhance their understanding of mentoring principles, roles and responsibilities, while strengthening essential skills in communication, coaching, counselling and unlocking the full potential of team members. The programme forms part of the Company’s broader leadership development initiative, which focuses on building critical leadership competencies, including coaching, team development and succession planning. Through these efforts, VGI aims to support employee growth and cultivate a strong pipeline of future leaders to drive the organisation’s long-term success. A total of 33 employees participated in the programme.



Advertising Media Photography Techniques

The Company organised the Advertising Media Photography Techniques training programme in a combination of classroom learning and hands-on workshops at BTS SkyTrain stations. The programme was a collaborative initiative between VGI and Plan B, designed to enhance photographers’ capabilities in producing high-quality media for public relations and promotional purposes, as well as improving the quality and standardisation of photographic reporting. The course was made available to employees involved in photography and media production functions, according to the relevance of their roles and responsibilities, with a total of 16 employees participating.

Following the training, participants reported a high level of satisfaction, rating the usefulness of the content to their work at 4.71 out of 5, the trainer’s ability to explain and facilitate understanding at 4.88 out of 5, and the overall value of the learning duration at 4.82 out of 5. In addition, 82 percent of participants indicated that they would recommend the programme to their colleagues (Net Promoter Score: NPS). The application of knowledge gained from the programme contributed to improving the quality of advertising media and operational effectiveness, which has been one of the key factors supporting stronger collaboration between VGI and Plan B in media sales activities. This contributed to an increase in combined sales of more than 6.5 percent, demonstrating the tangible business value generated through employee capability development.

New Experience with AI

The Company places strong emphasis on continuously enhancing employees’ digital and technology capabilities. In FY 2025/26, VGI organised the “New Experience with AI” online training programme to strengthen employees’ understanding of Artificial Intelligence (AI) and Generative AI technologies. The programme covered practical applications of AI tools, including ChatGPT and Gemini, effective prompt-writing techniques, as well as

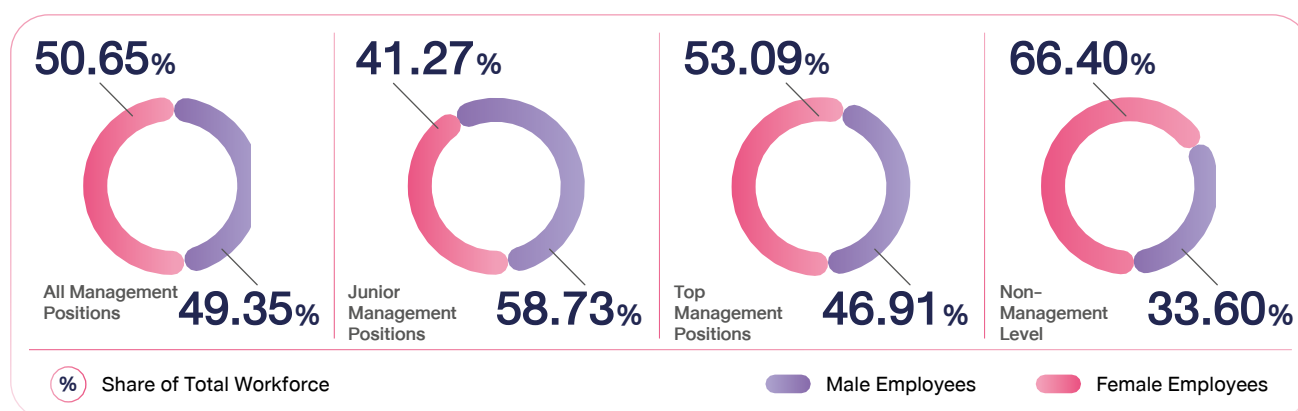
key considerations related to limitations, ethical risks, copyright and information security. The training aimed to equip employees with the knowledge and skills required to apply AI effectively in their work, helping improve productivity and operational efficiency. A total of 188 employees participated in the programme, and learning outcomes were measured through both pre-training and post-training assessments (Pre-Test and Post-Test) to evaluate knowledge improvement.

Excel Pivot Pro

To strengthen employees' data analysis capabilities and improve operational efficiency, the Company organised the "Excel Pivot Pro" training programme in a classroom and workshop format during FY 2025/26. The programme was designed to enhance employees' ability to utilise Pivot Tables for efficient data management, analysis and summarisation, while improving the accuracy and effectiveness of business reporting. By developing these analytical skills, employees are better equipped to support data-driven decision-making and improve overall work performance. The workshop sessions also promoted knowledge sharing and peer learning among employees from different functions, helping to strengthen internal networks and foster cross-functional collaboration across the organisation. A total of 12 employees participated in the programme.

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.

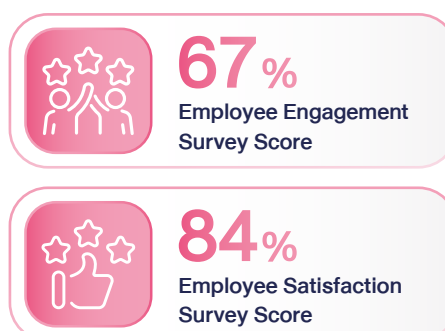


please scan this QR code

for 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 2025/26, all employees participated in the employee satisfaction survey, achieving an employee satisfaction score of 84 percent, which exceeded the annual target of 80 percent.



