

A large, abstract graphic in the center of the page. It features a glowing blue sphere at the top, from which a thick, translucent blue ribbon spirals downwards. The background transitions from a deep blue at the top to a vibrant green at the bottom. The text 'INSPIRING FOR SUSTAINABLE FUTURE' is centered within the blue ribbon.

INSPIRING FOR
SUSTAINABLE
FUTURE

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2567/68
SUSTAINABILITY REPORT 2024/25





บริษัทฯ รู้สึกเป็นเกียรติและตั้งใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับรางวัล
อันทรงคุณค่าต่าง ๆ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นเครื่องแสดงถึงการยอมรับ
ในความทุ่มเทของบริษัทฯ แต่ยังจุดประกายให้เราตั้งใจ
เพื่อความเป็นเลิศอย่างไม่หยุดยั้ง บริษัทฯ ขอน้อมรับความชื่นชมนี้
ด้วยความจริงใจและมุ่งมั่นที่จะพัฒนาเพื่ออนาคตที่ดีขึ้นต่อไป



ได้รับคัดเลือกให้เป็นบริษัทที่ยั่งยืน
ที่สุดในโลก ในหมวดอุตสาหกรรมสื่อ
ภาพยนตร์ และความบันเทิง เป็นปีที่ 3
จาก S&P Global



ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วม
ต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย
(CAC) ตั้งในปี 2557



ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของ
บริษัทจดทะเบียนในระดับ “ดีเลิศ” ประจำปี
2567 เป็นปีที่ 9 ติดต่อกัน จากสมาคม
ส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย



ได้รับการจัดอันดับเป็นหุ้นความยั่งยืน
ระดับ “AA” ภายใต้ SET ESG Ratings
กลุ่มภาคการบริการประจำปี 2567 ซึ่ง
บริษัทฯ ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อ
หุ้นยั่งยืนติดต่อกันเป็นปีที่ 4



เป็นส่วนหนึ่งของดัชนี SET100 ในระหว่าง
เดือนมกราคม - มีนาคม 2568 และ
เป็นส่วนหนึ่งของดัชนี SET50 ในเดือน
เมษายน 2568



เป็นส่วนหนึ่งของดัชนี MSCI Global
Small Cap เป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน โดย
Morgan Stanley Capital International
(MSCI) index



ได้รับการรับรองฉลาก Carbon Neutral จากองค์การ
บริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เป็น
ปีที่ 3 ติดต่อกัน ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทด้านมีเดียแห่งแรก
และแห่งเดียวในประเทศไทย



VGi

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2567/68

บริษัท วิจิไอ จำกัด (มหาชน)

สารบัญ

01

บทนำ

1.1 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	4
1.2 สารจากประธานกรรมการ	6
1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร	8
1.4 VGI โอเคซีเอสเอ็ม และห่วงโซ่คุณค่า	10

02

VGI กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.1 การประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน	14
2.2 การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	18
2.3 นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	21
2.4 รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืน ในปี 2567/68	24

03

VGI กับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ และการกำกับดูแลกิจการ

3.1 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	27
3.2 การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	34
3.3 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	39
3.4 นวัตกรรม	44
3.5 ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	46

04

VGI กับความยั่งยืนด้านสังคม

4.1 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	50
4.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	53
4.3 สิทธิมนุษยชน	58
4.4 การพัฒนาสังคมและชุมชน	61
4.5 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	65
4.6 ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา	67

05

VGI กับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

5.1 กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน	69
5.2 การจัดการของเสียและการบริหารจัดการน้ำ	72

06

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

6.1 ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	152
6.2 ดัชนีชี้วัดตามมาตรฐาน GRI	153
6.3 การรับรองจากหน่วยงานภายนอก	154
6.4 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน	156

01

บทนำ

- 1.1 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
- 1.2 สารจากประธานกรรมการ
- 1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร
- 1.4 VGI อีโคซิสเต็มและห่วงโซ่คุณค่า





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 2567/68 ฉบับนี้ มีเนื้อหาครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในช่วงระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2567 ถึง 31 มีนาคม 2568

การจัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ เป็นไปตามแนวทางและมาตรฐาน GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) ซึ่งได้มีการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนทั้งหมด 13 ประเด็น โดยผลการดำเนินงานครอบคลุมถึงการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ในประเทศไทย รวมถึงบริษัทย่อยต่าง ๆ ที่ VGI มีสัดส่วนการถือหุ้นเกินร้อยละ 50 และมีอำนาจในการควบคุมการดำเนินงาน ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปิดเผยในรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ได้รับการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระ Lloyd’s Register Quality Assurance (LRQA) เพื่อรับรองความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และความน่าเชื่อถือ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบแล้วในปี 2567/68 ประกอบด้วย GRI 3, GRI 302-1, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5, GRI 403-9 และ GRI 405-2 นอกจากนี้ รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ยังได้ผ่านการพิจารณาและอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

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

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ฝ่ายเลขานุการบริษัท

บริษัท วิจิไอ จำกัด (มหาชน)

1000/9 อาคารบีทีเอส วิชันนารี 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)

VGI มุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้วิสัยทัศน์ในฐานะ “ผู้นำแห่งโซลูชันสำหรับอนาคต” (The Pioneering Solutions for Tomorrow) โดยให้ความสำคัญกับการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจที่มีความยืดหยุ่น เชื่อมโยง และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ด้วยแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นหัวใจหลัก VGI มุ่งมั่นส่งเสริมประสบการณ์ที่ล้ำสมัยผ่านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในทุกกลุ่มธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสื่อโฆษณาที่นำเสนอโซลูชันสำหรับการตลาดที่สร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพผ่านสื่อโฆษณานอกบ้านและสื่อออนไลน์ ธุรกิจบริการด้านดิจิทัลที่ให้บริการและขยายขอบเขตการให้บริการ และสร้างการเติบโตของยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง และธุรกิจการจัดจำหน่ายที่เติบโตผ่านการขยายสาขา พัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้ VGI ยังคงยึดมั่นในกลยุทธ์การตลาดแบบ O2O (Offline-to-Online) ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญในการเชื่อมโยงโลกแห่งความจริงกับโลกดิจิทัลให้เป็นหนึ่งเดียว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วของเทคโนโลยี โดยเฉพาะบทบาทที่เพิ่มขึ้นของปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) ซึ่งกำลังเปลี่ยนโฉมเศรษฐกิจโลก และพฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยแนวทางที่เน้นความยืดหยุ่นและการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนี้ ทำให้ VGI สามารถปรับตัวและก้าวผ่านความท้าทายที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้อย่างมั่นคง

นอกจากนี้ VGI ยังคงเดินหน้าขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน โดยใช้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป็นแนวทางหลักในการสร้างนวัตกรรมและวางแผนธุรกิจอย่างมีจริยธรรม สร้างเครือข่ายพันธมิตรที่เข้มแข็ง รับฟัง และมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในทุกมิติของห่วงโซ่มูลค่า พร้อมดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และความเป็นธรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นอย่างยั่งยืน และเพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นในการสร้างผลกระทบเชิงบวกอย่างแท้จริง ในปีนี้ VGI ได้ดำเนินการประเมินมูลค่าผลกระทบ (Impact Valuation) ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจต่อผู้คนและสิ่งแวดล้อม เพื่อเข้าใจผลกระทบเชิงคุณภาพ และนำข้อมูลเหล่านี้ไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงการพิจารณาวิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน VGI จึงได้กำหนด

เป้าหมายด้านความยั่งยืนทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับสถานการณ์และแนวโน้มของโลก

VGI มุ่งมั่นพัฒนาและยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงานในกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม โดยเราได้รับการรับรองสถานะ “ความเป็นกลางทางคาร์บอน” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 และยังคงรักษาสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดไว้ที่ร้อยละ 10 ผ่านการจัดซื้อและลงทุนในใบรับรองพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificates: RECs) ซึ่งสะท้อนถึงความตั้งใจจริงในการสนับสนุนระบบพลังงานสะอาดของประเทศ ความพยายามเหล่านี้ตอกย้ำถึงจุดยืนของ VGI ในการเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเป้าหมายระดับประเทศในการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2593 และบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2608 ภายใต้พันธกรณีของประเทศไทยตามความตกลงปารีส (Paris Agreement) ซึ่งเป็นข้อตกลงด้านสภาพภูมิอากาศระดับโลกของสหประชาชาติ

ด้วยความมุ่งมั่นในแนวทางพัฒนาอย่างยั่งยืนนี้ ทำให้ VGI ได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในดัชนีความยั่งยืนใน Sustainability Yearbook 2025 ซึ่งจัดอันดับโดย S&P Global เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน และยังสามารถครองอันดับที่ 1 ของโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ และความบันเทิง ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 นอกจากนี้ เรายังได้รับการจัดอันดับหุ้นยั่งยืน (SET ESG Ratings) ระดับ AA จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้รับคะแนนด้านการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” (5 ดาว) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นปีที่ 9 ติดต่อกัน

VGI จะยังคงเดินหน้าสู่อนาคตอย่างยั่งยืน ด้วยความรับผิดชอบต่อความมุ่งมั่น และวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน เพื่อสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมและโลกอย่างแท้จริง



คีติ กาญจนพาสน์
ประธานกรรมการ



1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าองค์กร

(GRI 2-23)

วิสัยทัศน์

โซลูชันสำหรับอนาคต

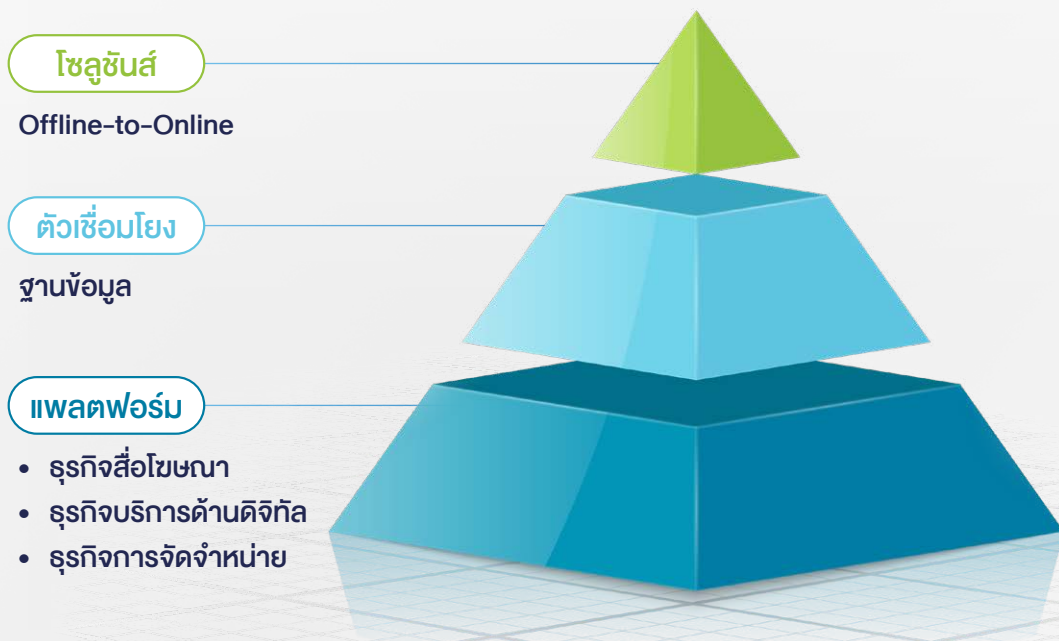
พันธกิจ

- เป็นผู้นำในการออกแบบประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภค
- เป็นผู้นำในการสร้างสรรค์แพลตฟอร์มใหม่ให้กับนักการตลาดและแบรนด์
- เป็นผู้นำในการสร้างธุรกิจที่ยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบตัว

กลยุทธ์

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

คุณค่าองค์กร





V

VALUES

คุณค่าขององค์กร

VGI เชื่อมมั่นในการสร้างคุณค่าแบบยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น คู่ค้า และสังคม ซึ่งถือเป็นหลักการพื้นฐานที่ VGI ยึดถือในการดำเนินงานมาโดยตลอด

G

GROWTH

การเติบโตทางธุรกิจ

VGI มีจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้นำธุรกิจในอนาคตที่มี การเติบโตสูงสุดและพร้อมเป็นพันธมิตรกับผู้นำธุรกิจจากทั่วโลก ที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจหลักที่เรามีอยู่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือหลักสำคัญที่ทำให้เรา เติบโตอย่างแตกต่างตลอดมา

I

INNOVATION

การสร้างนวัตกรรม

VGI ให้ความสำคัญกับดิจิทัล เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และโซลูชัน ที่เข้ากับทุกเจนเออเรชัน ให้สามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลง อยู่ตลอดเวลาได้อย่างดีที่สุด

1.4 VGI อีโคซิสเต็ม และห่วงโซ่คุณค่า

(GRI 2-6)

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

VGI

ธุรกิจสื่อโฆษณา

ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล

ธุรกิจการจัดจำหน่าย



ธุรกิจสื่อโฆษณา



สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน

VGI ได้รับสิทธิในการบริหารเครื่องฉายสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนที่หลากหลาย ทั้งสื่อโฆษณาภาพนิ่งมากกว่า 3,600 ป้าย และเครื่องฉายสื่อดิจิทัลบนรถไฟฟ้าและบนสถานีกว่า 4,200 จอ โดยมีศักยภาพในการเข้าถึงและสื่อสารกับผู้ชมสื่อมวลชนที่ใช้บริการระบบขนส่งมวลชนและเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมาย

สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน

VGI ได้รับสิทธิในการเผยแพร่สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงานที่มีเครื่องฉายอาคารสำนักงานภายใต้การจัดการรวมทั้งสิ้นกว่า 221 อาคาร ในเขตกรุงเทพมหานครรวมไปถึงจอภาพภายในลิฟต์จำนวนกว่า 1,908 จอ ซึ่งสามารถกระจายโฆษณาและเข้าถึงกลุ่มพนักงานออฟฟิศได้เป็นจำนวนมาก

สื่อโฆษณากลางแจ้ง

ดำเนินการผ่านบริษัท ร็อคเทค โกลบอล จำกัด (มหาชน) (“ROCTEC”) และบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) (“PlanB”) ซึ่งมีพื้นที่สื่อครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้ชมสื่อโฆษณาจำนวนมาก ช่วยสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล



ธุรกิจบริการชำระเงินแบบไร้เงินสด

บริการชำระเงินในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์บนระบบขนส่งมวลชนและร้านค้าชั้นนำต่างๆ ทั่วประเทศ ปัจจุบันมีจำนวนผู้ถือบัตรแมบิก และบัตรแมบิกร่วมแบรนด์ได้เพิ่มขึ้นกว่า 20 ล้านใบ โดยมีร้านค้าที่เป็นพันธมิตรมากกว่า 2,700 ร้านค้า จากหลากหลายประเภทธุรกิจ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บัตรแมบิกสามารถใช้บัตรดังกล่าวในการทำธุรกรรมได้หลากหลายรูปแบบ



แมบิก แคร่

ผู้นำด้านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประกันภัย (InsurTech) และผลิตภัณฑ์ทางการเงิน (FinTech) ของประเทศไทย



แมบิก แคช

ผู้นำด้านการให้บริการสินเชื่อทางออนไลน์ที่ช่วยให้คนไทยสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย สะดวกสบาย และรวดเร็ว โดยปราศจากเงื่อนไขการให้สินเชื่อแบบดั้งเดิม



ธุรกิจการจัดจำหน่าย



บริษัท ชูเปอร์ เทอร์กิล จำกัด (มหาชน) “TURTLE”

TURTLE ผู้ให้บริการร้านค้าปลีกบนระบบขนส่งมวลชน ซึ่งทำหน้าที่เป็นร้านค้าปลีกภายใต้แบรนด์ Turtle และบริหารจัดการพื้นที่ให้เช่าเชิงพาณิชย์บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสแต่เพียงผู้เดียว โดยได้รับสิทธิในการดำเนินการจาก VGI ที่ครอบคลุมการบริหารจัดการทั้งหมด 31 สถานี ประกอบด้วย 24 สถานีบนเครือข่าย รถไฟฟ้าสีเขียวสายหลัก (สถานีหมอชิต - สถานีอ่อนนุช) และ 7 สถานีในส่วนต่อขยายสายสีเขียว 1 (สถานีกรุงธนบุรี - สถานีบางหว้า) และ TURTLE ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่เชิงพาณิชย์กับบริษัท อีสเทิร์น บางกอกโมโนเรล จำกัด ครอบคลุม 3 สถานีบนสถานีรถไฟฟ้าสายสีเหลือง ได้แก่ สถานีลาดพร้าว บางกะปิ และสวนหลวง ร.9



บริษัท แฟนส์ลิงค์ คอมมูนิตี้ จำกัด “Fanslink”

ผู้นำด้านการบริหารจัดการสินค้าจากแบรนด์บนหลากหลายแพลตฟอร์ม พร้อมทั้งให้บริการในเชิงพาณิชย์อย่างครอบคลุมและบริการปรึกษาด้านกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดแก่แบรนด์ต่างๆ อีกทั้งยังเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแบรนด์ชั้นนำ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและความงาม รวมถึงอุปกรณ์สมาร์ตโฮมต่าง ๆ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งบนแพลตฟอร์มออนไลน์และออนไลน์ รวมถึงช่องทางร้านค้าปลีกต่างๆ



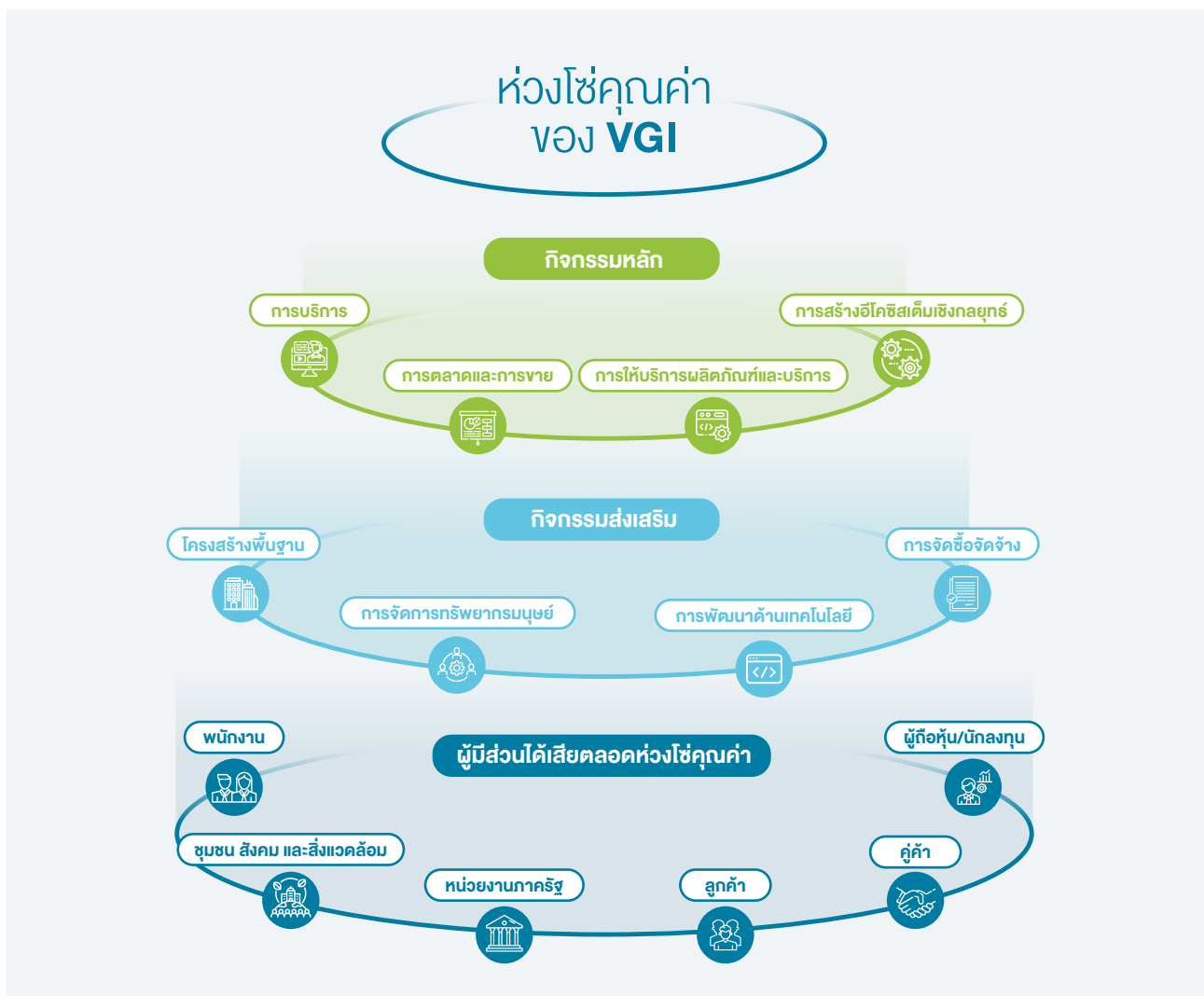
ห่วงโซ่คุณค่าของ VGI

(GRI 2-6)

VGI มุ่งแสวงหาโอกาสทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องผ่านการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์และการบูรณาการห่วงโซ่คุณค่าอย่างมีชั้นเชิง ทั้งในแพลตฟอร์มธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล และธุรกิจการจัดจำหน่าย โดยภายใต้ธุรกิจสื่อโฆษณาหลักของ VGI นั้น บริษัทฯ ยังคงดำเนินการพัฒนาช่องทางการนำเสนอสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักโฆษณา และแบรนด์ต่าง ๆ อีกทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้จ่ายจากธุรกิจบริการด้านดิจิทัลของบริษัทฯ ยังสามารถทำให้บริษัทฯ สามารถยกระดับการให้บริการสื่อโฆษณาที่เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับแบรนด์ได้มากขึ้น

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

ในส่วนของธุรกิจการจัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของ ผู้บริโภค ทั้งการให้บริการร้านค้าปลีกบนระบบขนส่งมวลชน การบริหารจัดการพื้นที่ให้เช่าเชิงพาณิชย์บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส การบริหารจัดการสินค้าในหลากหลายแพลตฟอร์ม และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแบรนด์ชั้นนำของประเทศไทย เป็นต้น อีกทั้ง บริการชำระเงินของ VGI นั้น ยังช่วยส่งเสริมธุรกิจจัดจำหน่ายได้โดยการให้บริการชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสดให้กับผู้บริโภคอีกด้วย



02

VGI กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

- 2.1 การประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน
- 2.2 การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
- 2.3 นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 2.4 รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืนในปี 2567/68



2.1 การประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน

(GRI 3-1)

VGI มีการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาจากปัจจัยภายในและภายนอกที่ครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงและผลกระทบของ VGI รวมถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียโดยพิจารณาจากปัจจัยภายในประกอบด้วยผลกระทบจากความเสียหายและโอกาสทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินงานและห่วงโซ่มูลค่าของ VGI ส่วนปัจจัยภายนอกประกอบด้วยแนวโน้มของโลก ข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก และประเด็นด้านความยั่งยืนในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยการประเมินประเด็นสำคัญนี้ดำเนินการตามหลักการแบบทวิสารัตถภาพ หรือ Double Materiality Principle ซึ่งเป็นแนวคิดในการประเมินผลกระทบในบริบทของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environmental, Social and Governance หรือ ESG) ต่อภายในบริษัทฯ และผลกระทบในบริษัท ESG จากกิจกรรมตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่าที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เกณฑ์ในการประเมินผลกระทบอ้างอิง

จากเกณฑ์การบริหารความเสี่ยงองค์กรของ VGI เพื่อให้สามารถนำประเด็นสำคัญเหล่านี้มาบูรณาการเข้ากับการประเมินปัจจัยความเสี่ยงของบริษัทฯ ได้ในภายหลัง

นอกจากนี้การประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนได้ผ่านการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบจากหน่วยงานภายนอก และเป็นกระบวนการที่รวมอยู่ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรของบริษัทฯ ทั้งนี้ VGI ได้จัดเรียงลำดับประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนโดยพิจารณาจากระดับผลกระทบโดยรวมที่ประเด็นเหล่านี้มีต่อบริษัทฯ โดยมีคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้ลงนามผลการประเมินตามหลักการของ GRI Standards 2021 ว่าด้วยการเปิดเผยข้อมูลเพื่อความยั่งยืน (GRI 3: Material Topics 2021) ซึ่งกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาและการประเมินประเด็นสำคัญของบริษัทฯ มีดังนี้

1. การทำความเข้าใจบริบทขององค์กร



VGI มีการทบทวนการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กร บริบทด้านความยั่งยืน และความสัมพันธ์ที่องค์กรมีกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า นอกจากนี้ VGI ยังวิเคราะห์แนวโน้มความยั่งยืนระดับโลกและมาตรฐานสากลทั่วทั้งอุตสาหกรรมเพื่อรวบรวมประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย โดยใช้ประกอบการระบุประเด็นสำคัญ ได้แก่

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

2. การระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นและที่อาจเกิดขึ้นต่อประเด็นสำคัญ



VGI มีการหารือกับหน่วยงานภายในและผู้มีส่วนได้เสียภายนอกเพื่อระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงและที่อาจเกิดขึ้นจากประเด็นสำคัญที่มีผลต่อบริษัทฯ ผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสิทธิมนุษยชน ครอบคลุมทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ



3. การประเมินนัยสำคัญของผลกระทบ



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

4. การจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบที่มีนัยสำคัญในการรายงาน



VGI จัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนโดยพิจารณาจาก 2 หลักเกณฑ์ได้แก่ ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและความสำคัญต่อผลกระทบทางธุรกิจของบริษัทฯ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นเป็น 3 ลำดับ คือ สูง กลาง และต่ำ ผลการประเมินของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนได้ถูกนำเสนอต่อคณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยผ่านการรับรองจากคณะกรรมการบริหาร เพื่อกำหนดและตรวจสอบความถูกต้องของการจัดลำดับความสำคัญของผลการประเมินประเด็นสำคัญ และเพื่อให้คณะกรรมการบริษัทรับรองผลการประเมินว่ามีความสอดคล้องตามบริบทกลยุทธ์ของ VGI

สรุปประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน

ประเด็นด้านความยั่งยืน	ประเด็นด้านความยั่งยืนตามแนวทาง ของ GRI Standards	ขอบเขตของผลกระทบ	
		ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร
ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ			
1. การกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจ	Management of Material Topics (GRI 3-3) Anti-corruption (GRI 205-2, GRI 205-3) Public Policy (GRI 415-1)	+ -	+ -
2. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	Management of Material Topics (GRI 3-3) Supplier Environmental Assessment (GRI 308-1) Supplier Social Assessment (GRI 414-1, GRI 414-2)	+ -	+ -
3. การบริหารความเสี่ยง และภาวะวิกฤต	Management of Material Topics (GRI 3-3)	+ -	+ -
4. นวัตกรรม	Management of Material Topics (GRI 3-3) Waste (GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5)	+	+
5. ความปลอดภัยทางด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	Management of Material Topics (GRI 3-3) Customer Privacy (GRI 418-1)	+ -	+ -
ด้านสังคม			
6. การจัดการความสัมพันธ์ กับลูกค้า	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)	+ -	+ -
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 403-6, GRI 403-9)	+ -	+ -
11. ความรับผิดชอบต่อเนื้อหา สื่อโฆษณา	Management of Material Topics (GRI 3-3)	+ -	+ -
ด้านสิ่งแวดล้อม			
12. กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ และการใช้พลังงาน	Management of Material Topics (GRI 3-3) Energy (GRI 302-1, GRI 202-4) Emission (GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-5)	+ -	+ -
13. การจัดการของเสียและการบริหาร จัดการน้ำ	Management of Material Topics (GRI 3-3)	+ -	+ -

หมายเหตุ:  หมายถึง ผลกระทบเชิงบวก

 หมายถึง ผลกระทบเชิงลบ

ระดับผลกระทบในแต่ละประเด็นความยั่งยืน

ระดับผลกระทบเชิงบวกในแต่ละประเด็นความยั่งยืน

ระดับผลกระทบเชิงบวกระดับสูง

	ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา
	ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล
	การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
	การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

ระดับผลกระทบเชิงบวกระดับกลาง

	การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
	อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
	สิทธิมนุษยชน
	การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
	กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน

ระดับผลกระทบเชิงบวกระดับต่ำ

	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี
	นวัตกรรม
	การจัดการของเสียและการบริหารจัดการน้ำ
	การพัฒนาสังคมและชุมชน

ระดับผลกระทบเชิงลบในแต่ละประเด็นความยั่งยืน

ระดับผลกระทบเชิงลบระดับสูง

	ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาสื่อโฆษณา
	ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล
	การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

ระดับผลกระทบเชิงลบระดับกลาง

	อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
	การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ
	การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
	สิทธิมนุษยชน
	การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
	กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน

ระดับผลกระทบเชิงลบระดับต่ำ

	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี
	การจัดการของเสียและการบริหารจัดการน้ำ
	นวัตกรรม
	การพัฒนาสังคมและชุมชน

ประเด็นด้านความยั่งยืน



ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ



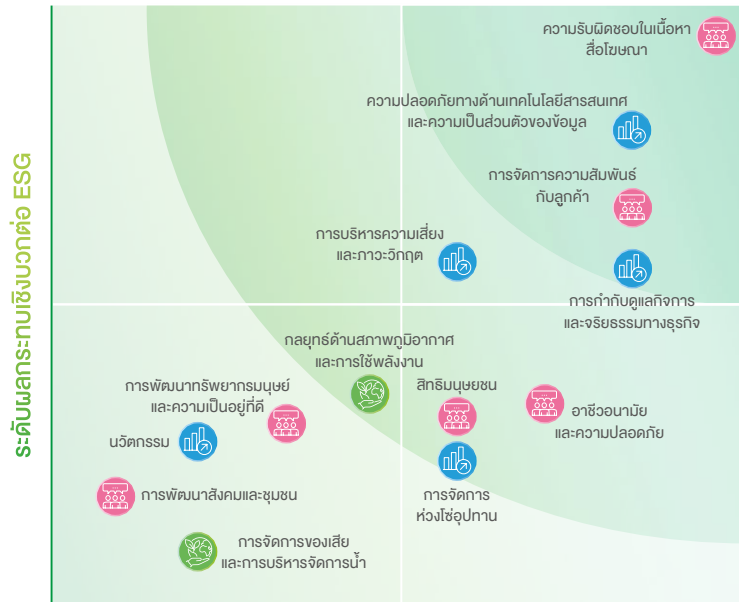
ด้านสังคม



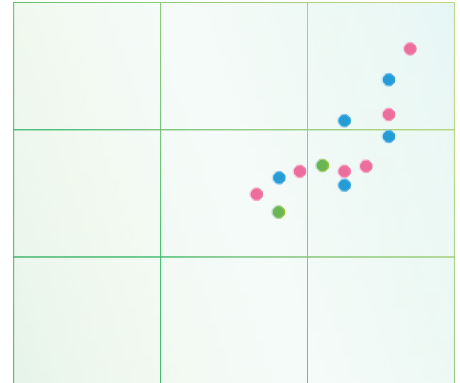
ด้านสิ่งแวดล้อม

ผลการประเมินตามหลักการแบบทวิสารัตถภาพ

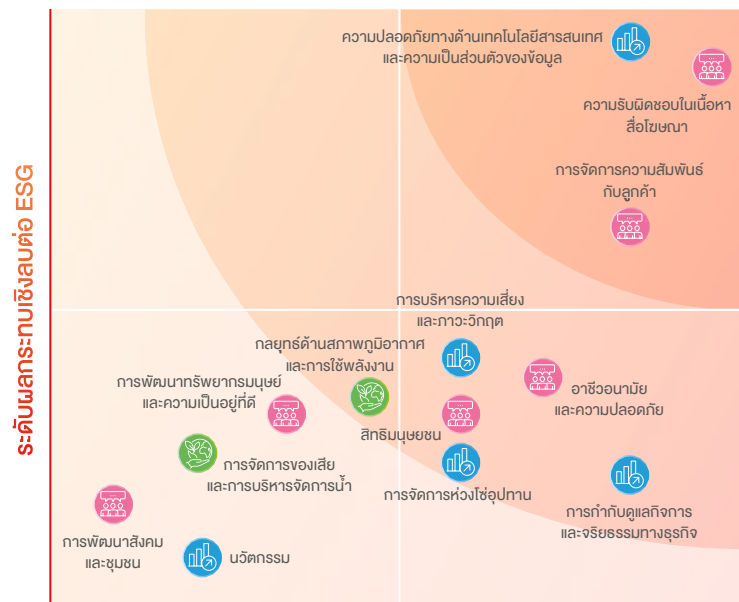
ผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กรในแต่ละประเด็นความยั่งยืน



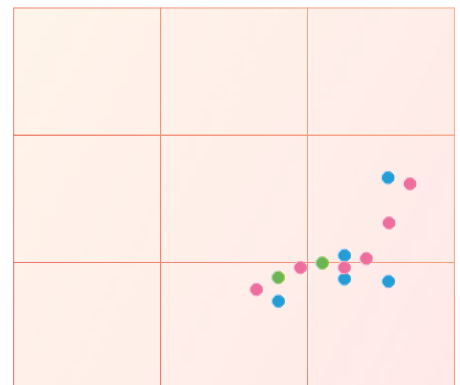
ระดับความสำคัญต่อองค์กร



ผลกระทบเชิงลบต่อองค์กรในแต่ละประเด็นความยั่งยืน



ระดับความสำคัญต่อองค์กร



ประเด็นด้านความยั่งยืน



ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ



ด้านสังคม



ด้านสิ่งแวดล้อม



โปรดสแกน QR Code นี้
สำหรับรายงานการประเมิน
ประเด็นที่มีนัยสำคัญ

2.2 การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

(GRI 2-12, 2-29)

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

VGI ได้ระบุผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรเป็นจำนวน 6 กลุ่ม และยังจัดให้มีช่องทางการสื่อสารและวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้



ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน

ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม



การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี



การรายงานผลประกอบการรายไตรมาสและรายปี โดยเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของ VGI และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



การรายงานข่าวผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ต่าง ๆ



ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของบริษัทฯ ได้แก่ เว็บไซต์ Facebook อีเมล โทรศัพท์ เป็นต้น

ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ



ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมทั้งมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีประสิทธิภาพ



ดำเนินกิจการที่มีผลประโยชน์ที่เติบโต มั่นคง และยั่งยืน



เปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ



คำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม



การบริหารจัดการบริษัทฯ และปกป้องสิทธิของผู้ถือหุ้นในช่วงวิกฤตการระบาดของไวรัสโควิด 19

ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง



ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดี



ประเมินความเสี่ยงด้านการต่อต้านการคอร์รัปชันขององค์กรและได้รับการต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC)



จัดให้มีการอบรมพนักงานเพื่อให้มั่นใจถึงแนวปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานในการกำกับดูแลกิจการที่ดีและต่อต้านการทุจริต



พนักงาน

ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม

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

ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ

-  ปฏิบัติอย่างเสมอภาคและเคารพสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน
-  ฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง
-  ให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ
-  ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม
-  มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและเหมาะสมตามหลักอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง

-  มีผลความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับร้อยละ 85
-  ประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน ทำการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และจัดการอบรมด้านสิทธิมนุษยชน
-  จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อดูแลพนักงาน
-  จัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน
-  จัดทำมาตรการและโครงการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน



ลูกค้า

ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม

-  การสำรวจความพึงพอใจประจำปี
-  การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์ร่วมกัน เป็นต้น
-  การรับเรื่องร้องเรียน ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน
-  การรายงานข่าวผ่านทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ

-  นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า ในราคาที่เป็นธรรมและเหมาะสม
-  ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจของลูกค้า
-  พัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง
-  การปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง

-  ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเท่ากับร้อยละ 98
-  พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจนได้รับการยอมรับจากภายนอก



ผู้ถือหุ้น

ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม

-  กระบวนการคัดเลือกและการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ถือหุ้น
-  การประชุมร่วมกับผู้ถือหุ้น

ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ

-  จัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้
-  ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญา

ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง

-  ผู้ถือหุ้นนามรับทราบจริยธรรมผู้ถือหุ้นที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG)
-  ผู้ถือหุ้นได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยก่อนปฏิบัติงาน



หน่วยงานของรัฐ

ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม



- การรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องตามระยะเวลาที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด
- การสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง
- การมีส่วนร่วมในกิจกรรม สัมมนา และโครงการของหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ



- การปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎหมายและกฎระเบียบข้อบังคับที่กำหนด
- เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอและครบถ้วน
- เข้าร่วมโครงการหรือความร่วมมือใหม่ ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ

ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง



- ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและข้อบังคับที่กำหนดอย่างเคร่งครัด
- เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานตามระยะเวลาและมากกว่าที่กำหนดเพื่อความโปร่งใส
- เข้าร่วมโครงการด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) ของหน่วยงานภาครัฐ



ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

ช่องทางการสื่อสารและวิธีการมีส่วนร่วม



- ช่องทางการสื่อสาร เช่น ช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียน
- กิจกรรมร่วมกับชุมชน
- การบริหารจัดการองค์กร โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
- การใช้พื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

ประเด็นความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญ



- พัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม
- อยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน
- จำกัดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ
- มีส่วนร่วมการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ผลการดำเนินงานสำคัญเพื่อตอบสนองความคาดหวัง



- กำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมการลดขยะ การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน และการสร้างแพลตฟอร์มที่สร้างสรรค์เพื่อเป็นกระบอกเสียงให้แก่สังคมวงกว้าง
- จัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อลดของเสียและลดการใช้พลังงาน
- ใช้พื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารเพื่อปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและร่วมพัฒนาสังคม



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับ
นโยบายการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

2.3 นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

VGI มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อประเด็นด้านความยั่งยืนเพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยยึดหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมแนวทางการดำเนินงานใน 7 ประเด็นหลักด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ สนับสนุนให้กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ ยึดถือปฏิบัติตามนโยบายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกันในองค์กรต่อไป โดย VGI ตระหนักว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะทำให้บริษัทฯ เติบโตได้อย่างยั่งยืนและเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นในระยะยาว ทั้งนี้ เพื่อยกระดับแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีและช่วยในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวางรากฐานเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่แข็งแกร่งให้กับบริษัทฯ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทจึงได้มีมติอนุมัติแต่งตั้ง “คณะกรรมการบรรษัทภิบาล” ขึ้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2558 เพื่อทำหน้าที่พิจารณา กำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตและติดสินบน เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ ตลอดจนกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบาย คู่มือ และแนวปฏิบัติต่าง ๆ

บริษัทฯ ยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการขยายขอบเขตความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลเพื่อให้ครอบคลุมหลักการและเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งเป็น

ส่วนต่อยอดจากหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยเหตุนี้ เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2566 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทจึงได้มีมติอนุมัติเปลี่ยนแปลงชื่อของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลเป็น “คณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน” และแก้ไขเพิ่มเติมกฎบัตรฯ ฉบับนี้เพื่อให้สอดคล้องกับมติดังกล่าว



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับ
กฎบัตรคณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