4.3 HUMAN RIGHTS

(GRI 3-3, 406-1)



Target

Short-Term FY 2030/31	Mid-Term FY 2040/41	Long-Term FY 2050/51
--------------------------	------------------------	-------------------------

- No discrimination or harassment incidents

Performance in FY 2025/26

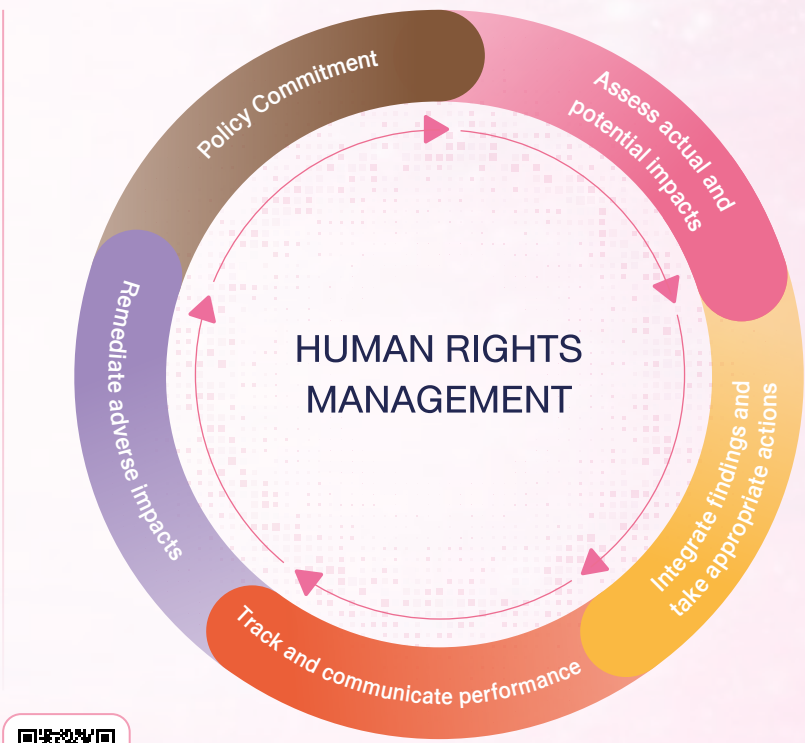


No discrimination or harassment incidents

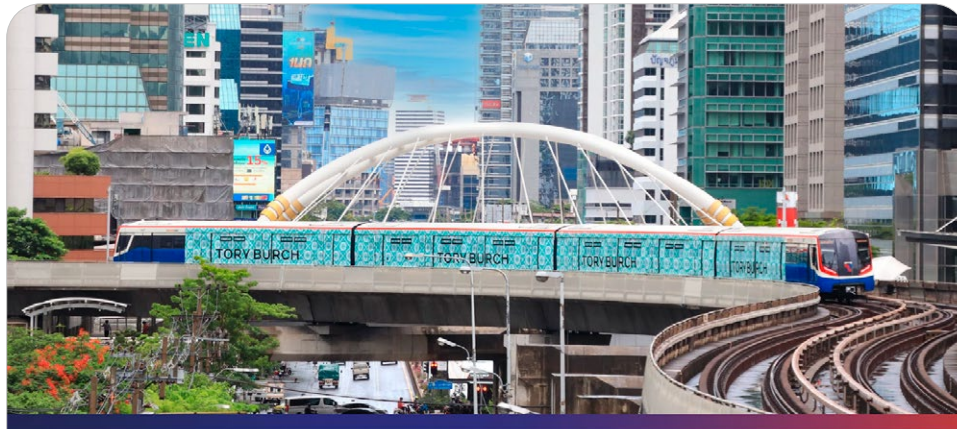
VGI recognises that human rights are fundamental rights everyone deserves equally and fairly. Human rights violations can affect business operations and corporate image, thus VGI places the utmost importance on respecting the human rights of stakeholders throughout the organisation’s value chain, following 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 freedom of association, the right to collective bargaining and equal compensation. Moreover, we have created the Anti-Discrimination Policy and policies regarding diversity and inclusion in order to support employees’ diversity and respect for human rights.



Please scan this QR code
for the Human Rights Policy.



Human Rights Due Diligence Disclosure Report FY 2023/24



VGI conducts a comprehensive human rights risk audit and assessment in accordance with the United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs) to identify and assess human rights risks associated with the Company's operations, including subsidiaries under its management control. The Company has established measures to prevent, mitigate and remediate adverse human rights impacts should any violations occur. VGI's human rights management process includes the establishment of a Human Rights Policy, the assessment of actual and potential human rights impacts and the integration of findings into relevant business processes and

mitigation actions. In FY 2025/26, VGI reviewed the results of its Human Rights Due Diligence Disclosure Report, which has been publicly disclosed on the Company's website. The Company conducts an annual review of its human rights assessment results and performs a comprehensive reassessment every three years. The next Human Rights Due Diligence Disclosure Report is scheduled to be conducted in FY 2026/27.



Please scan this QR Code
for the HRDD Policy report.

PROMOTION OF HUMAN RIGHTS CULTURE

VGI has continuously promoted awareness of human rights issues among executives and employees at all levels to support business operations that respect human rights throughout the value chain. The Company places importance on communicating and enhancing understanding of key human rights issues relevant to its

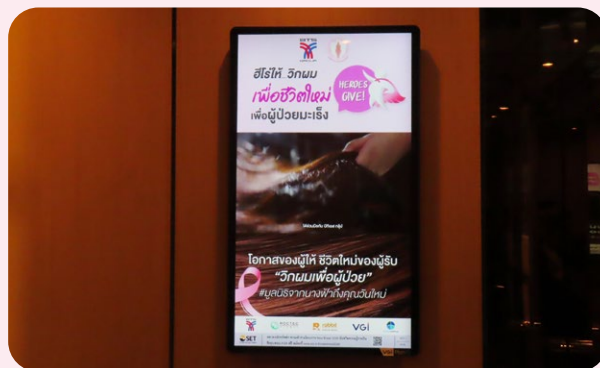
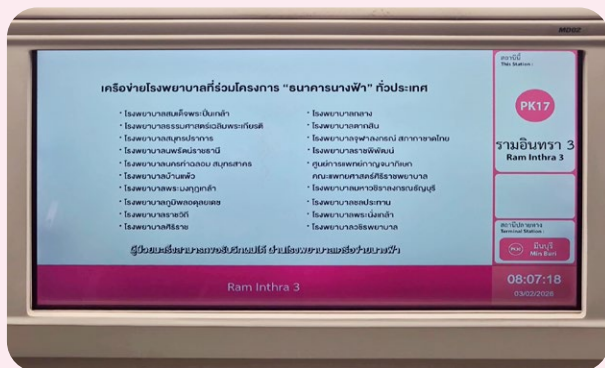
business activities, including discrimination, workplace harassment, diversity and inclusion, as well as the human rights due diligence process. These efforts help foster a respectful, inclusive and equitable working environment for all employees.