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



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน



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

ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมายใหม่ระยะสั้น 2573/74	เป้าหมายใหม่ระยะกลาง 2583/84	เป้าหมายใหม่ระยะยาว 2593/94	SDGs
 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	- พนักงานทุกคนของบริษัทฯ รวมถึงพนักงานของบริษัทย่อยหลักเข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ - ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล - ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”			 
 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	- คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม - คู่ค้ากลุ่มสำคัญ (Critical Tier 1) ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG	- คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม - คู่ค้ากลุ่มสำคัญ (Tier 1) ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG		    
 การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	- มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO – ERM 2017 - จัดให้มีการฝึกอบรมการจัดการความเสี่ยงแก่พนักงานเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความเสี่ยง (Risk Culture)			 
 ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	- ไม่มีกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า - ไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ - พนักงานได้รับการฝึกอบรมการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล			  
 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	- อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับร้อยละ 95 - ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโซเชียลและการให้บริการของพนักงาน	- อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับร้อยละ 96 - ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโซเชียลและการให้บริการของพนักงาน	- อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับร้อยละ 97 - ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโซเชียลและการให้บริการของพนักงาน	   
 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 82	อัตราความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 85	    

ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมายใหม่ระยะสั้น 2573/74	เป้าหมายใหม่ระยะกลาง 2583/84	เป้าหมายใหม่ระยะยาว 2593/94	SDGs
 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	- พนักงานและคู่ค้าได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานความปลอดภัยร้อยละ 100 - ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน			 
 สิทธิมนุษยชน	ไม่มีเหตุการณ์เลือกปฏิบัติหรือการล่วงละเมิด			 
 การพัฒนาสังคมและชุมชน	โครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน อย่างน้อย 20 โครงการ ตั้งแต่ปี 2568 - 2573	โครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน อย่างน้อย 40 โครงการ ตั้งแต่ปี 2568 - 2583	โครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน อย่างน้อย 60 โครงการ ตั้งแต่ปี 2568 - 2593	     
 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	        
 การจัดการของเสียและการบริหารจัดการน้ำ	ลดปริมาณขยะทั่วไปที่จะถูกฝังกลบหรือเผาลงร้อยละ 30 ของปริมาณขยะทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2567/68	ลดปริมาณขยะทั่วไปที่จะถูกฝังกลบหรือเผาลงร้อยละ 40 ของปริมาณขยะทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2567/68	ลดปริมาณขยะทั่วไปที่จะถูกฝังกลบหรือเผาลงร้อยละ 50 ของปริมาณขยะทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2567/68	      

2.4 รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืน ในปี 2567/68

S&P Global



VGI ได้รับการจัดอันดับเป็นบริษัทที่มีความยั่งยืนอันดับ 1 ของโลก ในกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ และความบันเทิง (PUB Media, Movies & Entertainment) ติดต่อกันเป็นปีที่ 3 ด้วยคะแนน 82/100 โดย S&P Global Sustainability Yearbook 2025 และยังคงสถานะ “Top 1%” ของอุตสาหกรรมจากการเข้าร่วมดัชนีเป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน นับเป็นบริษัทสื่อแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยที่ได้รับการยอมรับในระดับนี้ สะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจในการดำเนินงานของ VGI ที่ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนในสังคม และการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี (Environmental, Social and Governance หรือ ESG) มาอย่างต่อเนื่อง



VGI ได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ประจำปี 2567 ในระดับ “AA” ภายใต้กลุ่มบริการ (Services) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน 4 ปีติดต่อกัน แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นและยืนหยัดของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งเพื่อช่วยขับเคลื่อนสังคมไปสู่ความยั่งยืนควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจเสมอมา



VGI ได้รับการรับรองฉลาก Carbon Neutral จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. เป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทด้านสื่อแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนเป็นศูนย์ โดย VGI ได้ชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรผ่านการเข้าร่วมโครงการสนับสนุนคาร์บอนเครดิตที่ผ่านการรับรองจาก อบก. นอกจากนี้ VGI ยังได้จัดหาพลังงานสะอาดจากแหล่งพลังงานหมุนเวียนกว่าร้อยละ 10 ของการดำเนินงานผ่านกลไกใบรับรองเครดิตการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificates หรือ RECs)



VGI ได้เกียรติบัตรในฐานะองค์กรนำร่อง “โครงการทดสอบแพลตฟอร์มคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรเพื่อมุ่งสู่ Net Zero” จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ TGO ในงานสัมมนาสรุปผลการดำเนินงานโครงการฯ โดยเป็น 1 ใน 45 องค์กรนำร่องที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการดังกล่าว เพื่อให้องค์กรต่างๆ สามารถคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง ผ่านการใช้แพลตฟอร์มที่ อบก. พัฒนาขึ้น และสามารถนำไปต่อยอดการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่องค์กร Net Zero ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

VGI ได้รับการประเมินให้อยู่ระดับคะแนนดีเลิศ โดยจัดอยู่ในกลุ่มบริษัท 5 ดาวในโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report หรือ CGR) จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นเวลา 9 ปีติดต่อกัน



VGI และบริษัท ซุปเปอร์ เทอร์เกิล จำกัด (มหาชน) ได้รับประกาศนียบัตร Climate Action Leaders Recognition จากคณะที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2568 ในงาน Climate Action Forum ณ องค์การสหประชาชาติประจำประเทศไทย โดยมีทั้งหมด 50 องค์การภาคเอกชนที่เข้าร่วม เพื่อแสดงบทบาทนำในฐานะ “พันธมิตรด้านความยั่งยืน” ของ Sustainism (stnsm.org) ซึ่งเป็นความร่วมมือระดับสากลเพื่อร่วมกันผลักดันนโยบายและภารกิจความยั่งยืนด้านการฟื้นฟูสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ และได้รับการรับรองโดย AFMA (Agricultural and Food Marketing Association for Asia and the Pacific – UN



FAO) ร่วมกับ Sustainism เครือข่ายความร่วมมือเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงพันธมิตรภายใต้หลักการของ SDG 17: Partnerships for the Goals



บริษัท ซุปเปอร์ เทอร์เกิล จำกัด (มหาชน) ได้รับประกาศนียบัตรรับรองการต่ออายุเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เป็นครั้งที่ 2 ติดต่อกัน ประจำปี 2567 ในงาน “CAC Certification Ceremony 2/2024 Navigating ESG: The Power of Integrity” ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงเจตนารมณ์ของบริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญและยึดมั่นต่อการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านการให้สินบนและการทุจริตคอร์รัปชัน ภายใต้การดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

บริษัท แรบบิท แคช จำกัด ได้รับรางวัล The Thailanders Best Sources of Fund Sustainability for Digital Lending ในงาน The Thailanders Top Business Organizations & Social Impact Sustainability Awards 2024 เพื่อเป็นการตอกย้ำองค์กรที่เปี่ยมล้นไปด้วยวิสัยทัศน์ในการบริหาร และให้ความสำคัญกับความยั่งยืนที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจอันดีงามของประเทศ โดยแรบบิท แคช เป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ในการสร้างเครื่องมือด้านการเงินที่จะเป็นตัวช่วยให้องค์กรดูแลช่วยเหลือพนักงาน โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อนทางด้านการเงิน ให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และไม่เสียเครดิตบูโรผ่านช่องทางออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง



บริษัท ซุปเปอร์ เทอร์เกิล จำกัด (มหาชน) ได้รับการประเมินให้อยู่ระดับคะแนนดีมาก โดยจัดอยู่ในกลุ่มบริษัท 4 ดาวในโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report หรือ CGR) จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นเวลา 6 ปีติดต่อกัน

03

VGI กับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ และการกำกับดูแลกิจการ

- 3.1 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ
- 3.2 การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
- 3.3 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- 3.4 นวัตกรรม
- 3.5 ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล



3.1 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

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



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2567/68

พนักงานทุกคนของบริษัทฯ เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ

เป้าหมาย 100%



เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 - 2567/68

- พนักงานทุกคนของบริษัทฯ เข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ
- ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล
- ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”

ผลการดำเนินงาน 100%



การกำกับดูแลกิจการ

การกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงการดำเนินงานอย่างสุจริตและโปร่งใสเป็นพื้นฐานสำคัญของการดำเนินกิจการและการเติบโตอย่างยั่งยืน VGI จึงยึดมั่นในแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย VGI ได้กำหนดโครงสร้างการประกอบธุรกิจ ระบบบริหารจัดการ

และระบบการกำกับดูแลกิจการที่สนับสนุนและสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์ฯ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ จ้าแนบนำของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย และมาตรฐานสากลต่าง ๆ โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดทำและประกาศคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อกำหนดเป็นทิศทางในการทำงานให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้รับทราบและยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทมีการทบทวนคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าการกำกับดูแลกิจการของ VGI นั้น สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาของสถานการณ์และการประกอบธุรกิจในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง

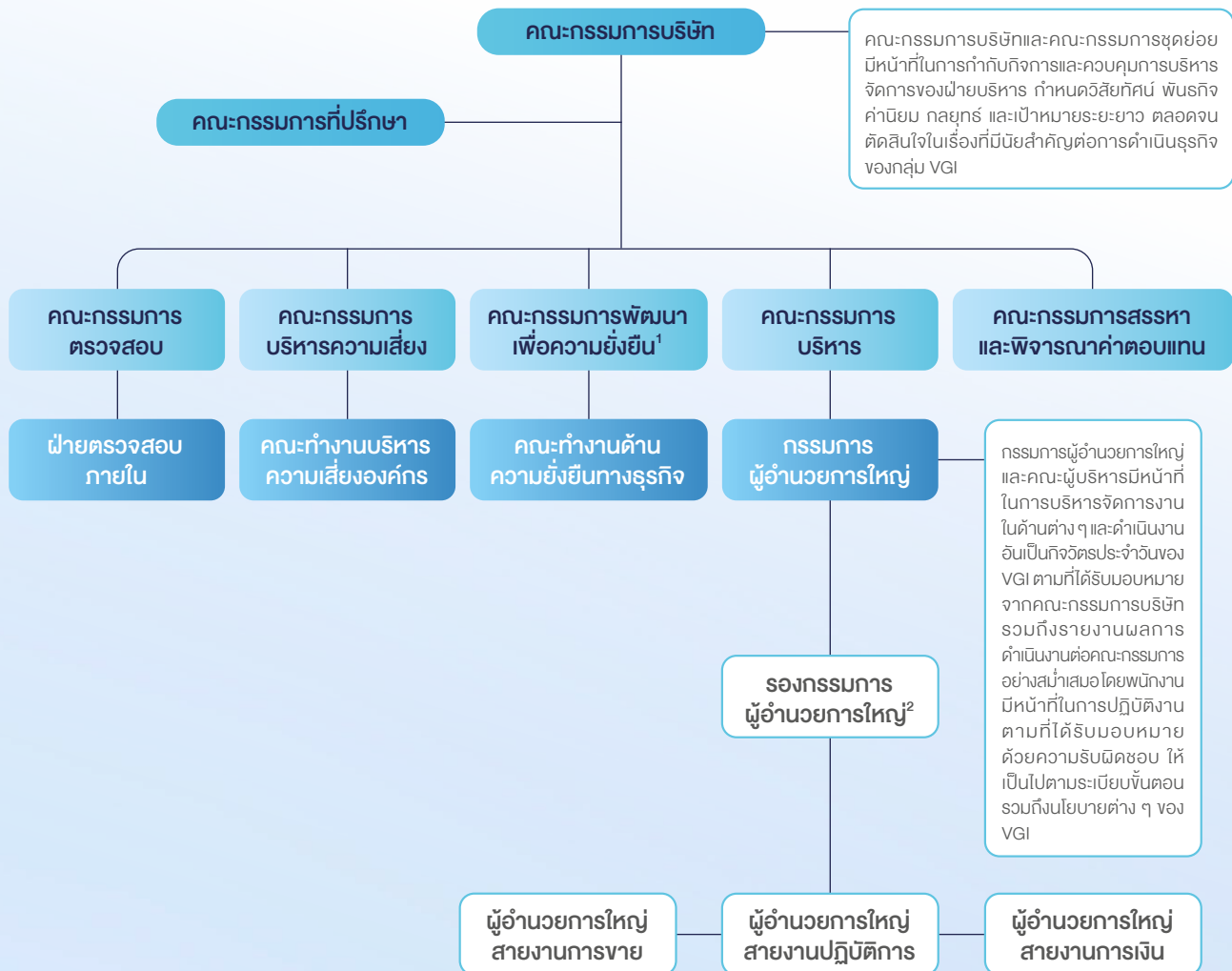
WELCOME WEDNESDAY



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับ
คู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัท โครงสร้างการจัดการ รวมถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย ต่างมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาด้านความยั่งยืนและการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง



หมายเหตุ:

¹ มีมติอนุมัติเปลี่ยนแปลงชื่อของคณะกรรมการบริษัทเป็น "คณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน" เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2566

² บริษัทฯ อยู่ระหว่างการสรรหาบุคคลที่เหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งรองกรรมการผู้ช่วยการใหญ่

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ
ระบุไว้ในรายงาน 56-1 One Report ของ VGI
ภายใต้หัวข้อ "การกำกับดูแลกิจการ"

องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

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



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับ
นโยบายความหลากหลายของคณะกรรมการ



จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

VGI ตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งเสริมการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดทำและประกาศคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการทำงานให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของบริษัทฯ รวมถึงบริษัทย่อยให้ยึดถือปฏิบัติตาม โดยคู่มือฉบับนี้ครอบคลุมข้อกำหนดด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อลูกค้า การปฏิบัติต่อพนักงาน การปฏิบัติต่อคู่ค้า การปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า การปฏิบัติต่อเจ้าหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การป้องกันการฟอกเงิน กิจกรรมทางการเมือง การไม่ล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา การรักษาความลับ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การซื้อขายหลักทรัพย์ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การรายงานหรือแจ้งเรื่องร้องเรียน และบทลงโทษ ทั้งนี้ คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้มีการลงนามรับทราบคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจนี้แล้วทุกคน



พนักงานเข้าอบรม
100%



ผ่านการทดสอบ
100%



คะแนนเฉลี่ย
9.7/10

ทั้งนี้ VGI มุ่งเน้นเสริมสร้างความเข้าใจของพนักงานเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีได้อย่างต่อเนื่อง โดยทั้งพนักงานเข้าใหม่และพนักงานปัจจุบันทั้งหมดของ VGI จะต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้ผ่านนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคู่มือการกำกับดูแลกิจการพร้อมทำแบบทดสอบหลังการเรียนรู้ทุกคน โดยพนักงานทุกคนได้รับการอบรมในปี 2567/68 และร้อยละ 100 ผ่านการทดสอบด้วยคะแนนเฉลี่ยที่ 9.7/10

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

VGI มุ่งมั่นต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและการติดสินบนทุกรูปแบบ อีกทั้งสนับสนุนให้คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของบริษัทฯ และบริษัทย่อย รวมถึงบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการทุจริตคอร์รัปชันไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมใด ๆ โดย VGI ดำเนินการตามแนวทางการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด และสื่อสารนโยบายการงดรับของขวัญให้พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบและปฏิบัติตาม ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันเป็นประจำทุกปี เพื่อให้แน่ใจว่ามาตรการดังกล่าวสามารถป้องกัน ตรวจสอบ และตอบสนองต่อความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอ

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



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับมาตรการ
ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

การแจ้งเรื่องร้องเรียน

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

และเพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูล บริษัทฯ จะปกปิดชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใด ๆ ที่สามารถระบุตัวผู้ร้องเรียน หรือผู้ให้ข้อมูลได้ และเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ โดยมีเพียงผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการตรวจสอบข้อร้องเรียนเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้ ทั้งนี้ ขั้นตอนการพิจารณาเบาะแสและข้อร้องเรียน การดำเนินการสืบสวนและบทลงโทษ จะเป็นไปตามแนวทางปฏิบัติที่ระบุไว้ในมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และแนวทางการตอบสนองต่อการทุจริตในคู่มือบริหารความเสี่ยงด้านการทุจริตของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด

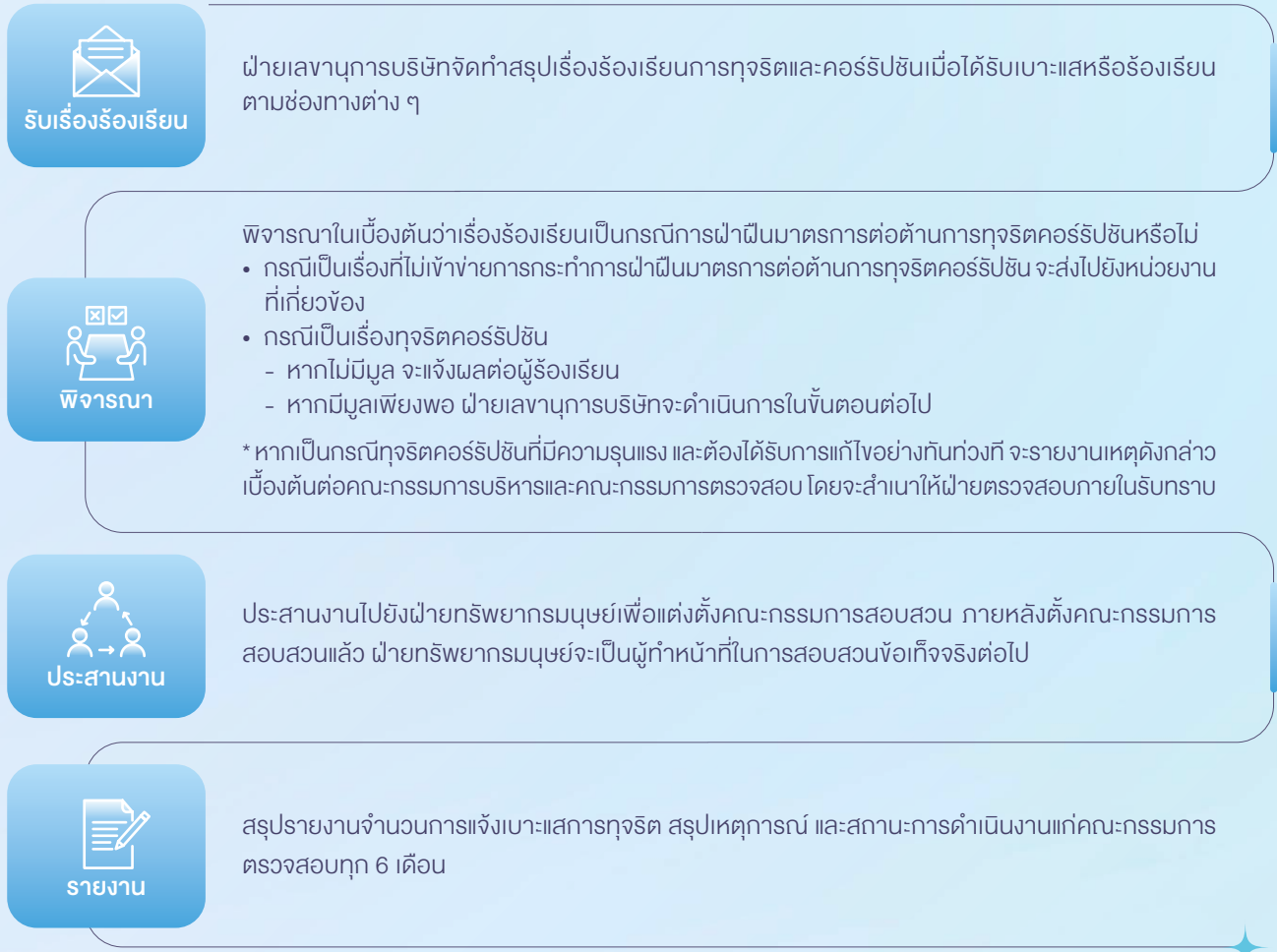
ช่องทางภายนอกองค์กร

- 1 คณะกรรมการบริษัท ผ่าน ฝ่ายเลขานุการบริษัท**
 - ☎ โทรศัพท์: +66 (0) 2273 8884 ต่อ 390 หรือ 391
 - @ Email: VGI_CAC@vgi.co.th
 - ✉ ไปรษณีย์: ไปยังฝ่ายเลขานุการบริษัทตามที่อยู่ของบริษัทฯ
- 2 คณะกรรมการตรวจสอบ ผ่าน ฝ่ายตรวจสอบภายใน**
 - ☎ โทรศัพท์: +66 (0) 2080 1000 ต่อ 205 หรือ 180
 - @ Email: internalaudit@vgi.co.th
 - ✉ ไปรษณีย์: ไปยังฝ่ายตรวจสอบภายในตามที่อยู่ของบริษัทฯ