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 FY 2025/26, no discrimination or harassment incidents were reported.

0

discrimination
or harassment
incidents



Raising Human Rights Awareness by Supporting Human Rights Media Spaces

VGI is committed to promoting respect for human rights by leveraging the strength of its advertising media network to raise public awareness and expand access to information that benefits society. The Company believes that media plays an important role in supporting equality, non-discrimination, respect for human dignity, and ensuring that all members of society have equitable access to essential information and services.

In FY 2025/26, the Company provided media support for a range of social initiatives that promote human rights across multiple dimensions, particularly for vulnerable groups. These included the “Heroes Give: New Hair, New Life” campaign, which supports the

well-being and dignity of cancer patients; the Thai Red Cross Society’s “Give Blood Now” campaign, which promotes equitable access to healthcare services; “Message from the Burns” by Operation Smile Thailand, which supports access to treatment and rehabilitation for burn survivors; and the “Chosen” campaign by the World Vision Foundation of Thailand, which promotes children’s rights, equal opportunities and access to improved quality of life and development opportunities. Through its support for these initiatives, VGI seeks to harness the power of media to help build a society that respects human rights, promotes equality and enables all individuals to access information, care and opportunities to improve their quality of life in a sustainable manner.

Promoting Cultural Diversity in the Workplace

TURTLE organised its Chinese New Year Celebration 2026 to preserve and celebrate cultural diversity within the organisation. Employees were encouraged to participate in traditional Chinese festive activities, including cultural attire and auspicious ceremonial practices, fostering an environment of mutual respect for different cultural backgrounds, traditions and beliefs. The initiative reflects the Company’s commitment to promoting human rights through the principles of equality and non-discrimination, while respecting the cultural rights and identities of all employees. It also contributes to creating an open, inclusive and participatory workplace culture, which serves as an important foundation for an organisation that genuinely embraces diversity.



4.4 SOCIAL AND COMMUNITY DEVELOPMENT

(GRI 3-3, 201-1)



TARGET

Short-Term FY 2030/31

- At least 20 social and community projects/activities from FY 2025/26 - FY 2030/31

Mid-Term FY 2040/41

- At least 40 social and community projects/activities from FY 2025/26 - FY 2040/41

Long-Term FY 2050/51

- At least 60 social and community projects/activities from FY 2025/26 - FY 2050/51

Performance in FY 2025/26



11 Social and Community Projects

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 FY 2025/26, VGI established social responsibility programmes 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 and Community Projects/Activities



Community Development and Education Support Initiatives

In terms of community development and education, on November 1st, 2025, the Company organised a field activity in Kanchanaburi Province. Directors, executives and employees collectively shared the “power of giving” by donating financial support, educational materials, sports equipment and essential supplies to local institutions and schools. The Company also participated in improving learning spaces to foster an environment conducive to sustainable youth development.

“Heroes Give... New Hair, New Life” Campaign

On December 15th, 2025, the Company, in collaboration with the BTS Group and the From Angel Foundation, organised the “Heroes Give... New Hair, New Life” campaign. The activity involved sorting donated hair and raising funds to produce 100 wigs made from real human hair for cancer patients. These wigs were delivered to Siriraj Hospital and Bhumibol Adulyadej Hospital. This initiative not only enhanced patients’ quality of life but also reflected employees’ meaningful participation in creating social value.



Disaster Relief and Financial Assistance Initiative

Within its digital services business, RCash implemented relief measures for customers affected by flooding in Southern Thailand from December 22nd, 2025 to January 31st, 2026. Customers were offered a debt moratorium of up to three months through the Company’s digital platform. This initiative reflects the Company’s commitment to supporting stakeholders and conducting business alongside sustainable social responsibility.

“Heroes Give” Year 3: Used Desk Calendar Donation Project

VGI, together with the BTS Group and employee volunteers, donated more than 60,000 used desk calendars collected from employees, BTS passengers, nearby organisations, and the general public under the “Heroes Give” campaign. In addition, the Company donated THB 200,000 to support educational media for visually impaired students, with the donation received by the Educational Technology Center for the Blind. Employee volunteers also participated in recording audiobooks (storytelling) and producing Braille books, further contributing to inclusive education.





Educational Scholarships for Employees' Children

On April 28th, 2025, the Company awarded 89 educational scholarships with a total value of THB 445,000 to employees' children, together with commemorative gifts to encourage their educational pursuits. The event was attended by the Company's executives, who participated in presenting the scholarships. This initiative aims to enhance the well-being of employees' families and support youth education, reflecting VGI's commitment to human capital development and its contribution to social sustainability.

Crisis Response and Community Support

The Company has also played a role in supporting society during critical national situations. In August 2025, Bangkok Mass Transit System Public Company Limited donated THB 100 mn to support recovery and relief efforts for communities affected in the Thailand-Cambodia border areas. At the same time, VGI contributed through its media platforms by decorating BTS trains with the Thai national flag and broadcasting the flag across digital media nationwide at key times of the day, helping to uplift public morale and foster social unity.



Providing Media Support for Social Initiatives

VGI is committed to respecting the human rights of all stakeholders throughout its value chain by adhering to nationally and internationally recognised human rights principles. The Company seeks to prevent and avoid human rights violations across all aspects of its business operations.

As a provider of advertising media and Offline-to-Online (O2O) solutions, VGI is committed to using its media platforms responsibly to support constructive communication, respect diversity and avoid content that promotes hatred or discrimination. The Company has established guidelines on the Advertising Content Responsibility to ensure that content displayed across its media platforms is appropriate, accurate and aligned with human rights principles. During the year, VGI provided media support to the following initiatives:

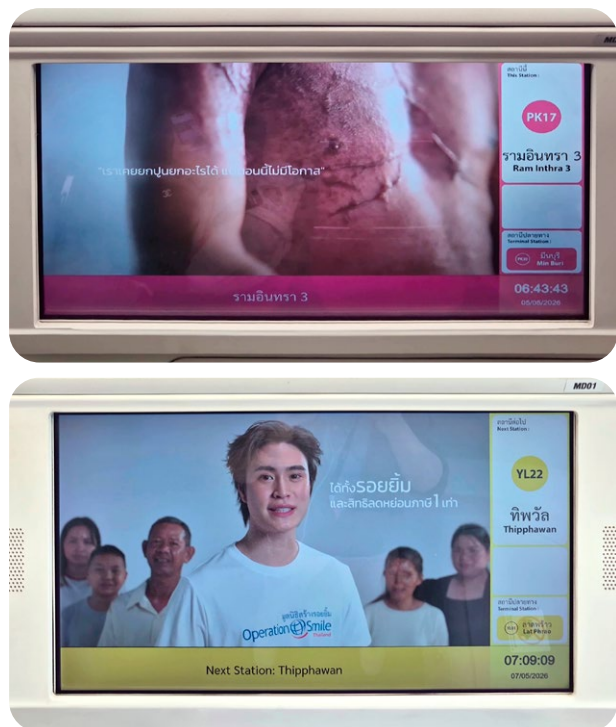
Thai Red Cross Society's "GIVE BLOOD NOW" Blood Donation Campaign

VGI supported the use of LCD media on the Yellow Line for public benefit by promoting the Thai Red Cross Society's "GIVE BLOOD NOW" blood donation campaign through in-train LCD screens. The campaign aimed to raise awareness of blood donation, encourage public participation and support access to adequate blood supplies for patients nationwide, contributing to public healthcare and the enhancement of quality of life across society.



Operation Smile Thailand's "Message from the Burns" Campaign

VGI supported the dissemination of the "Message from the Burns" campaign by Operation Smile Thailand through digital media within the mass transit system to raise awareness and support fundraising efforts for burn survivors. The campaign aimed to promote access to medical treatment and rehabilitation, both physically and psychologically, while supporting patients in reintegrating into society and improving their quality of life.



World Vision Foundation of Thailand's "Chosen" Campaign

VGI supported the dissemination of the "Chosen" campaign by the World Vision Foundation of Thailand through digital media within the mass transit system. The campaign raises awareness of a child sponsorship programme that empowers children to choose their own sponsors, promoting children's rights, equality and access to educational opportunities and improved quality of life for children in remote communities.



WildAid's "Celebrate without Sharks" Campaign

VGI supported the dissemination of WildAid's "Celebrate without Sharks" campaign through digital media within the mass transit system. The campaign aimed to raise public awareness of the environmental impacts associated with shark product consumption and encouraged individuals to reduce or eliminate the consumption of shark fin and other shark-derived products. This initiative contributes to marine conservation efforts and environmental sustainability.





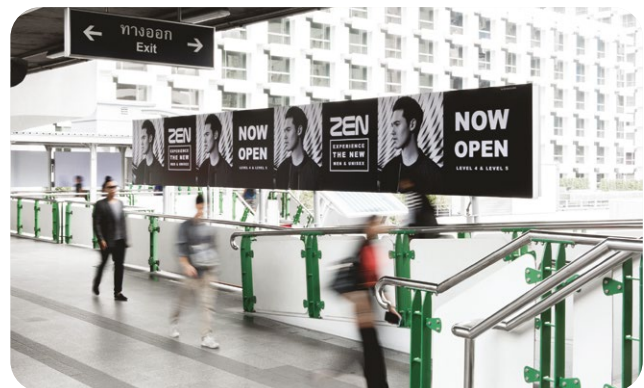
“MedUMORE” Health Education Programme

VGI supported the use of LCD media on the Green Line for public benefit by broadcasting content from “MedUMORE: Doctors Share”, an innovative health education platform developed through a collaboration between the Faculty of Medicine, Chulalongkorn University and King Chulalongkorn Memorial Hospital, Thai Red Cross Society. Through in-train LCD screens, the programme provides easy-to-understand health information delivered by medical specialists, covering current public health issues and emerging health concerns, such as PM2.5 air pollution and seasonal diseases. By making reliable medical information more accessible, the programme encourages preventive healthcare practices, enhances public awareness and supports broader public health outcomes and quality of life in a sustainable manner.

IMPACT VALUATION

In addition to the social initiatives described above, in FY 2025/26, VGI conducted an impact valuation of the Company’s operations and activities, with a particular focus on advertising content responsibility. Through the provision of media space across the BTS SkyTrain network for public-interest projects and campaigns, the Company helps raise public awareness, reach a broad audience of BTS passengers and generate positive social outcomes. This led to the development of the “Impacts of VGI Responsible Content” project.

To further enhance the effectiveness of this initiative, the Company places significant importance on measuring and evaluating its actual impacts. The assessment examines both positive and negative impacts on natural and social capital arising from the dissemination of responsible content. This enables the Company to better understand its impact on society and the environment, while helping to identify and manage potential risks and unintended consequences. The evaluation also supports the overall effectiveness of the initiative in contributing to sustainable development outcomes.



Based on the impact valuation, the “Impacts of VGI Responsible Content” project generated positive economic, social and environmental impacts, with a net impact value estimated at THB 976.16 mn in FY 2025/26.



Please scan this QR code
for the Impact Valuation Report.

4.5 OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

(GRI 3-3, 403-1, 403-2, 403-5, 403-6, 403-9)



Target

Short-Term FY 2030/31	Mid-Term FY 2040/41	Long-Term FY 2050/51
--------------------------	------------------------	-------------------------

- All employees and suppliers attend training in accordance with safety standards
- No work-related accidents

Performance in FY 2025/26



Employees and suppliers are 100% trained according to safety standards



No work-related accidents

VGI realises that responsibility for safety, occupational health and a good working environment is crucial to business success. Therefore, VGI strives to be an accident-free organisation by prioritising the safety of employees and society. The Company continues to develop employees' safety, health and welfare in all aspects. It has established a policy on occupational health and safety that applies to employees, contractors, suppliers and all relevant stakeholders. The Company has appointed a Safety Committee and Safety Officers Committee 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 the effectiveness of its occupational health and safety governance and continuously evaluates and prioritises operational risks associated with its advertising media business. The risk assessment process consists of the following:



Employees can report hazardous incidents and situations during the monthly safety meeting. They can also prepare an incident report for further investigation following the procedures in the Company's operating regulations. The Company also encourages employees to report concerns related to occupational health and safety through the Company's whistleblowing channels under the Corporate Governance and Business Ethics Manual, 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.