ช่องทางภายในองค์กร

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

การจัดการเรื่องที่ได้รับการร้องเรียน



VGI มีมาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูล โดยบริษัทฯ จะปกปิดชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใด ๆ ที่สามารถระบุตัวตนของผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูลได้ และจะจัดเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้อย่างเป็นความลับ ทั้งนี้ รายละเอียดกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน ขั้นตอนการดำเนินการสืบสวนสอบสวน และช่องทางการแจ้งเบาะแส สามารถอ้างอิงเพิ่มเติมได้ดังแสดงในมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยในปี 2567/68 ที่ผ่านมา VGI ไม่ได้รับการแจ้งเหตุ เบาะแส หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันแต่อย่างใด



การร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ

VGI ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชาติให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป โดยในปี 2567/68 บริษัทฯ มิได้ให้การสนับสนุนการรณรงค์ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทางการเมือง บุคคลหรือองค์กรที่ทำการชื้อนำ และกลุ่มที่ได้รับการยกเว้นภาษีอื่น ๆ

ประเภทองค์กร	รายชื่อองค์กร	หัวข้อ	บทบาทของ VGI		จำนวนเงินสนับสนุน			
					2564/65	2565/66	2566/67	2567/68
การลือบบั การรับ สิ่งตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	0	0	0	0
การเมือง แคมเปญ/องค์กร/ ผู้สมัครระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค หรือระดับชาติ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	0	0	0	0
อื่น ๆ (เช่น ค่าใช้จ่าย ที่เกี่ยวข้องกับมาตรการ ลงคะแนนเสียง หรือการลงประชามติ)	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	0	0	0	0
สมาคมทางการค้า	สมาคม ส่งเสริม สถาบัน กรรมการ บริษัทไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิก และสนับสนุน กิจกรรม	รับนโยบาย มาพัฒนาภายใน องค์กรเพื่อส่งเสริม การกำกับดูแล กิจการที่ดี และ พัฒนาความเป็น มืออาชีพของ กรรมการบริษัทฯ	80,630	69,846	32,433.73	219,158.88
สมาคมทางการค้า	สมาคม บริษัท จดทะเบียน ไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิก และสนับสนุน กิจกรรม	รับนโยบาย มาปฏิบัติตาม กฎเกณฑ์และ แนวปฏิบัติที่ ออกโดยหน่วยงาน กำกับดูแลและ หน่วยงานราชการ	30,750	26,750	25,000	25,000
สมาคมทางการค้า	สมาคม ส่งเสริม ผู้ลงทุนไทย	ธรรมาภิบาล	สมาชิก และสนับสนุน กิจกรรม	สนับสนุนกิจกรรม ขององค์กร ในการให้ความรู้ ความเข้าใจ ในการวิเคราะห์ หลักทรัพย์ แก่ผู้ลงทุนทั่วไป	0	0	0	0
สมาคมทางการค้า	สมาคม ผู้ผลิตปาย และโซโซนา (ASPA)	การปฏิบัติ สำหรับสื่อ	สมาชิก และสนับสนุน กิจกรรม	ร่วมรับนโยบาย ข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์ และเื้อต่อการ ประกอบธุรกิจ มาปฏิบัติภายใน องค์กร ตลอดจน ร่วมพัฒนาระบบ การทำงานและ แบ่งปันความรู้ เพื่อส่งเสริมธุรกิจ สื่อโซโซนา	0	12,500	0	0

ประเภทองค์กร	รายชื่อองค์กร	หัวข้อ	บทบาทของ VGI		จำนวนเงินสนับสนุน			
					2564/65	2565/66	2566/67	2567/68
สมาคมทางการค้า	สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT)	การปฏิบัติสำหรับสื่อ	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	ร่วมรับนโยบายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้อต่อการประกอบธุรกิจมาปฏิบัติภายในองค์กร ตลอดจนร่วมพัฒนาระบบการทำงานและแบ่งปันความรู้เพื่อส่งเสริมธุรกิจสื่อโฆษณา	0	0	224,415.89	10,000
สมาคมทางการค้า	สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย)	การปฏิบัติสำหรับสื่อ	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	สนับสนุนกิจกรรมขององค์กร	0	0	6666.64	0
สมาคมทางการค้า	สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย	การพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารในประเทศไทย	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	ร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนกิจกรรมขององค์กร เพื่อเสริมความสามารถของผู้บริหารในทักษะด้านการบริหารจัดการในรูปแบบต่าง ๆ การสร้างเครือข่ายและการแบ่งปันความรู้สำหรับธุรกิจเพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือที่ดีขึ้นในการส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าและสามารถยืนหยัดแข่งขันกับต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน	0	0	51,478.52	23,500
สมาคมทางการค้า	สมาคมไทย-ญี่ปุ่น	สนับสนุนธุรกิจและการค้าเพื่อส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย	สมาชิกและสนับสนุนกิจกรรม	สร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศไทย	0	0	50,000	0
การมีส่วนร่วมทั้งหมดและการใช้จ่ายต่าง ๆ					111,380	109,096	389,994.78	277,658.88

3.2 การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

(GRI 2-12, 3-3)



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2567/68

มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO – ERM 2017

เป้าหมาย 100%



เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 – 2567/68

- จัดฝึกอบรมด้านการบริหารความเสี่ยงให้พนักงานทั้งองค์กร เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กร
- มีการจัดการการบริหารความเสี่ยงตาม COSO – ERM 2017

ผลการดำเนินงาน 100%



VGI ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงในองค์กรอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ตระหนักดีว่า การบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นกลไกที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายตามแผนธุรกิจ กลยุทธ์ และวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ ภายใต้สถานการณ์การดำเนินธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลาดที่มีการแข่งขันสูง วิกฤตการณ์ที่ไม่คาดคิด รวมถึงสถานการณ์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่และความไม่แน่นอนของธุรกิจต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ดังนั้น บริษัทฯ จึงบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ลดความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น และจัดการกับประเด็นความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองและประกันคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคาดหวังให้พนักงานทุกคน มีความรับผิดชอบในการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรร่วมกัน ซึ่งเป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง

การกำกับดูแลความเสี่ยง

VGI ดำเนินการตามแนวทางของนโยบายบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ประกอบกับแนวทางของ Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission (COSO) โดยคณะกรรมการบริษัทมีความรับผิดชอบในการกำกับดูแลนโยบายของบริษัทฯ และได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อควบคุมดูแลการบริหารความเสี่ยง มีบทบาทในการประเมิน วิเคราะห์ และบริหารจัดการความเสี่ยงให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องรายงานการประเมินและผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้จัดตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากทุกสายงานภายในองค์กร เพื่อตรวจสอบและดำเนินการควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ขององค์กร (Risk Appetite) อย่างรอบด้าน นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานตรวจสอบภายใน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่แยกต่างหากออกจาก

หน่วยงานด้านการบริหารความเสี่ยง และมีความรับผิดชอบในการสอบทานและประเมินความมีประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ รวมถึงตรวจสอบการปฏิบัติงานการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

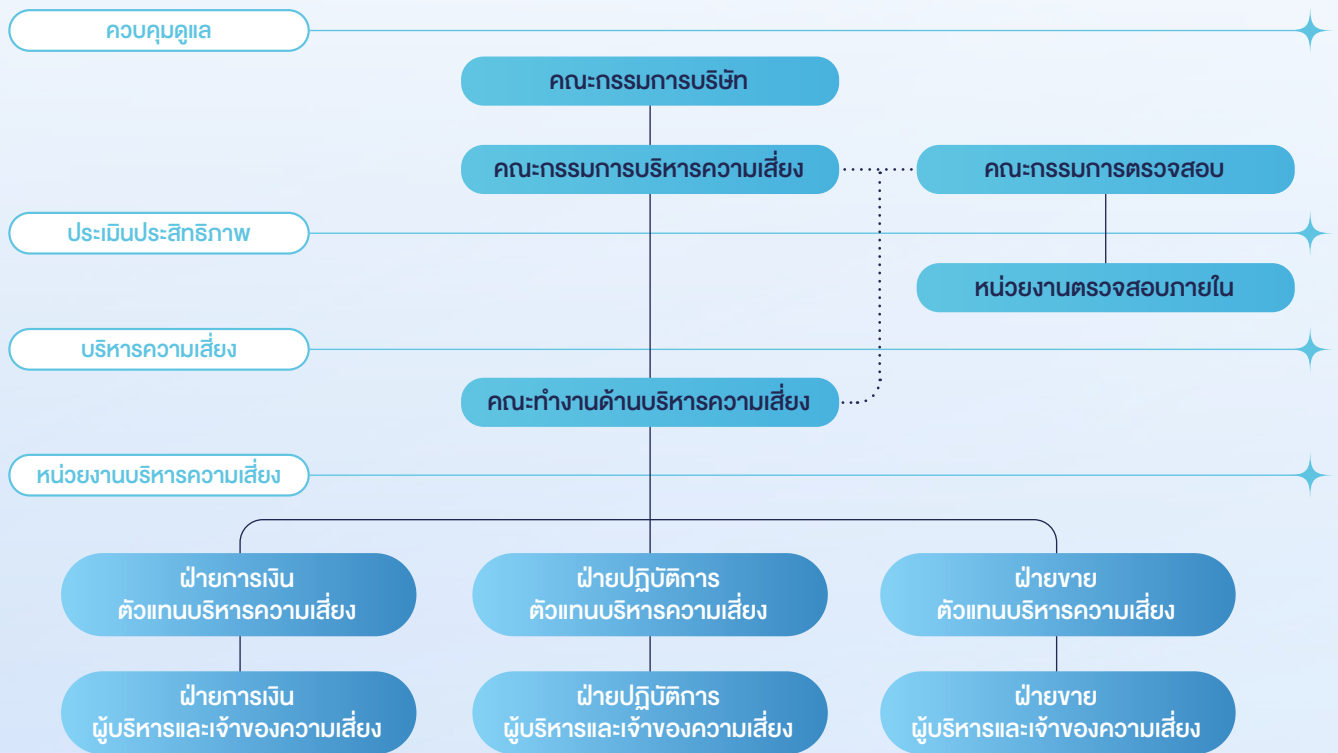


โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายการบริหารความเสี่ยง



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบาย Enterprise Risk Management

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงองค์กร



กระบวนการบริหารความเสี่ยง

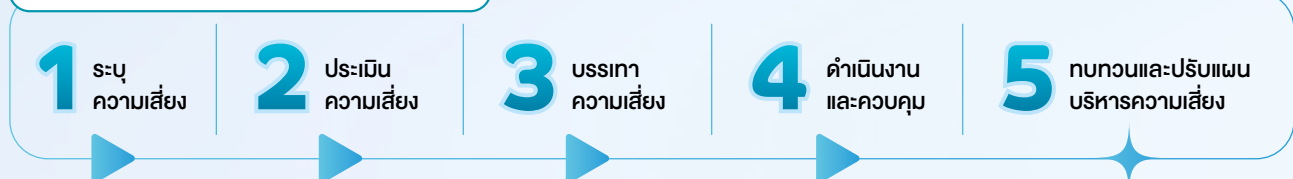
VGI วิเคราะห์และแบ่งความเสี่ยงออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risks) (2) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risks) (3) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risks) และ (4) ความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล (Compliance Risks) โดยความเสี่ยงต่าง ๆ จะถูกประเมินผ่านดัชนีชี้วัดในมิติผลกระทบทางการเงินและผลกระทบที่ไม่อาจประเมินตัวเงินได้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

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

ความเสี่ยงที่สำคัญขององค์กร

-  **ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์**
(Strategic Risks)
-  **ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน**
(Operational Risks)
-  **ความเสี่ยงด้านการเงิน**
(Financial Risks)
-  **ความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล**
(Compliance Risks)
-  **ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต**
(Emerging Risks)

กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร



ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

VGI ไม่เพียงมุ่งเน้นแต่บริหารจัดการความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญเท่านั้น แต่ยังยกระดับแนวทางและมาตรการในการจัดการและตอบสนองความเสี่ยงอย่างทันก่วงที โดยจัดให้มีการทบทวนประเด็นและแนวโน้มของความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่อาจส่งผลกระทบต่อหรือนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจให้กับบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี โดยในปี 2567/68 บริษัทฯ ได้รวบรวมประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจจำนวน 5 ประเด็น ดังนี้



มลพิษทางอากาศที่รุนแรงในเขตเมือง

ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม

สำคัญมาก

ระยะยาว (3 - 5 ปี)

การปล่อยมลพิษและการกระจายของสารอันตรายสู่อากาศอันมาจากกิจกรรมของมนุษย์ เช่น ฝุ่น PM2.5 มีผลกระทบต่อการณ์มองเห็นและสุขภาพของมนุษย์ รวมไปถึงทำให้เกิดการสูญเสียทางการเงิน และ/หรือความเสียหายต่อระบบนิเวศในเมืองใหญ่อย่างเช่น กรุงเทพมหานคร ต่างก็มีปัญหาเรื่องมลพิษ เช่น คุณภาพของอากาศเลวร้ายที่เพิ่มขึ้นและมลพิษทางเสียงที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งมลพิษทางอากาศที่เพิ่มขึ้น ทำให้คนต้องอยู่ในบ้านมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ลดการมองเห็นการโฆษณาและป้ายโฆษณานอกบ้าน

นอกจากนี้ การเดินทางของผู้โดยสารมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับสภาพอากาศและคุณภาพอากาศ ผู้คนจะใช้ระบบขนส่งสาธารณะมากขึ้นเมื่อพวกเขารู้สึกสะดวกสบายและปลอดภัย

ผลกระทบ

การเผยแพร่สื่อในพื้นที่สาธารณะอาจได้รับผลกระทบจากระดับของมลพิษที่สูง โดยระดับมลพิษที่สูงอาจทำให้จำนวนการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ และผู้โดยสารลดลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจำนวนผู้ชมสื่อของ VGI เนื่องจากป้ายโฆษณาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตเมือง

นอกจากนี้ การแพร่ขยายของมลพิษทางอากาศที่ร้ายแรงอาจทำให้รัฐบาลบังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์หรือการทำงานที่บ้านอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันผลกระทบที่เลวร้ายต่อสุขภาพ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านของ VGI อันมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าไปสู่การตลาดออนไลน์และการค้าออนไลน์ ทำให้ผู้ใช้โฆษณาและแบรนด์ลดลงประมาณการโฆษณา

มาตรการและแนวทางบริหารจัดการ

VGI คาดการณ์ว่า ความเสี่ยงเช่นนี้จะเกิดขึ้นในระยะเวลา 3 - 5 ปี บริษัทฯ มีวิธีการบริหารจัดการที่มุ่งมั่นที่จะสร้างพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ โดยการลงทุนในพันธมิตรเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการให้บริการธุรกิจ และลดการพึ่งพิงอยู่กับธุรกิจเดียว เช่น การกระจายความเสี่ยงด้วยการกระจายการวางโฆษณาไปในหลาย ๆ ที่ หรือการปรับไปสู่อินเทอร์เน็ตมากขึ้น



ปัญหาความไม่มั่นคงปลอดภัยในระบบสารสนเทศ

ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี

สำคัญมาก

ระยะยาว (3 - 5 ปี)

การใช้ฮาร์ดแวร์และเครื่องมือทางไซเบอร์เพื่อทำสงครามไซเบอร์ การสอดแนมไซเบอร์ และการทำอาชญากรรมทางไซเบอร์ เช่น การเรียกค่าไถ่ทางไซเบอร์ ข้อความประทุษร้าย หรือการปล้นขโมยข้อมูลเพื่อให้ได้ควบคุมฐานข้อมูลดิจิทัล และ/หรือทำให้เกิดความขัดข้องในการดำเนินการที่นำไปสู่การสูญเสียทางการเงินและชื่อเสียง รวมถึงเพิ่มค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทางธุรกิจ

เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันมองเห็นถึงความสะดวกสบายของการทำธุรกรรมทางดิจิทัลมากขึ้น จึงมีลูกค้าที่ลงทะเบียนออนไลน์มากขึ้น ทำให้มีข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นที่จะเสี่ยงต่อการถูกขโมยข้อมูลและละเมิดข้อมูลความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว

ผลกระทบ

เนื่องจาก VGI มีการขยายธุรกิจที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านบริการดิจิทัลและธุรกิจด้านการกระจายสินค้า ซึ่งอาจมีการนำข้อมูลจากการดำเนินธุรกิจมาใช้ รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงไปสู่ธุรกิจโฆษณานอกบ้านมากขึ้น จึงมีความเสี่ยงที่อาจเกิดการโจมตีทางไซเบอร์ที่ชัดเจนและรุนแรงมากขึ้นได้ หากไม่สามารถป้องกันความปลอดภัยของสารสนเทศได้ อาจเกิดความเสียหายอย่างยิ่งต่อชื่อเสียงขององค์กร

มาตรการและแนวทางบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล และตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงด้านการโจมตีไซเบอร์ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงได้จัดทำกรอบการดูแลระบบความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ และจัดสรรงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงการดำเนินงาน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังลงทุนเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านไซเบอร์ เช่น จัดทำคู่มือสำหรับการปฏิบัติและมีการทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยปีละครั้ง มีการควบคุมสิทธิการเข้าถึงของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ IT และระบบเครือข่ายการติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Firewall) เพื่อแยกข้อมูลระหว่างเครือข่ายภายในกับภายนอก รวมไปถึงการฝึกอบรมเรื่องความเสี่ยงให้กับผู้บริหารและพนักงานในทุกหน่วยงาน เพื่อสร้างความรู้และเข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลและมีการสื่อสารแบบเชิงรุกแก่พนักงานทุกคน



การขาดแคลนบุคลากร และ/หรือแรงงานในด้านข้อมูลและดิจิทัล

ความเสี่ยงด้านสังคม

สำคัญมาก

ระยะยาว (3 - 5 ปี)

ความไม่สอดคล้องกันระหว่างจำนวนแรงงานกับความต้องการทักษะในระดับโลก ภูมิภาค หรืออุตสาหกรรม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและความก้าวหน้าในเทคโนโลยี AI จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการสร้างงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ซึ่งรวมถึงการสูญเสียงานบางประเภท ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านแรงงานในอุตสาหกรรมสื่อและโฆษณา

VGI คาดการณ์ว่าจะเผชิญกับความยากลำบากในการสรรหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางบางกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับด้านข้อมูลและดิจิทัล อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ด้านดิจิทัล ซึ่งทำให้บริษัทฯ จะต้องหาแนวทางในการตอบสนองต่อความเสี่ยงนี้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ

ผลกระทบ

การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะด้านข้อมูลและดิจิทัลจะส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับบริษัทฯ ซึ่งไม่เพียงแต่มีความจำเป็นสำหรับงานที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี (เช่น การบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการตรวจสอบเครือข่าย) แต่ยังคงสำคัญสำหรับการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ด้านลูกค้าของบริษัทฯ ซึ่งพึ่งพากิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการข้อมูล

มาตรการและแนวทางบริหารจัดการ

VGI เป็นหนึ่งในบริษัทผู้นำด้านสื่อและโฆษณาในประเทศไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างตลาดแรงงานทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก โดยบริษัทฯ จะรับมือกับปัญหาขาดแคลนแรงงานและลดความเสี่ยงของการว่างงานผ่านการลงทุนในการพัฒนาทักษะ ปกป้องสิทธิของแรงงาน และรักษาความมั่นคงของสัญญาการจ้างงาน