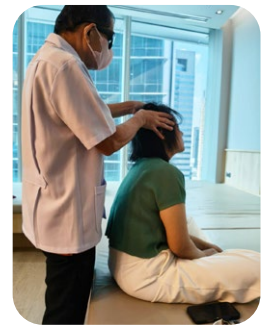
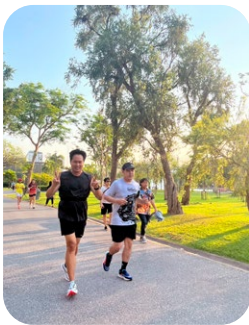


Please scan this QR Code
for the Occupational Health and Safety Policy.

Organisational Culture of Occupational Health and Safety

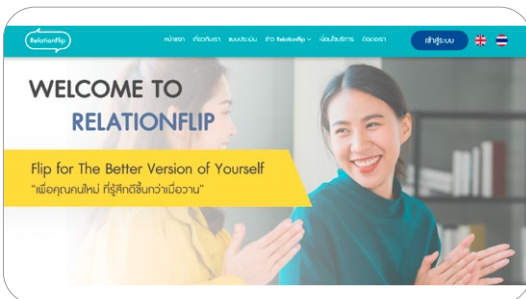
VGI continuously implements initiatives to promote employee health and well-being while fostering a strong safety culture across the organisation. The Company provides annual health check-ups, covering general health examinations, hearing tests and lung function assessments, enabling

employees to monitor and manage their health appropriately. In addition, VGI encourages physical well-being through exercise classes and employee clubs, including running, yoga and aerobics, to promote healthy lifestyles and strengthen relationships among colleagues.



To help reduce fatigue and work-related stress, the Company provides massage chairs within the office as well as massage services delivered by visually impaired therapists, offering employees convenient access to physical wellness support in the workplace. VGI also places great importance on employees' mental well-being through a mental health consultation programme available

via the RelationFlip application. Employees can assess their mental health through self-assessment surveys and access online consultations with psychiatrists and mental health professionals free of charge. Through these initiatives, the Company seeks to ensure that all employees have access to comprehensive support for both their physical and mental well-being.



Furthermore, 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 2025/26,

147 people and 197 suppliers participated in the "Safety in Working Within the BTS SkyTrain Area" training. VGI also organised fire evacuation training for all employees annually, in collaboration with the building owners, with 127 employees participating this year.

4.6 RESPONSIBLE 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 compliant 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 Responsible Content and Advertising 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 conflicts, or depicts violence and pornography. In addition, the Company will not display content that deviates or exaggerates in a false manner with the intention of deceiving society. A warning message will be offered for advertising content that may be offensive or violent so that

viewers can choose to watch as appropriate. To comply with the advertising guidelines, the Company will agree to terms and conditions with customers and brands in every business collaboration. The Company has also established a procedure to verify advertising media content by the Legal Department and other relevant departments to ensure all content complies with laws, practices and the requirements of the Bangkok Mass Transit System Public Company Limited. 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.

In FY 2025/26, VGI did not receive any complaints or notifications regarding inappropriate media content, and there were no incidents of discrimination or harassment.



0 Cases

No complaints or notifications regarding inappropriate media content

Please scan this QR Code

for the Responsible Content and Advertising Policy.



5

ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

5.1 Climate and Energy Strategy

159

5.2 Waste and Water Management

163

5.1 CLIMATE AND ENERGY STRATEGY

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



Target

Short-Term FY 2030/31

- Reduce **20% of scopes 1 and 2 emissions** based on FY 2024/25 performance
- Reduce **10% of scope 3 emissions** based on FY 2024/25 performance

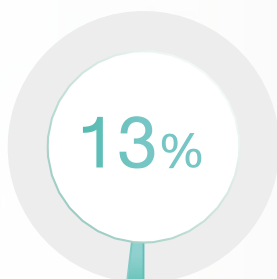
Mid-Term FY 2040/41

- Reduce **42% of scopes 1 and 2 emissions** based on FY 2024/25 performance
- Reduce **25% of scope 3 emissions** based on FY 2024/25 performance

Long-Term FY 2050/51

- Reduce **90% of scopes 1 and 2 emissions** based on FY 2024/25 performance
- Reduce **90% of scope 3 emissions** based on FY 2024/25 performance

Performance in FY 2025/26



Scope 1 emissions decreased by 13% compared with the FY 2024/25 base 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. In FY 2025/26, VGI continued to support the transition towards a low-carbon society by advancing its roadmap towards Net Zero by 2050. This roadmap is aligned with Thailand’s commitments under the Paris Agreement as well as the climate change ambitions of BTS Group. 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. VGI also adheres to an environmental policy that encompasses the Company’s commitment to improve energy efficiency in our operations, invests in new technologies to improve energy conservation, considers the adoption of clean energy in business operations and raises awareness about the impacts of climate change through continuous dissemination of climate change context to the public through the Company’s various media channels.

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 the Environmental Policy.



Climate Change Risk and Opportunity 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 2025/26



Climate Risk Assessment Report 2025/26



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 our 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.