ความไม่พร้อมในการปรับตัวจากความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม

สำคัญมาก

ระยะยาว (3 - 5 ปี)

ความไม่แน่นอนและความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงในกฎระเบียบ เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย ความต้องการของผู้บริโภค และความคาดหวังของนักลงทุน เมื่อโลกกำลังเปลี่ยนผ่านเข้าสู่เศรษฐกิจในรูปแบบการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero)

ผลกระทบ

ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง เช่น การมีกฎหมายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลให้บริษัทฯ เสียค่าใช้จ่ายอันมาจากการดำเนินธุรกิจที่อาจปล่อยก๊าซเรือนกระจกเกินกำหนดและอาจต้องเสียภาษีคาร์บอน ซึ่งค่าใช้จ่ายอาจมีนัยสำคัญ หากบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยไม่มีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

มาตรการและแนวทางบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีการแสดงความมุ่งมั่นที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และยังได้รับการรับรองว่าเป็นองค์กรที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอน หรือ Carbon Neutral ผ่านองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ของประเทศไทย และยังมีการจัดหาพลังงานสะอาดอย่างน้อยร้อยละ 10 ของการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม VGI ยังมีการประเมินสถานการณ์ และพิจารณาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกฎระเบียบและมาตรการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอนาคต





การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของสหรัฐอเมริกา และความเสี่ยงด้านการค้าโลก

ภูมิรัฐศาสตร์

สำคัญมาก

ระยะยาว (3 - 5 ปี)

การที่โดนัลด์ ทรัมป์ ได้รับเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาอีกครั้งอาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสำคัญในด้านนโยบายต่างประเทศ ซึ่งอาจเพิ่มความตึงเครียดให้กับการค้าโลกและส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ สำหรับ VGI ซึ่งเป็นบริษัทสื่อและโฆษณาที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน ความผันผวนของค่าสกุลเงิน และพลวัตของห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและการนำเข้าเทคโนโลยี

ผลกระทบ

การกลับมาเป็นประธานาธิบดีสหรัฐฯ อีกครั้งของโดนัลด์ ทรัมป์ อาจเพิ่มความตึงเครียดด้านการค้า ส่งผลให้อัตราแลกเปลี่ยนผันผวน และเพิ่มต้นทุนการนำเข้าเทคโนโลยีสื่อและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่สำคัญต่อการดำเนินงานของ VGI ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจทั่วโลกอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนเช่นกัน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความผันผวนของตลาด ที่อาจกระทบต่อผลการดำเนินงานและมูลค่าโดยรวมของหุ้น VGI นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน ทำให้การจัดหาอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีเฉพาะทางมีความท้าทายและราคาที่สูงขึ้น ส่งผลให้โครงการที่กำลังดำเนินการอยู่มีความล่าช้า รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูงขึ้น

มาตรการและแนวทางการบริหารจัดการ

เพื่อบรรเทาความเสี่ยงเหล่านี้ VGI มีแผนที่จะกระจายเครื่องจักรคู่ค้าเพื่อลดการพึ่งพาบางตลาด และเพิ่มความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ บริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์การป้องกันความเสี่ยงทางการเงินเพื่อจัดการกับความผันผวนของสกุลเงินที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงลดผลกระทบทางการเงินให้เหลือน้อยที่สุด การเสริมสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในภูมิภาคจะสร้างความมั่นใจในความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทาน เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในกรณีที่การค้าโลกหยุดชะงัก

วัฒนธรรมองค์กรด้านความเสี่ยงขององค์กร

วัฒนธรรมองค์กรด้านความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดย VGI มุ่งเน้นที่จะส่งเสริมวัฒนธรรมด้านความเสี่ยงที่แข็งแกร่งทั่วทั้งองค์กร และคาดหวังให้พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบในการบริหารจัดการความเสี่ยงในกิจกรรมทางธุรกิจในแต่ละวัน ดังนั้น VGI จึงได้จัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกและความรู้แก่พนักงานและผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง โดยในปี 2567/68 มีผู้เข้าร่วมการอบรมจำนวนทั้งหมด 37 คน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการจัดอบรมการบริหารความเสี่ยงให้คณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อเข้าใจถึงบริบทและความสำคัญของการจัดการความเสี่ยงในองค์กร



3.3 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

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



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2567/68

คู่ค้าที่มีความสำคัญร้อยละ 100 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย 100%



เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 - 2567/68

- คู่ค้าที่มีความสำคัญร้อยละ 100 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับร้อยละ 100
- ไม่มีการเสียชีวิตของคู่ค้า

ผลการดำเนินงาน 100%



VGI มุ่งมั่นที่จะสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างโปร่งใสเป็นธรรม และมุ่งเน้นความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานขององค์กร โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อแก้ไขหรือป้องกันความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Environmental, Social and Governance หรือ ESG) จากคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG สูงที่อาจนำมาซึ่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

โดย VGI ได้กำหนดนโยบายและจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง เพื่อให้คู่ค้าได้นำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามความคาดหวังของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกระบวนการประเมินผลคู่ค้าเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องตามหลักปฏิบัติ ซึ่งครอบคลุมการกลั่นกรองและคัดเลือก การระบุ คู่ค้าที่มีความสำคัญ นโยบายการพัฒนาและดำเนินการแก้ไข คู่ค้าทุกรายจะต้องยึดหลักจริยธรรม และการดำเนินงานที่ป้องกันผลกระทบต่อชุมชน สิ่งแวดล้อม และในขณะเดียวกัน คุ้มครอง อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงานและสังคมอีกด้วย

กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

VGI ดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานตามหลักจริยธรรม และความยั่งยืนที่สอดคล้องตามนโยบายด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง ตามหลักการดำเนินงาน ESG ซึ่งการบริหารและการจัดทำรายงานอยู่ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการบริษัท โดยนโยบายนี้ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในทุกมิติ คำนึงถึงคุณภาพ ราคาที่เหมาะสม การส่งมอบที่ตรงเวลา และต่อเนื่อง หลักสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย รวมทั้งมีระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงทั้งในภาวะปกติ และภาวะฉุกเฉิน หรือเกิดภัยพิบัติที่ไม่คาดคิด

เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการคัดเลือกคู่ค้าเป็นไปอย่างยั่งยืนทางบริษัทฯ ได้กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพด้าน ESG ของคู่ค้า ในกระบวนการคัดเลือก ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์สำหรับคู่ค้า ที่มีแนวทางปฏิบัติด้าน ESG ที่ดี คู่ค้าต้องบรรลุข้อกำหนดขั้นต่ำด้าน ESG ก่อนได้รับการอนุมัติเป็นคู่ค้ากับบริษัทฯ และจะไม่ถูกคัดเลือกหากไม่สามารถดำเนินการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งจะมีการตรวจสอบและประเมินแนวทางปฏิบัติด้านการจัดซื้อ จัดจ้างเป็นระยะ ๆ โดยเทียบกับหลักจรรยาบรรณคู่ค้าและนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทฯ เพื่อไม่ให้มีการละเมิดข้อกำหนด ESG สำหรับคู่ค้าที่ได้รับการอนุมัติ นอกจากนี้ VGI ยังจัดการฝึกอบรมให้กับฝ่ายจัดซื้อและทีมที่เกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจว่าบทบาทและความรับผิดชอบของพวกเขามีส่วนช่วยให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนในการจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างไร

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบาย
ด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง



จรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง

VGI จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง เพื่อประกาศความยึดมั่น ในการปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วยความโปร่งใส เท่าเทียม และเป็นธรรม ที่ครอบคลุม แนวปฏิบัติด้านมาตรฐานสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน (ได้แก่ แรงงานเด็ก สิทธิขั้นพื้นฐาน สภาพการทำงาน และค่าตอบแทนที่เหมาะสม) อาชีวอนามัย และความปลอดภัย รวมทั้งการคำนึงถึงหลักจริยธรรม นอกจากนี้ VGI ยังสนับสนุนให้ คู่ค้าของบริษัทฯ นำหลักการปฏิบัตินี้ไปประยุกต์ใช้กับคู่ค้าของตนเองเพื่อส่งเสริม ความยั่งยืนตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้ VGI มีแนวปฏิบัติในการชำระเงินให้กับคู่ค้า ภายใน 30 วัน โดยในปี 2567/68 มีการชำระเงินให้กับคู่ค้าตามกำหนด ไม่มีการผิดนัดชำระให้กับคู่ค้าแต่อย่างใด



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ
จัดหา ว่าจ้าง (Supplier Code of Conduct)



การประเมินความเสี่ยงคู่ค้า และการบูรณาการ ESG

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ประกอบด้วย การกลั่นกรองและคัดเลือกสินค้า บริการ รวมถึงการพิจารณา กระบวนการประกอบกิจการของคู่ค้าในการสนับสนุนการดำเนิน ธุรกิจต่าง ๆ ของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการประเมิน ความเสี่ยงในกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ประเมินผล ความสอดคล้องของคู่ค้าต่อหลักปฏิบัติของบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี การประเมินผ่านระบบหรือการประเมินแบบลงพื้นที่ล้วนเป็นไป ตามมาตรฐานและกระบวนการตรวจสอบอย่างเป็นระบบในรูปแบบ ของแบบสอบถามการประเมินตนเอง (Self-Assessment Questionnaire หรือ SAQ) ผลการประเมินและคะแนนการประเมิน จะถูกรวบรวมเป็นรายงาน ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงให้เป็น ปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีการปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพ อย่างสม่ำเสมอ



การจำแนกประเภทคู่ค้า

คู่ค้าทุกรายของบริษัทฯ ต้องลงนามรับทราบจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง จะต้องประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนของตนตามหลักการ ประเมินคู่ค้าของบริษัทฯ อย่างเป็นระบบ เช่น การทำแบบสอบถามการประเมินตนเอง (SAQ) เพื่อระบุคู่ค้าสำคัญซึ่งจะได้รับการประเมินลำดับต่อไป รวมถึงประเด็น ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล และธุรกิจ





การคัดกรองคู่ค้า

คู่ค้าที่เป็นคู่ค้าสำคัญ (Significant Tier 1 Suppliers) จะต้องประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนตามหลักการประเมินคู่ค้าของบริษัทฯ อย่างเป็นระบบ เช่น การทำแบบสอบถามการประเมินตนเอง (SAQ) เพื่อระบุคู่ค้าสำคัญซึ่งจะได้รับการประเมินลำดับต่อไป รวมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล และธุรกิจ ตลอดจนการประเมินความเสี่ยงเฉพาะในระดับประเทศ ความเสี่ยงระดับภาคส่วน และความเสี่ยงเฉพาะสำหรับสินค้าโภคภัณฑ์ของคู่ค้า โดยใช้เกณฑ์การเทียบเคียงกับความคาดหวังของ VGI เกี่ยวกับความสามารถคู่ค้าในการจัดการความเสี่ยงด้าน ESG จากนั้นบริษัทฯ จะตรวจทานและวิเคราะห์แบบสอบถาม โดยคู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์การประเมินจะถูกระบุไว้ในรายชื่อคู่ค้าที่ได้รับอนุมัติ (Approved Supplier List) ของบริษัทฯ นอกเหนือจากการคัดกรองคู่ค้าแล้ว คู่ค้าที่มีสินค้า วัสดุ บริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสำเร็จในตลาดการค้า หรือการอยู่รอดของบริษัทฯ ประกอบด้วย:

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



การประเมินคู่ค้าสำคัญ

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



การดำเนินการแก้ไขและพัฒนาคู่ค้า

หลังการประเมิน VGI จะตรวจสอบผลการประเมินและการตรวจสอบนอกสถานที่ และขอแผนการดำเนินการแก้ไขจากคู่ค้าเพื่อแก้ไขปัญหาตามข้อกำหนด โดยกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการแก้ไข และบริษัทฯ คอยมอนิเตอร์และให้ความช่วยเหลือจากทั้งทางไกลและหน้างานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าที่มีแผนดำเนินการแก้ไขสามารถแก้ไขปัญหาล่วงหน้าได้ทันเวลา

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

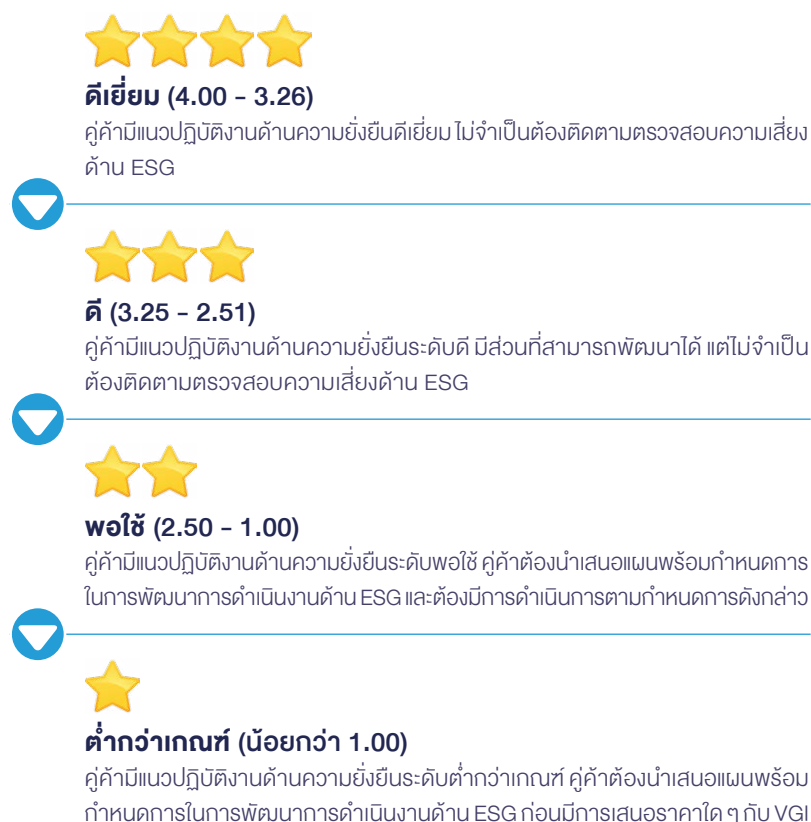
การประเมิน ESG
ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษา
ข้อมูลเชิงลึก
และความคาดหวัง
ของบริษัทฯ รวมถึง
การแข่งขันในตลาด



ในปี 2567/68 VGI มีคู่ค้าทางตรงทั้งหมด 209 ราย ซึ่งคิดเป็นการจัดซื้อจัดจ้างรวม 777.62 ล้านบาท ที่เป็นคู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรองของบริษัทฯ เรียบร้อยแล้วจากคู่ค้าทั้งหมด โดยมีคู่ค้าทางตรงที่มีความสำคัญจำนวน 53 ราย มีการจัดซื้อจัดจ้างรวม 744.90 ล้านบาทหรือร้อยละ 95.75 ของมูลค่าจัดซื้อจัดจ้างรวม นอกจากนี้ บริษัทฯ มีคู่ค้าที่มีความสำคัญทางอ้อมอีกจำนวน 4 รายในปี 2567/68



จากจำนวนคู่ค้าที่มีความสำคัญทั้งหมด พบคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG สูงทั้งหมด 11 รายที่ผ่านการตรวจประเมินแบบลงพื้นที่ โดยเกณฑ์การตรวจประเมินแบบลงพื้นที่นั้นครอบคลุมประเด็นสำคัญต่อความยั่งยืนทางธุรกิจหลายด้าน เช่น การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ การกำกับดูแลภายในและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน การคุ้มครองและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน การกำกับดูแลและควบคุมภายในที่พอเพียง โดยผลการประเมินจะแบ่งได้เป็น 4 ลำดับ ตามความสามารถในการดำเนินงานตามหลัก ESG ดังนี้



ไม่มีคู่ค้ารายใดที่ได้รับการประเมินด้วยผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงหรือที่อาจเกิดขึ้นจนถูกยกเลิกสัญญาคู่ค้า หลังจากนั้น VGI จะตรวจสอบผลการประเมินแบบลงพื้นที่ และวางแผนการดำเนินการปรับปรุงจากคู่ค้าเพื่อแก้ไขปัญหาการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดโดยที่ผ่านมามีคู่ค้ารายใดที่ทางบริษัทฯ ต้องช่วยเหลือการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข

จากผลการตรวจประเมินแบบลงพื้นที่ ในปี 2567/68 พบว่า VGI ไม่มีคู่ค้าที่มีผลประเมินอยู่ในระดับพอใช้หรือต่ำกว่าเกณฑ์ และไม่มีคู่ค้าที่มีกิจกรรมทางธุรกิจที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนแต่อย่างใด

การประเมินคู่ค้า

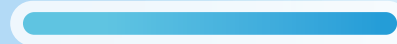
ปี 2567/68



จำนวนคู่ค้าทั้งหมด
ที่ประเมินผ่าน
การประเมินด้วยระบบ
และการประเมิน
แบบลงพื้นที่
ปี 2567/68

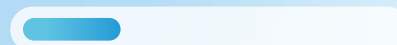
213
ราย

ร้อยละของคู่ค้ารายสำคัญที่ได้รับการประเมิน



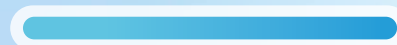
100%

จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการประเมินผลกระทบ
ด้านลบที่เกิดขึ้นจริง/ที่อาจเกิดขึ้น



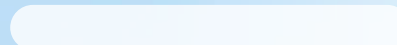
54 ราย
(25.84%)

จำนวนคู่ค้าที่มีผลกระทบด้านลบ
ที่เกิดขึ้นจริง/ที่อาจเกิดขึ้น และการดำเนินการแก้ไข/
มีแผนการปรับปรุงตามที่ตกลงกันไว้



54 ราย
(100%)

จำนวนคู่ค้าที่มีผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริง/
ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรุนแรง และถูกยกเลิกสัญญาคู่ค้า



0 (0%)

การพัฒนาคู่ค้า

VGI เชื่ออย่างยิ่งว่าการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนนั้น เป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี ในอนาคต VGI จึงมุ่งเน้นความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกันเป็นองค์รวมและจัดทำโปรแกรมการเพิ่มศักยภาพ โดยบริษัทฯ มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคนิคให้กับคู่ค้าเพื่อพัฒนาความสามารถและประสิทธิภาพด้าน ESG อย่างเป็น ระบบ นอกจากนี้ VGI ยังให้การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของคู่ค้ารายอื่น ตลอดจนให้คำแนะนำและการสนับสนุนในการดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงต่อคู่ค้า โดยบริษัทฯ มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคนิคให้กับคู่ค้าที่เกี่ยวข้องกับงานก่อสร้าง ติดตั้ง หรือคู่ค้าที่อาจมีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยดังกล่าวเป็นประจำทุกปี ซึ่งในปี 2567/68 มีคู่ค้าเข้าร่วมโครงการทั้งหมด 20 ราย

การดำเนินการแก้ไขและพัฒนาคู่ค้า

ปี 2567/68

จำนวนคู่ค้าทั้งหมดที่ได้รับการสนับสนุน
ในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข

54 ราย

จำนวนคู่ค้าทั้งหมดในโครงการ
เสริมสร้างศักยภาพ

20 ราย

ร้อยละของคู่ค้าที่ประเมินผลกระทบ
ด้านลบที่เกิดขึ้นจริง/ที่อาจเกิดขึ้น
อย่างรุนแรงที่บริษัทฯ ให้การสนับสนุน
ในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข

100%

ร้อยละของคู่ค้าสำคัญ
ในโครงการเสริมสร้างศักยภาพ

37%

3.4 นวัตกรรม

(GRI 3-3)