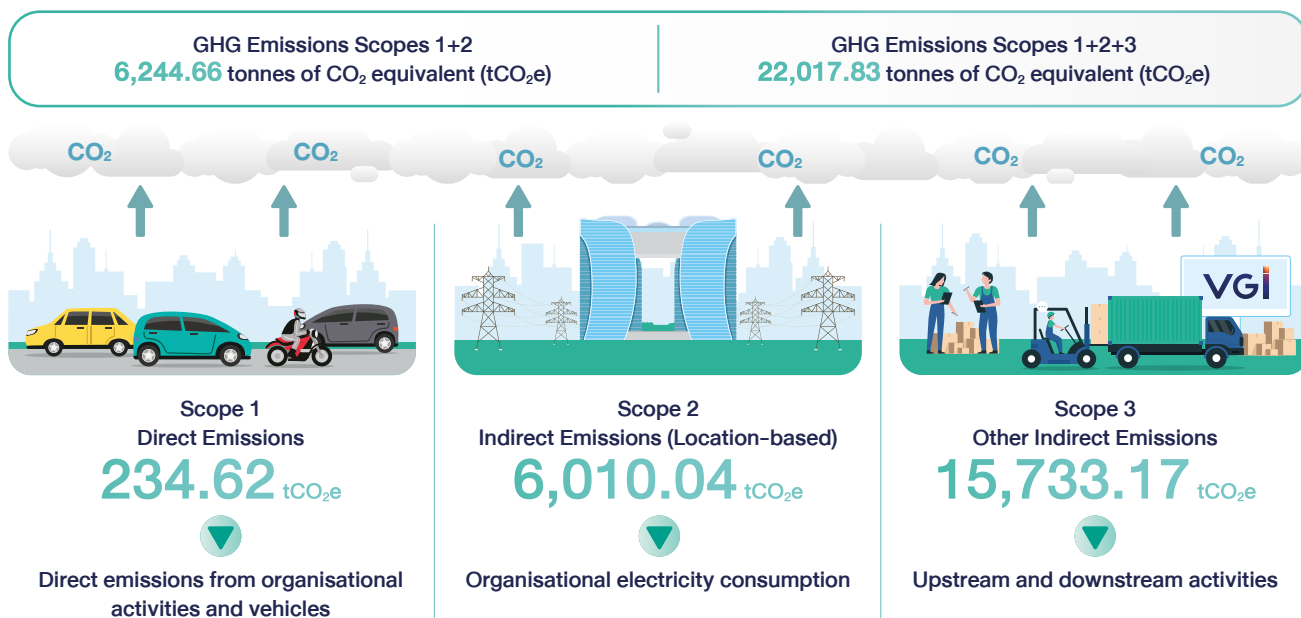


Please scan this QR code for the TCFD Report.



Please scan this QR code for the Climate Risk Assessment.

Greenhouse Gas Emissions in FY 2025/26



RENEWABLE ENERGY CERTIFICATES (RECS)

VGI sourced 10 percent of its operational energy consumption from renewable energy through the use of Renewable Energy Certificates (RECs), which were generated from solar power projects developed by BCPG Public Company Limited.

VGI RECEIVES CARBON NEUTRAL EVENT CERTIFICATION



VGI received the Carbon Neutral Event Certification from the Thailand Greenhouse Gas Management Organisation (Public Organisation) (TGO) for its 2025 Annual General Meeting of Shareholders. The event successfully met TGO's certification criteria for greenhouse gas assessment and carbon offsetting, achieving net-zero greenhouse gas emissions associated with the event.

“CLEAN AIR WE SHARE” CAMPAIGN

In FY 2025/26, the Company joined BTS Group in organising the “Clean Air We Share” campaign in celebration of the International Day of Clean Air for Blue Skies, distributing more than 4,500 air-purifying plants at key BTS stations to encourage public participation in improving air quality, increasing green spaces and supporting the natural absorption of carbon dioxide as part of climate change mitigation efforts. Held on September 5th, 2025 at BTS Phrom Phong Station (E5), BTS Siam Station (CEN), BTS Ha Yaek Lat Phrao Station (N9), and BTS Wat Phra Sri Mahathat Station (N17), the campaign helped raise awareness of air pollution and climate change while promoting collective action towards a low-carbon society and a more sustainable future. Over the past 26 years, the BTS SkyTrain system has contributed to reducing greenhouse gas emissions by more than 2 million tonnes of carbon dioxide equivalent, comparable to planting over 250 million trees, reflecting the role of mass transit systems in supporting tangible climate change mitigation.



“TURTLE WILL BE FREE, LET’S JOIN TRIP TO THE SEA” CAMPAIGN



TURTLE and its employees organised the “Turtle Will Be Free, Let’s Join Trip to the Sea” campaign, inviting customers and stakeholders to participate in a sea turtle release activity at the Sea Turtle Conservation Center in Chonburi Province. The Company also provided financial support for marine and coastal ecosystem restoration initiatives, which play a vital role in natural carbon sequestration, maintaining ecological balance and conserving biodiversity. This initiative reflects the VGI Group’s commitment to supporting greenhouse gas management efforts alongside the conservation of natural resources and biodiversity, while raising environmental awareness among stakeholders. Through such activities, the Company seeks to integrate its business operations with climate action, stakeholder engagement and the use of its organisational capabilities to contribute to long-term sustainable development.

REDUCING ELECTRICITY USAGE AT BTS STATIONS

VGI has been conserving electricity usage in the Company's advertising media at BTS stations by changing fluorescent light bulbs to LED bulbs since 2013 and turning off the lights after operating hours, which has allowed the company to save up to THB 4 mn per year in electricity costs.



BTS VISIONARY PARK: LEED GOLD-CERTIFIED OFFICE BUILDING

In FY 2025/26, VGI operated from BTS Visionary Park, a LEED Gold-certified green building, reflecting its commitment to efficient building design and management practices that support environmental stewardship and sustainable business operations. The building is strategically located with direct access to the mass transit network, encouraging the use of public transportation and helping reduce reliance on private vehicles and the associated greenhouse gas emissions from employee commuting.

To enhance energy efficiency, the building is equipped with high-performance systems, including chillers, water pumps, air handling units (AHUs) and LED lighting, enabling an estimated annual reduction in energy consumption and energy costs of approximately 22 percent compared with conventional buildings. In addition, the building implements effective refrigerant management practices through the use of environmentally



friendly refrigerants, including R-134a, which has zero ozone depletion potential (ODP). This approach helps reduce greenhouse gas emissions from refrigerants by approximately 20 percent per refrigerant ton compared with conventional systems, demonstrating the Company's commitment to climate-conscious operations and long-term energy efficiency.