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

VGI Digital Lab

VGI Digital Lab เป็นผู้ให้บริการทั้งมีเดียออนไลน์และออนไลน์ โซลูชันส์ และผลิตภัณฑ์การตลาดดิจิทัลที่ก่อตั้งขึ้นในปี 2560 ซึ่ง VGI Digital Lab ใช้เทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลในการนำเสนอแบรนด์ต่าง ๆ ด้วยชุดข้อมูลบุคคลกว่า 200 มิติข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลประชากรศาสตร์ จุดประสงค์ในการซื้อสินค้าที่ซื้อ พฤติกรรมการเดินทาง ความเป็นเจ้าของ และ



พฤติกรรมการใช้ดิจิทัล โดยจะทำให้สามารถกระตุ้นแคมเปญการตลาดของแบรนด์บนเครือข่ายโซเชียลมีเดียของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทำให้เข้าถึงผลลัพธ์ทางธุรกิจได้ดีขึ้น โดยนวัตกรรมในปี 2567/68 มีดังนี้

VGI เปิดตัว Grand Static Platform สื่องานใหญ่บนสถานี BTS

VGI เปิดตัว “VGI Grand Static” สื่อโฆษณาขนาดใหญ่ โดยมีพื้นที่สื่อมากกว่า 45 ตารางเมตรต่อสถานี ที่ตอบโจทย์สำหรับการสร้าง Impact สูงสุด บนโลกชั้นที่ครอบคลุม 8 สถานีหลัก ได้แก่ สถานีหมอชิต สถานีอ่อนนุช สถานีชิดลม สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ สถานีเพลินจิต สถานีทองหล่อ สถานีเอกมัย และสถานีอารีย์ ซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญของการเดินทางในกรุงเทพฯ และเป็นทำเลทองในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายชาวเมืองที่มีผู้โดยสารหนาแน่นได้อย่างทรงพลัง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้แบรนด์และนักการตลาดสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังช่วยให้แบรนด์สามารถถ่ายทอดเรื่องราวที่ต้องการสื่อสารผ่านการออกแบบที่สร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการ “VGI Grand Static” ได้ที่นี่

VGI POV+ โซลูชันสำหรับการตลาดเจาะกลุ่ม Office Worker และกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง



VGI เล็งเห็นถึงโอกาสสำคัญที่จะเป็นตัวกลางนำพานักการตลาดและแบรนด์ไปพบปะทำความรู้จักกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงสุดของประเทศหรือกลุ่ม Office Worker จึงเพิ่มโซลูชัน “VGI POV+” ให้กับสื่อภายในอาคารสำนักงาน เครื่องมือที่จะเป็นกุญแจสำคัญให้นักโฆษณาได้ครีเอตแผนสื่อสารการตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น ที่สำคัญด้วยเว็บไซต์และดาต้าของ “VGI POV+” จะช่วยส่งมอบประสบการณ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด ตรงใจ และสร้างความคุ้มค่า

จุดเด่นของ VGI POV+ คือ กลยุทธ์ Strategic Location โดยร้อยละ 80 ของเครื่อง่ายติดตั้งนำทั่วกรุงเทพฯ ของ VGI มี

ความสูงมากกว่า 20 ชั้น นั้นหมายถึงความแข็งแกร่งของ Eyeballs ที่มีความสามารถในการสร้าง Huge Awareness กับทาร์เก็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มโอกาสการมองเห็นสื่อที่บ่อยขึ้นและนานกว่าเดิม นอกจากลิฟต์ในอาคารสำนักงานแล้ว POV+ ยังถูกติดตั้งอยู่ในทุกจุด Touchpoint ที่สามารถ Captive Journey & Locations ได้ตั้งแต่เดินทางมาถึงออฟฟิศ ไม่ว่าจะเป็นบริเวณลิฟต์โดยสาร โถง Information หรือแม้แต่จุดบันไดเลื่อนต่าง ๆ POV+ ถูกวางให้กลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อมที่ชาวออฟฟิศต้องพบเจอในแต่ละวัน ทำให้เกิดการจดจำโฆษณาได้โดยไม่รู้ตัว และจากการทำงานร่วมกันของนวัตกรรมและฐานข้อมูล ทำให้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมและสไตล์การใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง ช่วยให้แบรนด์สามารถยิงโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น พร้อมยังสามารถวัดผลลัพธ์ของแคมเปญได้แม่นยำยิ่งขึ้นอีกด้วย ด้วยความสามารถของ VGI POV+ จะช่วยให้แบรนด์สามารถสร้างการรับรู้ได้แบบอิมแพกต์ ไปพร้อมกับเพิ่มยอดขายหรือ Call To Action ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ในทุก Customer Journey ไม่ว่าจะเป็นออฟไลน์หรือออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคพบเห็นแบรนด์อย่างสม่ำเสมอ ทำให้แบรนด์เป็นที่จดจำและเติมเต็มความสำคัญในใจของผู้บริโภคได้อย่างยาวนาน



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการ “POV+” ได้ที่นี่

VGI Pulse เครื่องมือวัดผลความคุ้มค่าของการใช้สื่อโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

VGI Pulse เป็นเครื่องมือเชิงสถิติเฉพาะของ VGI ที่ใช้วัดความคุ้มค่าของการใช้สื่อโฆษณานอกบ้าน ทั้งในระบบรถไฟฟ้า สื่อนอกบ้าน และในอาคาร โดย VGI Pulse สามารถวัดการเห็นสื่อโฆษณาในเชิงลึก โดยอาศัยข้อมูลจำนวนของผู้โดยสารในระบบรถไฟฟ้า และจำนวนสื่อของ VGI ในการประเมินจำนวนผู้เห็นสื่อประกอบกับข้อมูลของผู้ใช้บัตรระบบรถไฟฟ้าในการประเมินความถี่ในการเดินทาง และลักษณะของผู้เห็นสื่อ อาทิ ช่วงอายุ เพศ กำลังซื้อ ความสนใจ และพฤติกรรมในการบริโภค อีกทั้งได้นำเทคโนโลยี Cell Beacon

ในการสื่อสารข้อมูลสินค้าหรือบริการไปยังโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้งานในบริเวณที่กำหนด และเทคโนโลยี Grid Reach ในการระบุผู้ที่มีมองเห็นสื่อในพื้นที่ที่ต้องการวัดผล

ยิ่งไปกว่านั้น VGI Pulse ยังสามารถประเมินประสิทธิภาพของสื่อที่มีต่อผู้บริโภค ในด้านการรับรู้ในแบรนด์ (Aware) การให้ความสนใจในแบรนด์ (Appeal) การค้นคว้าหาข้อมูลของแบรนด์ (Ask) การเลือกซื้อสินค้า หรือบริการของแบรนด์ (Act) และการแนะนำ/บอกต่อ (Advocate) โดยเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์และการสอบถามผู้โดยสารที่เห็นสื่อของ VGI ทำให้ VGI ได้ข้อมูลเชิงลึกต่อการวัดประสิทธิภาพของสื่อโฆษณา เพื่อให้ VGI ทำงานร่วมกับแบรนด์ในการปรับกลยุทธ์ในการโฆษณาให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างตรงจุด และสามารถใช้งบประมาณโฆษณาได้อย่างคุ้มค่า

รับชมวิดีโอเกี่ยวกับ VGI Pulse เพิ่มเติมได้ที่



3.5 ความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

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



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2567/68

ไม่มีกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

เป้าหมาย 100%



เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 - 2567/68

- ไม่มีกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
- ไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานภาครัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ
- พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการดำเนินงาน 100%



จากความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและการพึ่งพาเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันนั้น อาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์และความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล VGI จึงตระหนักถึงความสำคัญของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อป้องกันผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวต่อการดำเนิน

ธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย ในการนี้ บริษัทฯ จึงยึดมั่นปฏิบัติตามนโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และกำหนดมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต่าง ๆ พร้อมทั้งยังเสริมสร้างความตระหนักรู้ของพนักงานเกี่ยวกับภัยคุกคามความปลอดภัยทางไซเบอร์อีกด้วย

คณะกรรมการ
บริหารจัดการความมั่นคง
ปลอดภัยสารสนเทศ

- กำหนด ทบทวน และอนุมัตินโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และทบทวนประสิทธิภาพของการดำเนินนโยบาย
- ให้แนวทางและการสนับสนุนการจัดทำมาตรการและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับความปลอดภัยของข้อมูล
- ตรวจสอบให้แน่ใจว่าการดำเนินการควบคุมความปลอดภัยของข้อมูลได้รับความร่วมมือจากทั่วทั้งองค์กร

คณะทำงานบริหารจัดการ
ความมั่นคงปลอดภัย
สารสนเทศ

- ทบทวนและอนุมัติแผนงานและวาระการดำเนินการ รักษาและปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการเพิ่มความตระหนักรู้
- ดำเนินการประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และความเป็นส่วนตัว
- กำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์สำหรับสารสนเทศและการสื่อสารของเทคโนโลยีและการจัดการข้อมูล

เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูล

- ดูแลให้องค์กรปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
- ทำหน้าที่รับเรื่องติดต่อสำหรับการรายงานและการจัดการเรื่องความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

การจัดการความปลอดภัยของข้อมูล

ภายใต้ธุรกิจบริการชำระเงิน กลุ่มระบบมีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากลักษณะธุรกิจนั้นเกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเพื่อเป็นกรอบการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัวตลอดจน

เพื่อให้แน่ใจถึงความสอดคล้องตามข้อกำหนดด้านกฎระเบียบและสัญญาที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศของบริษัทฯ ทุกคนจะต้องปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว และหากมีเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยที่เกิดจากการละเลยไม่ปฏิบัติตาม ก็จะมีการลงโทษทางวินัย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีระบบบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล ดังนี้



การวิเคราะห์

การใช้วิธีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและประเมินแผนการจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ



การประเมิน

นำการประเมินความเสี่ยงมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการโครงการและวงจรการพัฒนาธุรกิจ



การควบคุม

วิธีการจัดการความเสี่ยงนั้นประกอบด้วย การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง การถ่ายโอนความเสี่ยง การลดความเสี่ยง หรือการยอมรับความเสี่ยง ซึ่งในการลดความเสี่ยงนั้นจะต้องมีการเลือกและดำเนินการตามแนวทางควบคุมเพื่อลดระดับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้



การตรวจสอบ

- มีการบันทึกผลลัพธ์ของการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลและแผนการควบคุมความเสี่ยง
- มีการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ VGI ยังได้จัดทำนโยบายความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โดยขอบเขตการบังคับใช้นั้นครอบคลุมถึงพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานในนามของบริษัทฯ ซึ่งนโยบายนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบในการกำหนดแนวปฏิบัติงานในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดและระเบียบปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดครอบคลุมถึงโครงสร้างความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของบริษัทฯ ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร การบริหารจัดการทรัพย์สิน การควบคุมการเข้าถึง การเข้ารหัสข้อมูลทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมด้านการดำเนินงาน ด้านการสื่อสารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการภายนอก การบริหารจัดการเหตุการณ์ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของการบริหาร

จัดการเพื่อสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ รวมไปถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนด โดยนโยบายฉบับนี้จะได้รับการทบทวนและกำหนดให้มีการตรวจสอบความสอดคล้องตามข้อกำหนดโดยผู้ตรวจรับรองทั้งภายในและภายนอก

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

การปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

การปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูลของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้า พนักงาน คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้น นับเป็นสิ่งที่ VGI ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยบริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายความเป็นส่วนตัวเพื่อให้การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรนั้น สอดคล้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ตลอดจนมีการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับข้อกำหนดในกฎระเบียบดังกล่าวเพื่อเพิ่มความตระหนักรู้แก่พนักงาน และในปี 2567/68 บริษัทฯ ได้มีการจัดหลักสูตรอบรมดังกล่าว ให้คณะกรรมการบริษัทได้เตรียมพร้อมและเพิ่มพูนความรู้

ในการบังคับใช้ของกฎระเบียบอีกด้วย ทั้งนี้ VGI จะใช้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ภายใต้นโยบายความเป็นส่วนตัวที่ได้รับความยินยอมเท่านั้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดอบรมเรื่องการปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูลให้แก่พนักงานในองค์กรเพื่อสร้างความตระหนักรู้ และความเข้าใจเรื่องการปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูล จำนวน 2 ครั้งในปีที่ผ่านมา โดยในปี 2567/68 บริษัทฯ ไม่ได้มีการใช้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ และไม่ได้รับคำขอข้อมูลของลูกค้าจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายใด ๆ

โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดสำหรับนโยบายความเป็นส่วนตัว



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับลูกค้า



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับฝ่ายทรัพยากรบุคคล



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับการประชุมผู้ถือหุ้น



นโยบายความเป็นส่วนตัว
สำหรับการใช้
กล้องโทรทัศน์วงจรปิด



นโยบายความเป็นส่วนตัว
บริษัท บีเอสเอส โฮลดิ้งส์ จำกัด



04

VGI กับความยั่งยืนด้านสังคม

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

4.1 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

(GRI 3-3)

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2567/68

อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับร้อยละ 90

เป้าหมาย 100%



เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 - 2567/68

- อัตราคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับร้อยละ 95
- ไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเกี่ยวกับสื่อโฆษณาและการให้บริการของพนักงาน

ผลการดำเนินงาน 100%



VGI ให้ความสำคัญกับลูกค้าขององค์กรเป็นอย่างยิ่ง ด้วยตระหนักดีว่าความสัมพันธ์ที่มีต่อลูกค้า คือกุญแจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพบปะและกระชับความสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการรับฟังและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้ VGI เข้าใจความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า และสามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทฯ เป็นปัจจัยสำคัญต่อผลประกอบการทางธุรกิจขององค์กร

กลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

VGI มุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าตลอดทุกขั้นตอน การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ บริษัทฯ จึงยึดปฏิบัติตามแนวทางการสร้างแบรนด์อย่างมีจริยธรรม การส่งมอบและตรวจสอบงาน ตลอดจนการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ทันสมัย และตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ นอกจากนี้ VGI จะแจ้งเฉพาะข้อมูลของสินค้าและบริการของบริษัทฯ ในระหว่างการทำการตลาดที่ถูกต้องโดยไม่มีการกล่าวอ้างที่เกินจริงหรือใช้ประโยชน์จากความเปราะบางทางตลาด และ VGI ยังมีระบบการตรวจสอบคุณภาพงานก่อนส่งงานให้ลูกค้า การติดตามแก้ไขงานในกรณีพบเหตุบกพร่อง ชำรุด หรือเสียหายภายในเวลาอันรวดเร็วที่เกี่ยวข้องกับสื่อโฆษณา รวมถึงมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาเป็นประจำเพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ในส่วนของธุรกิจบริการชำระเงิน บริษัทฯ มีกระบวนการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาประสบการณ์การใช้บริการของลูกค้าอีกด้วย

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



98%

อัตราคะแนน
ความพึงพอใจของลูกค้า

สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบาย
ด้านจริยธรรมทางการสร้างแบรนด์
และการตลาด



การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

VGI Sky Vibes Music

VGI จัดกิจกรรม “VGI Sky Vibes Music” Mini Concert ณ ลานสกายวอล์กช่องนนทรี ทั้งหมด 10 ครั้งให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่ลูกค้าและประชาชนทั่วไป โดยมีศิลปินชื่อดังมากมายมาร่วมแสดงดนตรี ได้รับกระแสตอบรับที่ดีเกินคาดจากประชาชนทั่วไปและผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ผสานสื่อ Offline & Digital ร่วมกับ Music Marketing อีวนต์ โดยเป็นความร่วมมือของ VGI และ GMM Music ผสานพลัง OOH Media + Digital + On-ground Activation สร้างพื้นที่ให้ 7 แบนด์ชั้นนำ ได้เชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมายผ่านอีวนต์ VGI Sky Vibes Music ที่เปลี่ยนลานสกายวอล์กสถานีช่องนนทรีให้กลายเป็น Destination แห่งใหม่ของ Entertainment & Brand Engagement จากความสำเร็จที่เกิดขึ้นทำให้มียอดผู้เข้าชมงานผ่านทาง Offline และ Online สูงถึง 115.8 ล้านครั้ง และมีการพูดถึงสื่อโฆษณาบนรถไฟฟ้าบีทีเอสในช่วงระยะเวลาการจัดงานกิจกรรมสูงถึง 75 ล้านครั้ง การมีส่วนร่วมผ่านทางโซเชียลมีเดียสูงสุดถึง 1.7 ล้านครั้ง (Mini Concert วง MEYOU) และสร้าง Positive Sentiment สูงสุดถึง 100%



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



“SkyTrain Music Fest” เทศกาลดนตรีสุดครีเอทีฟครั้งแรกในเอเชีย ระดมทัพศิลปินระดับ A-List พร้อมโชว์เพลงฮิต บนขบวนรถไฟฟ้า BTS

VGI ร่วมกับ 8 พันธมิตรชั้นนำของประเทศไทย ได้แก่ บริษัท กู๊ดริงแอฟเฟ่น จำกัด, บริษัท แฮปปี้ เวิลด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด, XOXO Entertainment, LOVEIS ENTERTAINMENT, Warner Music Thailand, Boxx Music และ What The Duck ร่วมจัดโปรเจกต์ใหญ่ “SkyTrain Music Fest” เทศกาลดนตรีสุดสร้างสรรค์พร้อมกับประสบการณ์ใหม่เป็นครั้งแรกในเอเชีย ที่จัดการแสดงดนตรีบนขบวนรถไฟฟ้า BTS ในรูปแบบมิวสิกแอนดเฝ่นมิต ไปกับศิลปินอย่างใกล้ชิด เพื่อส่งมอบประสบการณ์สุดพิเศษได้สัมผัสบรรยากาศสุดใกล้ชิดให้กับลูกค้าและผู้ชื่นชอบศิลปินบนขบวนรถไฟฟ้า

นอกจากประสบการณ์ใหม่ที่ผู้บริโภคได้รับแล้ว ในฝั่งของแบรนด์และธุรกิจยังได้ “พื้นที่ใหม่” ในการสร้างการรับรู้และภาพจำที่แข็งแกร่ง โดยในช่วงคอนเสิร์ตของศิลปินจะมีการฉายภาพโฆษณา



ของแต่ละแบรนด์ กิจกรรมพิเศษ และการแจกสินค้าจากศิลปินให้แฟนคลับอีกด้วย ภายใต้งานนี้ประสบความสำเร็จก็คือการใช้ “ความใกล้ชิด” มาเป็นจุดขายหลัก จากเดิมที่งานคอนเสิร์ตคือการเฝ้ามองศิลปินบนเวที สู่การได้อยู่บนรถไฟฟ้าขบวนเดียวกัน ความใกล้ชิดนี้จึงกระตุ้นให้เหล่าแฟนคลับเกิด Loyalty ต่องานคอนเสิร์ตรูปแบบใหม่ เกิดความสัมพันธ์ทางใจที่แน่นแฟ้นกับศิลปินมากขึ้น ไปจนถึงเกิดการจดจำแบรนด์ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



สินเชื่อแบบบิก แคช ผ่อนตามใจ พักชำระหนี้สูงสุด 3 เดือน

แบบบิก แคช (Rabbit Cash) ห่วงใย ร่วมช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากภัยน้ำท่วม และแบ่งเบาภาระผู้ประกอบการอาชีพรายย่อย ออกโครงการ “สินเชื่อแบบบิก แคช ผ่อนตามใจ” ซึ่งเป็นมาตรการช่วยเหลือพักชำระหนี้สูงสุด 3 เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม 2567) สำหรับลูกค้าที่ชำระหนี้มาแล้ว 3 รอบบัญชี และไม่เคย หรืออยู่ระหว่างการขอความช่วยเหลือในการปรับโครงสร้างหนี้ โดยดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นระหว่างพักชำระหนี้ จะถูกคำนวณเพื่อไปเฉลี่ยแบ่งจ่ายเป็น 6 เดือน รวมเข้ากับยอดชำระ ณ เดือนมกราคม - มิถุนายน 2568 เป็นการช่วยเหลือลูกค้าในภาวะที่ลำบากและได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ

ร้านเทอร์เกิลแจกหน้ากากอนามัย ฟรี! พร้อมสนับสนุนการลดฝุ่น PM 2.5

ซูเปอร์ เทอร์เกิล ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศจากฝุ่น PM 2.5 ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของทุกคน ด้วยการมอบหน้ากากอนามัยฟรี 1 ชิ้น สำหรับลูกค้าที่ซื้อสินค้าครบ 50 บาทขึ้นไป ตั้งแต่วันที่ 25 - 31 มกราคม 2568 ณ ร้านเทอร์เกิลทุกสาขา เพื่อช่วยปกป้องสุขภาพของลูกค้านในช่วงวิกฤต โดยสิทธิพิเศษนี้มอบให้ลูกค้าที่เดินทางด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอส เพื่อส่งเสริมการใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ซึ่งเป็นหนึ่งในวิธีช่วยลดการปล่อยมลพิษทางอากาศ และร่วมสร้างสภาพแวดล้อมที่สะอาดยิ่งขึ้นในเมืองใหญ่



แบบบิก รีวอร์ดส x แบบบิก ประกันชีวิต จัดโครงการ Loyalty Programme อัปเดตสิทธิพิเศษให้ลูกค้า

บริษัท แบบบิก รีวอร์ดส จำกัด ร่วมกับบริษัท แบบบิก ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) หรือ Rabbit Life บริษัทในเครือบีทีเอส กรุ๊ปฯ รุกกลยุทธ์ Loyalty Programme ยกระดับประสบการณ์ลูกค้าสุดเอกซ์คลูซีฟเหนือใคร ผ่านการอัปเดต “Rabbit Life MYRewards” ภายใต้คอนเซปต์ “More Premium, More Privileges” พร้อมเสริมความพรีเมียมแบบจามขึ้นเฉพาะสมาชิก 3 ระดับ ได้แก่ Explore, Extraordinary และ Exclusive เพียงซื้อผลิตภัณฑ์ประกันจากแบบบิก ประกันชีวิต ทุกช่องทาง จะได้แบบบิก พอยท์ เพื่อนำไปและรับสิทธิประโยชน์ได้มากขึ้น เช่น Starbucks, After You, Grab, Shopee, Lazada, Rabbit Selection, Eastin Grand Hotel Phayathai รวมถึงสิทธิเข้าถึง Exclusive Store ผ่านแอป Rabbit Rewards โดยการสานต่อความร่วมมือในครั้งนี้ ไม่เพียงมอบความคุ้มค่าให้แก่ลูกค้าคนสำคัญ แต่ยังสะท้อนถึงความแข็งแกร่งของ Business Ecosystem

4.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี

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

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2567/68

อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

เป้าหมาย 100%



เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 - 2567/68

อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

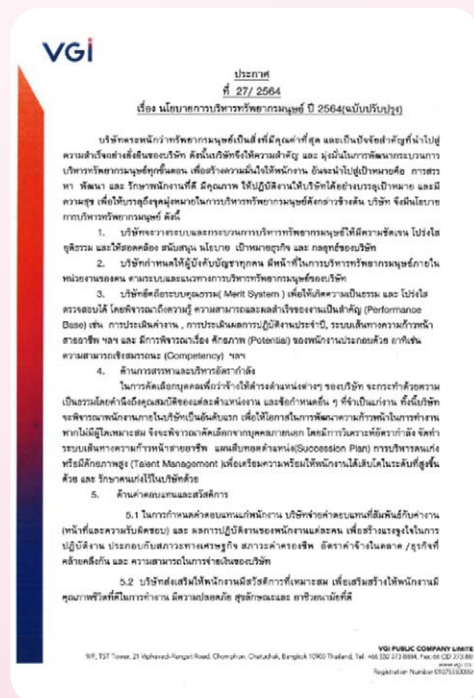
ผลการดำเนินงาน 100%



VGI ตระหนักดีว่า พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าเป็นอย่างยิ่งขององค์กรในการช่วยขับเคลื่อนบริษัทไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ดังนั้นการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน และการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดย VGI มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงานและรักษาพนักงานไว้เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนบริษัทไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน

การจัดการทรัพยากรมนุษย์

พนักงานมีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ การกิจ และกลยุทธ์ขององค์กรไปบนเส้นทางความสำเร็จ โดยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของ VGI นั้น เป็นไปตามนโยบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ถูกกำหนดไว้และคู่มือที่เกี่ยวข้อง โดยนโยบายดังกล่าวครอบคลุมทุกแง่มุมของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ทั้งโครงสร้างองค์กร การจัดหาและการจ้างงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม การประเมินประสิทธิภาพ การพัฒนาทุนมนุษย์ สถานที่ทำงานที่ปลอดภัย การคุ้มครองสิทธิมนุษยชน และพนักงานสัมพันธ์ ซึ่งการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ทั้งนี้ VGI ทำงานอย่างหนักเพื่อให้แน่ใจว่าผู้มีความสามารถที่สุดนั้นจะถูกดึงดูดและรักษาไว้ เพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตทางธุรกิจขององค์กร ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานทุกคน และมีการสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน นอกจากนี้ VGI ยังพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนให้พนักงานเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถของตนอย่างเต็มที่



พนักงานทั้งหมด
1,801 คน



อัตราการจ้างงานใหม่
56%



อัตราการลา
53%

ค่านิยมขององค์กร

ในปี 2567/68 VGI ได้มีการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรชุดใหม่ขึ้น เพื่อให้สะท้อนถึงรูปแบบธุรกิจและวัฒนธรรมองค์กรได้ดีมากยิ่งขึ้น รวมถึงรองรับการเปลี่ยนแปลงของวงการสื่อโฆษณาและยุคสมัยในปัจจุบัน โดยวัฒนธรรมองค์กรชุดใหม่ขององค์กรมีชื่อว่า "GIVES" ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ข้อ ดังนี้

G

Growth

เติบโตแบบ 3 ส
(สตรง/สดี/สต่างค์)

- เปิดใจเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ
- มองความล้มเหลวเป็นโอกาสในการเติบโต
- มีสติในการทำงาน

I

Innovative

เปิดรับ
ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง

- หาความรู้ เสนอความคิด และพัฒนาตนเอง
- ทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ
- พร้อมรับความเสี่ยง

V

Versatile

รอบด้าน งานดี

- มีทักษะหลากหลาย
- เข้าใจ เห็นใจ ยอมรับความแตกต่างในการทำงาน
- ปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว

E

Efficient

บริหารจัดการ
อย่างชาญฉลาด

- ใช้กระบวนการ PDCA ในการทำงาน (Plan Do Check Act)

S

Sustainability

ใส่ใจ

- ประหยัดทรัพยากรในทุกมิติ
- ลดขยะ ลดการใช้พลาสติก
- โปร่งใสทำงานตาม WI/OM
- มีจิตสาธารณะ
- ร่วมมือ/สนับสนุนกิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสังคม



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

- นโยบายและระเบียบ
- ปลอดภัยและปลอดภัย
- ใจเป็นสุข
- การเป็นประชากรของโลก
- วัฒนธรรมการทำงานแบบยอมรับความหลากหลาย และเคารพกัน
- การสื่อสารแบบกันสมัย



การพัฒนาทุนมนุษย์

VGI ได้จัดให้มีหลักสูตรการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถและทักษะของพนักงาน โดยหลักสูตรการฝึกอบรมมุ่งเน้นไปที่ 4 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

ความเชี่ยวชาญในเชิงธุรกิจ

มีความเข้าใจงานและธุรกิจเป็นอย่างดี
สร้างพันธมิตร และมองเห็นภาพกว้าง

จิตนวัตกรรม

มีความกล้าคิด ทดลอง เรียนรู้
พัฒนาและริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ

การทำงานร่วมกัน

ให้ความร่วมมือ มีส่วนร่วม รับฟัง
แลกเปลี่ยน แบ่งปัน เพื่อส่วนรวม

ยกระดับศักยภาพ

มุ่งมั่น พัฒนา
และยกระดับศักยภาพตนเองเสมอ

นอกจากนี้ VGI ยังนำความสามารถเชิงสมรรถนะหลักมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดทำแผนพัฒนานักงานเพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาความสามารถของตนเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพระยะยาว โดยการอบรมที่ VGI จะแบ่งออกเป็น 3 หลักสูตร ประกอบด้วย

1

หลักสูตรกลาง:

เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และความสามารถ
ของพนักงาน ตลอดจน
สร้างมุมมองเชิงบวกในการทำงาน

2

หลักสูตรบริหารจัดการ:

หลักสูตรฝึกอบรมระดับหัวหน้างาน
เกี่ยวกับการจัดการงานและผู้ใต้บังคับบัญชา

3

หลักสูตรเฉพาะสายงาน:

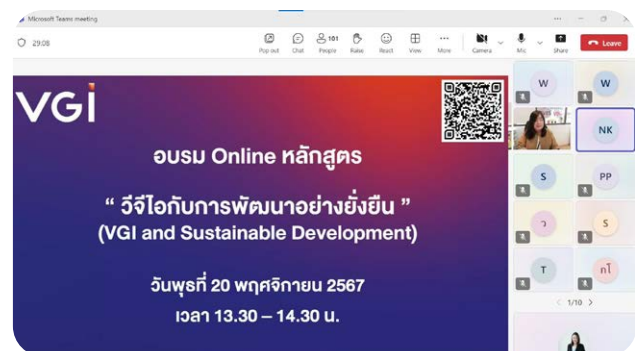
หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนานักงาน
ในความสามารถและความรู้ที่จะจ
กับหน้าที่การงาน

บริษัทฯ ยังมีการติดตามดูแลผลตอบแทนจากการลงทุนในทุนมนุษย์ ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ที่สะท้อนมูลค่าผลตอบแทนของทุนมนุษย์ของบริษัจากการลงทุนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรบุคคล ทั้งนี้ ในปี 2567/68 VGI ได้จัดให้มีการฝึกอบรม โดยชั่วโมงการอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานหนึ่งคนคือ 33.06 ชั่วโมง ซึ่งหลักสูตรการฝึกอบรมที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

หลักสูตรการฝึกอบรม ปี 2567/68

วีจีไอกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (VGI and Sustainable Development)

การพัฒนาขององค์กรอย่างยั่งยืนเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมจากองค์กรทั่วโลกในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นแนวคิดที่นอกจากจะให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจแล้ว ยังคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมอีก 3 ด้านหลัก คือ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งองค์กรที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ธุรกิจ แสดงความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป VGI จึงได้จัดอบรมให้กับพนักงานเพื่อให้เกิดความรู้



ความเข้าใจ และความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี โดยมีพนักงานเข้าร่วมร้อยละ 100 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของ VGI ที่จะมุ่งไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน

หลักสูตรการตรวจสอบสภาพทางการเงินของพนักงานและหลักสูตรการบริหารการเงินด้วยตัวเอง

VGI ได้จัดทำโครงการการบริหารการเงินและตรวจสอบสภาพทางการเงินของพนักงานด้วยตัวเอง เพื่อประเมินสภาวะทางการเงิน ส่งเสริมพนักงานให้มีความรู้ในการบริหารการเงินส่วนบุคคล การบริหารหนี้ส่วนบุคคล และการแก้ไขปัญหาหนี้อย่างเป็นระบบ เป็นบริษัทที่มีพนักงานที่มีความมั่นคงทางการเงิน ซึ่งจะส่งผลให้การทำงานมีคุณภาพและประสิทธิภาพ ส่งผลให้การทำงานของบริษัทมีคุณภาพและประสิทธิภาพยิ่งขึ้นด้วย รวมถึงการแสดงความห่วงใยของบริษัทที่มีต่อพนักงาน โดยมีพนักงานทุกระดับเข้าร่วม จำนวน 290 คน



หลักสูตร “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายโฆษณาสำหรับการปฏิบัติงานของฝ่ายขาย”

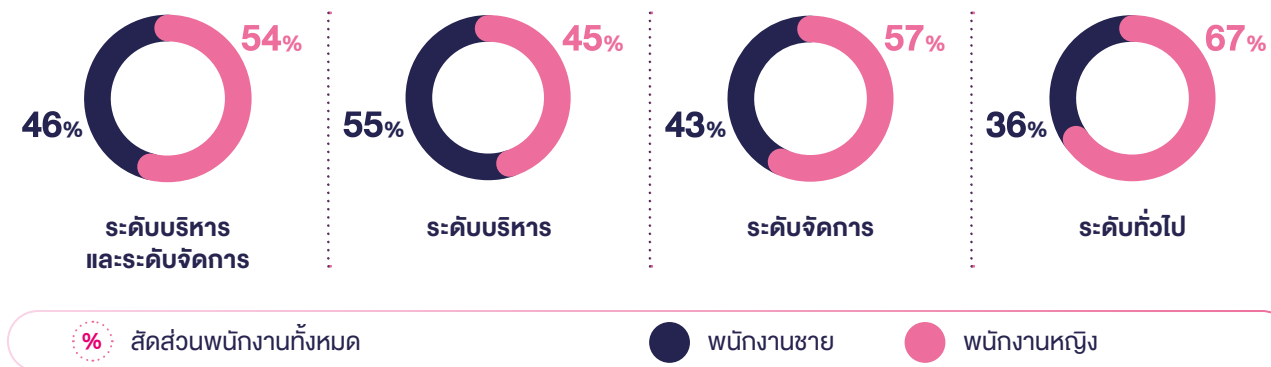
บริษัทฯ ได้มีการจัดหลักสูตรสำหรับทีมฝ่ายขายและหน่วยงานสนับสนุนการขายให้มีความรู้ความเข้าใจถึงหลักเกณฑ์กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่สื่อโฆษณา และสามารถนำไปประกอบการพิจารณาเนื้อหาโฆษณาที่จะเผยแพร่บนสื่อโฆษณาของ VGI ได้ด้วยตนเองในลำดับแรก รวมถึงสามารถประสานงานกับลูกค้าและส่วนงานอื่นที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการทำงาน สร้างความมั่นใจในการให้ข้อมูลเสนอขาย ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น โดยเรียนรู้ทักษะและวิธีการต่าง ๆ อาทิ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายโฆษณา การแยกแยะประเภทสินค้าและบริการ และเทคนิคการกลั่นกรองพิจารณาความถูกต้องตามกฎหมายเนื้อหาโฆษณา โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งหมดจำนวน 37 คน



ความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก

VGI ให้ความสำคัญกับพนักงานที่หลากหลายและวัฒนธรรมการไม่แบ่งแยก โดยบริษัทฯ เชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าความหลากหลายและการรวมเป็นหนึ่งเดียวกันจะสร้างที่ทำงานที่มีพลวัต โดยพนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติต่อความชอบทางเพศ เพศ เชื้อชาติ หรือชาติพันธุ์ สัญชาติ ประเทศต้นกำเนิด หรือภูมิหลังทาง

วัฒนธรรม นอกจากนี้ บุคลากร LGBTQIA+ มีสิทธิได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ของบริษัทฯ อย่างเท่าเทียม เช่น กองทุน ลาเพื่ออุปการะบุตรหลาน และการลาเพื่อผ่าตัดแปลงเพศ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกันโดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยไม่คำนึงถึงเพศ



นอกจากนี้ หากพบเจอพฤติกรรมกรรมการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดในบริษัทฯ สามารถรายงานได้ผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสตามคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ ซึ่งผู้รายงานจะได้รับการคุ้มครองจากการรายงานดังกล่าว ผู้รายงานยังสามารถรายงานเป็นลายลักษณ์อักษรหรือด้วยวาจาต่อหัวหน้างานและฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะมีการดำเนินการตามกระบวนการสอบสวนที่กำหนดไว้และส่งต่อไปยังผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และแจ้งให้กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ทราบตามความเหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทฯ จะมีการดำเนินการแก้ไข

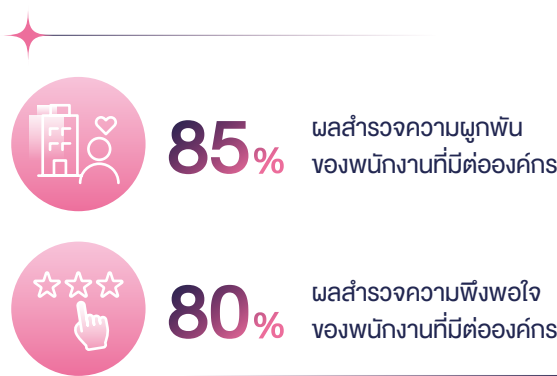
หรือดำเนินการทางวินัยตามเห็นสมควรจากข้อสรุปของการสอบสวนดังกล่าว โดยในกรณีการละเมิด จะมีการดำเนินคดีทางกฎหมายตามความเหมาะสม



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ

ความพึงพอใจในองค์กรของพนักงาน

VGI จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยบริษัทฯ ได้นำผลสำรวจดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงแนวทางการส่งเสริมความพึงพอใจของพนักงาน รวมถึงจัดทำหลักสูตรพัฒนาศักยภาพพนักงานและดูแลให้พนักงานทุกคนรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในงานของตนเอง ซึ่งในปี 2567/68 พนักงานทุกคนได้ทำแบบสำรวจและได้ผลการประเมินความผูกพันที่ร้อยละ 85 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายประจำปีที่ร้อยละ 80



4.3 สิทธิมนุษยชน

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



สิทธิมนุษยชนเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานในความเป็นมนุษย์ที่ทุกคนพึงได้รับอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม การละเมิดสิทธิมนุษยชนอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจและภาพลักษณ์ขององค์กร VGI จึงให้ความสำคัญสูงสุดต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่าขององค์กร โดยการยึดหลักสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการเกิดเหตุการณ์การละเมิดสิทธิมนุษยชน

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

VGI กำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อเป็นมาตรฐานในการบริหารจัดการสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่มูลค่าขององค์กร ซึ่งครอบคลุมความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ที่จะป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิ การบังคับใช้แรงงาน แรงงานเด็ก การเลือกปฏิบัติ และการคุกคามหรือล่วงละเมิดทุกรูปแบบ ทั้งทางเพศและอื่นๆ อีกทั้งยังสนับสนุนและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนในเรื่องเสรีภาพในการสมาคม สิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง และค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้จัดทำนโยบายเรื่องการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดต่อสิทธิของบุคคลอื่น และนโยบาย

เรื่องความหลากหลายและการยอมรับความหลากหลาย เพื่อสนับสนุนความหลากหลายและเคารพสิทธิมนุษยชนของพนักงาน



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับ
นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

การบริหารจัดการสิทธิมนุษยชน





VGI ดำเนินการตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านตามหลักการชี้แนะขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชน เพื่อประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงบริษัทย่อยที่ VGI มีอำนาจการบริหาร และได้จัดทำมาตรการเพื่อบรรเทาและแก้ไขผลกระทบต่างๆ เหล่านั้นในกรณีที่มีการละเมิดขึ้น ทั้งนี้ ในปี 2567/68 VGI ได้ทำการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Disclosure Report) และได้เปิดเผยข้อมูลการประเมินไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับรายงานผลการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิทธิมนุษยชน

VGI ส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมที่ตระหนักรู้ในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนให้กับผู้บริหารและพนักงานทุกระดับมาโดยตลอด โดยในปี 2567/68 บริษัทฯ ได้จัดการฝึกอบรมสองชั่วโมงผ่านรูปแบบออนไลน์โดยสถาบันภายนอก เพื่อให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับข้อมูลด้านสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน รวมถึงความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญและเกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าของการประกอบธุรกิจ เช่น การเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิดในที่ทำงาน นอกจากนี้ พนักงานยังได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการของการตรวจสอบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน นโยบายเรื่องการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดต่อสิทธิของบุคคลอื่น และนโยบายเรื่องความหลากหลายและการยอมรับความหลากหลาย