5.2 WASTE AND WATER MANAGEMENT

(GRI 3-3, 303-3, 303-4, 303-5, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5)



TARGET

Short-Term FY 2030/31

- Reduce general waste generation to landfill or incineration by 30% of total waste based on FY 2024/25 performance

Mid-Term FY 2040/41

- Reduce general waste generation to landfill or incineration by 40% of total waste based on FY 2024/25 performance

Long-Term FY 2050/51

- Reduce general waste generation to landfill or incineration by 50% of total waste based on FY 2024/25 performance

Performance in FY 2025/26



Divert 30% of total waste from landfill disposal or incineration through reuse, recycling and recovery initiatives

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 our business operations, helping to 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 in alignment with the Environmental Policy. Waste generated by VGI's operations comes from office activities and is handled by the building management according to contractual obligations. Used vinyl banners generated from the Company's advertising media business are stored locally or recycled according to circular economy principles. In this regard, the Company has established a system for supervising and tracking general waste information. In addition, the Company instills awareness among employees to recognise the importance of waste reduction according to the 3Rs principle, of which is Reduce, Reuse and Recycle.

VGI's 3R Principles



Reduce

Reduce waste generation as much as possible.



Reuse

Reuse waste materials or products.



Recycle

Convert waste through processing or recycling so that it can be used again.



Please scan this QR code for the Environmental Policy.

Waste Management Performance in FY 2025/26



32.85 tonnes

Total Waste
(Hazardous and non-hazardous)



84%

Waste recycled and retained
within the organisation

Waste segregation

VGI segregates waste generated from office activities before it is collected and processed by the building management team. The Company provides dedicated bins for different types of waste, including general waste, food waste and recyclable waste, such as plastics, paper and glass and metals. Through ongoing waste segregation campaigns, VGI seeks to raise employee awareness of the importance of individual responsibility and collaboration in effective waste management.

The Company continuously promotes waste segregation and responsible waste management through ESG training programmes and internal communication activities. These initiatives emphasise the importance of proper waste segregation and the role that each employee plays in reducing waste and supporting efficient resource management across the organisation.

Waste that has been initially sorted is subsequently transferred to the BTS Visionary Park building management team for further collection and segregation. The building is equipped



with designated waste storage areas and sorting facilities designed to systematically manage recyclable materials before they are handed over to authorised external service providers for appropriate treatment, recycling, recovery or disposal according to each waste category.

“Heroes Give” Year 3: Used Desk Calendar Donation Project

VGI, together with BTS Group and employee volunteers, participated in the annual “Heroes Give” campaign, collecting more than 60,000 used desk calendars donated by employees, BTS SkyTrain passengers, organisations located near BTS stations and members of the general public. The collected calendars were systematically sorted to ensure their suitability for further use, diverting paper materials from general waste disposal and supporting more efficient resource utilisation.

The donated calendars were delivered to the Educational Technology for the Blind Center, part of the Foundation for the Blind in Thailand under the Royal Patronage of H.M. the Queen, where they were repurposed into educational materials for visually impaired students. In addition, BTS Group provided financial support of THB 200,000 to support the development of educational materials for visually impaired students. This initiative reflects the Company’s commitment to waste management in line with Circular Economy principles, which seek to maximise the value of resources and extend the useful life of materials while creating positive social impact.



Furthermore, employee volunteers participated in recording audiobooks and producing Braille books to promote learning and expand educational opportunities for visually impaired individuals. Through the combination of responsible waste management, employee engagement and educational support, the initiative demonstrates how environmental stewardship can create tangible shared value for society while contributing to resource efficiency, social inclusion and sustainable development.

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 promoted the use of reusable bottles to reduce plastic waste and contribute to the organisation’s efforts in lowering 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 FY 2025/26, vinyl waste was diverted from disposal and upcycled into reusable bags. These bags, over 300 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.



In FY 2025/26, the Company reduced the use of plastic cups by a total of

6,190 plastic cups

Super Turtle Invites the Public to Save the Environment by Reducing the Use of Single-Use Plastic

TURTLE is committed to conserving natural resources and promoting the use of environmentally friendly materials in Turtle Shops. Therefore, it has organised a campaign inviting customers to contribute to saving the environment by bringing their own reusable cups and bottles to use at all Turtle Café branches, receiving a THB 5 discount per cup to help reduce the use of single-use plastic. This can help reduce greenhouse gas emissions by more than 40 gCO₂e, in line with the 3R Principle (reduce, reuse, recycle), which is considered a valuable use of resources.

In FY 2025/26, the initiative helped avoid the use of a total of 6,190 plastic cups, demonstrating the effectiveness of behavioural change measures in reducing packaging waste and promoting more sustainable consumption practices.

In addition, the Company applied the principle of waste valorisation in its operations by distributing spent coffee grounds free of charge to customers at all branches. Customers could then repurpose the coffee grounds for beneficial uses, such as organic fertiliser or soil conditioning. This approach creates additional value from materials that might otherwise be considered waste, while reducing the volume of waste requiring end-of-life disposal.

Together, these initiatives—reducing plastic consumption and creating value from waste materials—demonstrate the Company's commitment to integrating Circular Economy principles into its business operations. They are aligned with VGI Group's sustainability strategy, which seeks to embed resource efficiency, waste reduction, and value creation throughout all levels of the organisation.

Water Management

As VGI's core business focuses on providing Offline-to-Online (O2O) Solutions, water consumption is limited primarily to office operations. The Company recognises the importance of responsible and efficient water use and continuously promotes water conservation awareness among employees. Awareness campaigns and communication materials are displayed in restrooms, common areas and other water-use locations throughout the office to encourage responsible water consumption behaviours, such as turning off taps properly and using only the amount of water necessary.

In addition, the office building used for the Company's operations has achieved LEED Gold certification, reflecting efficient building design and management practices, including the installation of water-efficient sanitary fixtures that reduce water consumption by approximately 50 percent compared with conventional buildings. Beyond infrastructure-related measures, VGI promotes water efficiency through employee awareness programmes by integrating water conservation principles and responsible water-use practices into ESG training programmes and ongoing internal communication activities.

Note:

Water consumption data for FY 2025/26 covers only office water use measured by the water meter installed in the Company's new office, which became operational during the reporting year. Water consumption in the building's common areas is excluded.



100% Municipal Water Supply



LEED Gold-Certified Building



Water-Efficient Fixtures



Total Water Consumption in FY 2025/26

646.3 m³

ESG AND SUSTAINABILITY AWARENESS RAISING FOR EMPLOYEES

VGI places great importance on continuously enhancing employees' knowledge and awareness of ESG and sustainability through annual training programmes and internal communication activities. These initiatives are designed to strengthen employees' understanding of their role in supporting the Company's environmental objectives and promoting responsible business practices.

The training content covers key sustainability topics, including climate change and its associated impacts, the importance of greenhouse gas emissions reduction, waste segregation and proper waste sorting practices, approaches to reducing operational waste, as well as



the importance of efficient water use and practical water conservation measures in both daily life and the workplace. Through these efforts, the Company seeks to foster a culture of environmental responsibility and encourage active employee participation in advancing its sustainability goals.

6

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน SUSTAINABILITY PERFORMANCE

6.1 ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน Sustainability Performance Report	168
6.2 ดัชนีชี้วัดตามมาตรฐาน GRI GRI Content Index	169
6.3 การรับรองจากหน่วยงานภายนอก Independent Assurance Statement	170
6.4 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน Reader Opinion Survey	172

6.1 ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (SUSTAINABILITY PERFORMANCE REPORT)



Sustainability Performance FY 2025/26



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ประจำปี 2568/69 ของ VGI ได้มีการจัดทำเป็นเอกสารแยกและแสดงไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยท่านสามารถสแกนคิวอาร์โค้ดได้ด้านล่าง

VGI's sustainability performance report for FY 2025/26 has been independently compiled and released on the Company's website. Stakeholders and individuals interested in the specific performance details can access by scanning the QR code provided below.



6.2 ดัชนีชี้วัดตามมาตรฐาน GRI (GRI CONTENT INDEX)



ดัชนีชี้วัดตามมาตรฐาน GRI (Global Reporting Initiative) ของ รายงานความยั่งยืนประจำปี 2568/69 ของ VGI ได้รายงานไว้บน หน้าเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยท่านสามารถอ่านหรือดาวน์โหลดได้ โดยการสแกนคิวอาร์โค้ดด้านล่าง



The GRI (Global Reporting Initiative) Report for FY 2025/26 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.

6.3 การรับรองจากหน่วยงานภายนอก (INDEPENDENT ASSURANCE STATEMENT)

(GRI 2-5)



LRQA Independent Assurance Statement Relating to VGI PUBLIC COMPANY LIMITED's Sustainability Report for the FY 2025/26

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 FY2025/26 for the period from 1 April 2025 to 31 March 2026 ("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 Standards¹
- Double Materiality assessment – GRI guideline
- Evaluating the reliability of data and information for only the selected environmental indicators listed below:
 - GRI 302-1 Energy consumption within the organization and intensity
 - GRI 303-3, 303-4 and 303-5 Water withdrawal/discharge and consumption
 - GRI 305-1 Direct Greenhouse Gas Emissions (Scope 1)²
 - GRI 305-2 Indirect Greenhouse Gas Emissions (Scope 2)²
 - GRI 305-3 Other indirect (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 double material issues based on a set of unbiased criteria for business risk and qualitative impact valuation.
- Responsiveness: VGI has addressed the concerns of stakeholders in relation to GHG emissions, media content as well as OH&S. VGI should consider using most recent vintage year for any retired carbon credit.
- 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 is the only work undertaken by LRQA for VGI PUBLIC COMPANY LIMITED and as such does not compromise our independence or impartiality.

Dated: 15 June 2026

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: BGK000001357

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 2026.

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน (READER OPINION SURVEY)

ข้อเสนอแนะของผู้อ่านที่มีต่อรายงานความยั่งยืนประจำปี 2568/69 จะนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืนในอนาคต
Your views and suggestions for the FY 2025/26 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)
☐ พนักงานของบริษัทฯ (Employee) ☐ ชุมชน (Community) ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) (Other – please specify)

3. ความพึงพอใจต่อรูปแบบรายงานความยั่งยืนประจำปี 2568/69 (Please rate your satisfaction for the presentation of FY 2025/26 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)
การออกแบบรูปแบบ (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.)

ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของ VGI (Materiality Assessment of VGI)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders Engagement)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Policy and Targets)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ (Corporate Governance and Business Conduct)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต (Risk and Crisis Management)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
นวัตกรรม (Innovation)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Information Security and Data Privacy)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี (Human Resources Development and Well-being)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
สิทธิมนุษยชน (Human Rights)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
การพัฒนาสังคมและชุมชน (Social and Community Development)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา (Responsibility of Content)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน (Climate and Energy Strategy)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
การจัดการของเสียและการบริหารจัดการน้ำ (Waste and Water Management)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)
ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainability Performance Results of VGI)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)	☐ ไม่สนใจ (Uninterested)

5. กรุณาระบุประเด็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อปรับปรุงรายงานความยั่งยืนฉบับต่อไป (Please provide other comments or suggestions to improve the next Sustainability Report.)

.....

.....

.....



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
เพื่อตอบแบบสอบถาม
Please scan this QR code
to complete the survey.

VGI ของอบพระคุณอย่างสูงสำหรับความร่วมมือ
VGI greatly appreciates your valuable feedback.

กรุณาส่งแบบสอบถามมาที่:

ฝ่ายเลขานุการบริษัท

บริษัท วิจิไอ จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 1000/9 บีทีเอส วิชั่นนารี ปาร์ค - เซาท์ ทาวเวอร์ ชั้นที่ 27

ถนนพหลโยธิน แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ +66 (0) 2273 8884

อีเมล companysecretary@vgi.co.th

Please mail this survey to:

Company Secretary Department

VGI Public Company Limited

1000/9 BTS Visionary Park - South Tower, 27th Floor,

Phahonyothin Road, Chomphon Sub-district, Chatuchak District, Bangkok 10900

Telephone number: +66 (0) 2273 8884

Email: companysecretary@vgi.co.th

LEADING THE WAY TO A SUSTAINABLE FUTURE



VGI PUBLIC COMPANY LIMITED

1000/9 BTS VISIONARY PARK - SOUTH TOWER 27TH FLOOR, PHAHONYOTHIN ROAD,
CHOMPHON SUB-DISTRICT, CHATUCHAK DISTRICT, BANGKOK 10900, THAILAND

TEL. +66 (0) 2273 8884 | FAX +66 (0) 2273 8883

www.vgi.co.th