0 ครั้ง

ไม่มีเหตุการณ์หรือการล่วงละเมิดที่เกิดขึ้น

ในกรณีที่เกิดการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเหตุหรือเบาะแสผ่านช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียนที่บริษัทฯ ได้กำหนด เพื่อดำเนินการตามกระบวนการสืบสวนสอบสวนข้อเท็จจริง โดยในปี 2567/68 บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการแจ้งเหตุเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน และไม่มีเหตุการณ์การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดที่เกิดขึ้น

การมอบพื้นที่สื่อเพื่อสนับสนุนสิทธิมนุษยชน

VGI เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนและสร้างความตระหนักในด้านสิทธิมนุษยชนผ่านโครงการต่าง ๆ ผ่านการประชาสัมพันธ์บนสื่อบนรถไฟฟ้า เพื่อให้เข้าถึงผู้คนที่มาใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสซึ่งมีจำนวนมาก การเผยแพร่สื่อ

ประชาสัมพันธ์หรือแคมเปญต่าง ๆ จึงสามารถกระจายเข้าถึงผู้คนได้ในวงกว้างและกระจายผลกระทบเชิงบวกไปยังสังคมได้อย่างทั่วถึง ในปีที่ผ่านมา VGI ได้สนับสนุนพื้นที่สื่อให้แก่โครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการครูผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาการศึกษา (Teach for Thailand)

VGI ได้สนับสนุนพื้นที่สื่อบนรถไฟฟ้าและสถานีสำหรับมูลนิธิ ทีช ฟอร์ ไทยแลนด์ (Teach for Thailand) ซึ่งเป็นองค์กรด้านการศึกษาคือไม่แสวงหาผลกำไร จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกและผลักดันการพัฒนาการศึกษาและโอกาสทางการศึกษาที่เสมอภาคสำหรับเด็กไทยทุกคน ผ่านโครงการครูผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้เข้าไปสอนในโรงเรียนที่มีบริบทท้าทายเป็นระยะเวลา 2 ปี และทำงานร่วมกับโรงเรียนและชุมชนเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกที่ยั่งยืน โดยปัจจุบัน มูลนิธิฯ ได้ส่งเสริมและพัฒนาครูผู้นำจำนวน 579 คน และเข้าถึงนักเรียน 161,252 คน จาก 110 โรงเรียนใน 21 จังหวัดทั่วทั้ง 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ และสร้างการเปลี่ยนแปลงในห้องเรียนและชุมชนเพื่อขับเคลื่อนการศึกษาในประเทศ



โครงการระดมทุน “Box of Life” โดย UNICEF Thailand

องค์การยูนิเซฟ ประเทศไทย (UNICEF Thailand) ได้จัดทำโครงการ “Box of Life” เพื่อระดมทุนและส่งมอบ “กล่องแห่งชีวิต” ที่มีของจำเป็นให้แก่เด็กและครอบครัวที่เผชิญเหตุการณ์ฉุกเฉินและต้องการความช่วยเหลือทั่วโลก โดย Box of Life แต่ละกล่องบรรจุสิ่งของจำเป็นต่าง ๆ ที่สามารถช่วยชีวิตเด็ก ๆ ได้ ยกตัวอย่างเช่น เบ็ดทำน้ำสะอาด อาหารบำบัดโรคขาดสารอาหาร วัคซีน รวมถึงสิ่งของที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ สุขภาพและคุณภาพชีวิตผู้ที่ได้รับความช่วยเหลือ อาทิ สบู่ ผ้าห่ม กระเป๋านักเรียน และเครื่องเขียนอย่างสมุดและดินสอ ซึ่งกล่องดังกล่าวไม่เพียงช่วยชีวิต แต่ยังมีมอบโอกาสในการเรียนรู้ให้กับเด็ก ๆ อีกด้วย



งานเสวนา “Y and Pride Perspectives Talk” เพื่อความหลากหลายทางเพศ

VGI มอบพื้นที่สื่อบนรถไฟฟ้าเพื่อประชาสัมพันธ์งานเสวนา “Y and Pride Perspectives Talk” ซึ่งเป็นพื้นที่พูดคุย แบ่งปันประสบการณ์ความหลากหลายทางเพศที่มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศมากขึ้นในสังคม โดยงานเสวนาดังกล่าวจัดขึ้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2567

มูลนิธิสร้างรอยยิ้ม ช่วยเหลือผู้ป่วยยากไร้ที่มีภาวะปากแหว่งเพดานโหว่

มูลนิธิสร้างรอยยิ้มเป็นองค์กรการกุศลทางการแพทย์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร โดยมีพันธกิจหลักในการให้ความช่วยเหลือผู้ป่วยยากไร้ที่มีภาวะปากแหว่งเพดานโหว่ รวมถึงแผลไฟไหม้และความผิดปกติอื่น ๆ บนใบหน้า โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ในแต่ละปี มูลนิธิสร้างรอยยิ้มตั้งเป้าที่จะรักษาผู้ป่วยด้วยโอกาสจำนวน 800 - 1,000 คน ผ่านโครงการออกหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ปีละ 4 ครั้ง นอกจากให้การรักษาแก่ผู้ป่วยที่มีภาวะปากแหว่งเพดานโหว่แล้ว มูลนิธิสร้างรอยยิ้มยังได้ให้ความช่วยเหลือ รักษา ผ่าตัด แก่ผู้ป่วยที่มีภาวะแผลไหม้ ยึดติดหนัง ซึ่งยากที่จะกลับมาใช้ชีวิตได้ตามปกติหากไม่ได้รับการรักษา VGI จึงได้สนับสนุนพื้นที่สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์พันธกิจ เป้าหมาย และสื่อสารเรื่องความ गरมาณของผู้ป่วยแผลไหม้เปรียบเทียบกับแผลไหม้จากการทำเทคนิคพิเศษในภาพยนตร์กับแผลไหม้ในชีวิตจริงเพื่อให้เกิดความตระหนักถึงภัยสังคมในวงกว้างต่อไป

4.4 การพัฒนาสังคมและชุมชน

(GRI 3-3)



VGI ตระหนักดีว่าการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนนั้น บริษัทฯ จะต้องเป็นองค์กรที่ดีที่สามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับสังคมได้อย่างเป็นสุข บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการดำเนินงานควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและชุมชน เพราะการได้รับการยอมรับและความไว้วางใจคือส่วนสำคัญต่อการเติบโตทางธุรกิจของ VGI ต่อไป

ทิศทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

VGI กำหนดรูปแบบความคิดริเริ่มด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และกิจกรรมพัฒนาสังคมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยในปี 2567/68 VGI ได้กำหนดโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมที่มุ่งเน้นการสนับสนุนการพัฒนาทางการศึกษา และสร้างจิตสำนึกเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้กับสังคมเกี่ยวกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ จากกิจกรรมดังกล่าว บริษัทฯ มุ่งสนับสนุนและเพิ่มจำนวนพนักงานอาสา รวมถึงส่งเสริมการรับรู้ทางสังคมเชิงบวกและความพึงพอใจต่อองค์กร

ทิศทางกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม ของ VGI (VGI's CSR Strategic Direction)



การปรับปรุงสาธารณสุข



การสนับสนุน
การพัฒนาทางการศึกษา



การปกป้อง พันธุ์
และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

การเสริมสร้างความรู้ด้านความยั่งยืน

สนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน

VGI และ BTS Group ร่วมมือกับ Sustainism เพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจไทยในการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน ผ่านแพลตฟอร์มโฆษณา และระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ โดยมุ่งหวังให้ประเทศไทยก้าวขึ้นเป็นต้นแบบด้าน ESG และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับโลก

ทั้งนี้ Sustainism (Stnsm.org) เป็นแพลตฟอร์มความร่วมมือระดับสากลเพื่อความยั่งยืน และ Sustainism Initiative เป็นโครงการที่ก่อตั้งโดยความร่วมมือของ The Agricultural and Food Marketing Association for Asia and the Pacific (AFMA Asia) ภายใต้การสนับสนุนขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (UN FAO) มีเป้าหมายในการเชื่อมโยงภาคธุรกิจ





หน่วยงานรัฐ องค์กรระหว่างประเทศ และภาคประชาสังคม เพื่อขับเคลื่อนโครงการที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ความเป็นธรรมทางสังคม และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ

ผ่านการสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่แข็งแกร่งในการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายใต้ความร่วมมือนี้ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลัก ESG สามารถเผยแพร่ข้อมูลด้านความยั่งยืนขององค์กรผ่านแพลตฟอร์มโฆษณาของ VGI สื่อยั่งยืน บนระบบขนส่งมวลชน BTS และช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคและนักลงทุนมองเห็นถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งโครงการนี้ยังช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรที่มีแนวทาง ESG ชัดเจน รวมถึงเพิ่มความน่าเชื่อถือในระดับสากล อีกทั้งยังช่วยให้ประเทศไทยมีอำนาจต่อรองมากขึ้นบนเวทีโลก เนื่องจากประเทศที่มีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความยั่งยืนจะได้รับความไว้วางใจจากนักลงทุนและพันธมิตรทางธุรกิจมากขึ้น

กิจกรรมด้านสังคมของ VGI

การบริจาคปฏิทินให้แก่ศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อคนตาบอด



VGI ร่วมกับกลุ่มบริษัทบีทีเอส พร้อมพนักงานจิตอาสา ร่วมส่งมอบปฏิทินตั้งโต๊ะเก่าจากแคมเปญ “ฮีโร่ให้” จำนวนกว่า 90,000 ฉบับ ซึ่งมากกว่าปีก่อนถึง 4 เท่า โดยเป็นปฏิทินที่พนักงาน ผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส หน่วยงานใกล้เคียงกับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส และประชาชนทั่วไปร่วมกันบริจาค พร้อมทั้งเป็นตัวแทนบริษัทมอบเงินจำนวน 199,822.50 บาท เพื่อสนับสนุนโครงการพัฒนาระบบสมาชิกออนไลน์ สำหรับสมาชิกผู้พิการทางสายตาทั่วประเทศ โดยมีนางชนิดาภา เพ็ชรรัช ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อคนตาบอด เป็นผู้รับมอบ นอกจากนี้ พนักงานจิตอาสายังได้ร่วมทำกิจกรรมบันทึกหนังสือเสียง (อ่านนิทาน) และเข้าเล่มหนังสืออักษรเบรลล์อีกด้วย



การมอบทุนการศึกษาให้กับบุตรของพนักงาน

VGI มอบทุนการศึกษาให้กับบุตรของพนักงานเป็นประจำทุกปี โดยในปีนี้ทาง VGI ได้มอบทุนการศึกษาจำนวน 85 ทุน ทุนละ 5,000 บาท เพื่อเพิ่มโอกาสให้บุตรของพนักงานได้พัฒนาศักยภาพในการเรียนรู้และเป็นการทำสิ่งสำคัญของประเทศต่อไปในอนาคต

โครงการบริจาคเสื้อผ้า

เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2567 VGI ได้บริจาคเสื้อผ้าให้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาที่โรงเรียนชุมชนสามพร้าว ตำบลสามพร้าว อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี



พนักงาน VGI ส่งต่อธารน้ำใจ ให้กับผู้ประสบภัยน้ำท่วม จังหวัดเชียงราย



พนักงานจิตอาสา VGI ร่วมใจบริจาคเงินช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยในจังหวัดเชียงราย เป็นเงิน 40,000 บาท ผ่านกองทุนมูลนิธิโร้แซ็ญตะวันตกของพระเมธีวชิโรดม (ว.วชิรมณี) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการบรรเทาความเดือดร้อนให้กับผู้ประสบอุทกภัยในครั้งนี้

โครงการ “ครูอาสา” ร่วมกับช่องวัน 31



VGI ร่วมกับช่องวัน 31 จัดกิจกรรม “ครูอาสา” ภายใต้โครงการ “วันสร้างสุข” ณ โรงเรียนมัธยมวัดธาตุทอง เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และเปิดโอกาสทางการศึกษาให้กับเยาวชนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยทีม VGI ได้ร่วมเป็นวิทยากรพิเศษ ถ่ายทอดความรู้ด้าน Marketing Communication ให้กับนักเรียนที่เรียนในหลักสูตรธุรกิจการค้าสมัยใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดความรู้และประยุกต์ใช้ในอนาคต นอกจากนี้ กิจกรรมยังครอบคลุมการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร และแนวคิดพื้นฐานด้านการตลาด เพื่อให้เยาวชนได้รับความรู้และทักษะที่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริง ทั้งในด้านการศึกษาและเส้นทางอาชีพในอนาคต กิจกรรม “ครูอาสา” จึงถือเป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นของ VGI และช่องวัน 31 ในการสร้างโอกาสทางการศึกษาและพัฒนาทักษะให้กับเยาวชนไทย เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความพร้อมในการก้าวสู่โลกธุรกิจยุคใหม่

ซูเปอร์ เทอร์เกิล ร่วมกับลูกค้าร้านเทอร์เกิล สนับสนุนเงินให้แก่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

ซูเปอร์ เทอร์เกิล มอบเงินบริจาครวม 50,000 บาท ในนามบริษัทฯ และในนามลูกค้าร้านเทอร์เกิล ภายใต้โครงการ “ปล่อยเต่าคืนสู่ท้องทะเล” แก่หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลและฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลอย่างยั่งยืน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคงดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลอย่างต่อเนื่องและเชิญชวนให้ลูกค้าร้านเทอร์เกิลร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์ผ่านกล่องบริจาคภายในร้านเทอร์เกิล สายสีเขียวทุกสาขา



โครงการสนับสนุนอุปกรณ์และจอแอลอีดี

คณะผู้บริหาร VGI พร้อมด้วยทีมวิจัยไออาสา เป็นตัวแทนในการส่งมอบอุปกรณ์และจอแอลอีดี (120 Cabinet) จำนวน 24 ชุด ให้กับวิทยาลัยเทคนิคชัยภูมิ โดยมีคณะผู้บริหารสถานศึกษาเป็นตัวแทนในการรับมอบ เพื่อใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัยและเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในสถานศึกษา ซึ่งสะท้อนถึงความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐในการสนับสนุนการศึกษาที่มีคุณภาพ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพในอนาคตของประเทศ





สนับสนุนอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้แก่โรงเรียน 4 แห่ง

ในปี 2567/68 ที่ผ่านมามี VGI และทีมงานวีจีไออาสา เป็นตัวแทนบริจาคอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ทั้งหมด 17 เครื่อง ให้แก่โรงเรียน 4 แห่งที่มีความต้องการ เพื่อเป็นกำลังสำคัญของประเทศ ในการขับเคลื่อนคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับเยาวชนอย่างเท่าเทียม ผ่านการกระจายความช่วยเหลือให้กับโรงเรียนที่ยังขาดแคลน อุปกรณ์การเรียนการสอน โดยมอบให้กับโรงเรียนบ้านหัวหนอง อำเภอกู่แก้ว จังหวัดอุดรธานี โรงเรียนบุญจรัส ตำบลสำโรง อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี โรงเรียนบ้านดงตาหวัง ตำบลเหล่างาม อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี และโรงเรียนบ้านโนนจิกจัน สาขาบ้านหัวฝายเสียว ตำบลหนองสูง อำเภอเบญจลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ



การประเมินผลกระทบ

นอกจากโครงการด้านสังคมข้างต้นแล้ว ในปี 2567/68 VGI ยังได้ทำการประเมินผลกระทบ (Impact Valuation) จากการดำเนินงานและกิจกรรมของบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านความรับผิดชอบต่อในเนื้อหาสื่อโฆษณา ซึ่งเราสร้างความตระหนักในสังคมผ่านการให้พื้นที่ประชาสัมพันธ์รับสื่อ บนรถไฟฟ้าแก่โครงการหรือแคมเปญต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้คน ที่มาใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและกระจายผลกระทบเชิงบวก ไปยังสังคมได้อย่างทั่วถึง จึงก่อให้เกิดโครงการ “การประเมินผลกระทบจากความรับผิดชอบต่อในเนื้อหาสื่อของ VGI” เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพของโครงการให้มากยิ่งขึ้น บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวัดและประเมินผลกระทบที่แท้จริง ผ่านการวัดผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่เกิดขึ้นกับทุนทางธรรมชาติและทางสังคมผ่านการเผยแพร่เนื้อหาที่มีความรับผิดชอบต่อ

สามารถเข้าใจผลกระทบที่องค์กรมีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เพียงช่วยในการจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและ ผลที่ไม่คาดคิด แต่ยังสนับสนุนประสิทธิภาพโดยรวมของ โครงการต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนอีกด้วย จากการประเมิน ผลกระทบดังกล่าว โครงการ “การประเมินผลกระทบจากความรับผิดชอบต่อในเนื้อหาสื่อของ VGI” มีมูลค่ารวมที่เป็น ผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประเมิน เป็นมูลค่าสุทธิที่ 883.75 ล้านบาทในปี 2567/68 ที่ผ่านมามี



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมด้านการประเมินผลกระทบ

4.5 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

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



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2567/68

ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน

เป้าหมาย 100%



เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 – 2567/68

- พนักงานและคู่ค้าได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานความปลอดภัยร้อยละ 100
- ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน

ผลการดำเนินงาน 100%



VGI ตระหนักดีว่า ความรับผิดชอบต่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ต้น เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ VGI จึงมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่ไม่มีอุบัติเหตุ โดยใส่ใจต่อความปลอดภัยของพนักงานและสังคมเป็นหลัก โดยบริษัทฯ ดำเนินการเพื่อพัฒนาความปลอดภัย สุขภาพ และสวัสดิภาพของพนักงานในทุกสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง VGI จึงได้กำหนดนโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยซึ่งมีผลบังคับใช้กับพนักงาน ผู้รับเหมา และคู่ค้า รวมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยบริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยและเจ้าหน้าที่

ความปลอดภัยซึ่งมีหน้าที่บริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยขององค์กร ทั้งนี้ VGI ดำเนินการจัดการและพัฒนาระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยขององค์กรอย่างต่อเนื่องตามข้อกำหนดขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน ISO 45001 รวมไปถึงกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ทำการประเมินและจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานสำหรับธุรกิจสื่อโฆษณาเป็นประจำ โดยกระบวนการประเมินความเสี่ยงประกอบด้วย



ทั้งนี้ พนักงานสามารถรายงานเหตุการณ์และสถานการณ์อันตรายจากการทำงานได้ระหว่างการประชุมด้านความปลอดภัยประจำเดือน หรือสามารถจัดทำรายงานอุบัติการณ์เพื่อดำเนินการสืบสวนสอบสวนดังขั้นตอนที่กำหนดไว้ในระเบียบปฏิบัติงาน บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้พนักงานรายงานข้อกังวลที่เกี่ยวข้องกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยผ่านช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียนตามที่บริษัทฯ ได้กำหนดตามคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ โดยผู้รายงานจะได้รับการคุ้มครองจากการตอบโต้ อีกทั้งในสถานการณ์ที่เชื่อว่าจะก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือเจ็บป่วย พนักงานมีสิทธิหยุดงานและแจ้งให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไปได้

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กรเพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินด้านสุขภาพ เช่น วิกฤตโรคระบาดที่อาจทำให้ธุรกิจหยุดชะงักได้

นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ยังคาดหวังให้คู่ค้ารักษามาตรฐานการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยตามที่ประกาศผ่านจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง โดยความปลอดภัยและอาชีวอนามัยนั้นเป็นหนึ่งในเกณฑ์ที่บริษัทฯ ใช้ในการประเมินคู่ค้าในกระบวนการจัดซื้อและเป็นส่วนหนึ่งของข้อกำหนดในสัญญาการจัดซื้อจัดจ้าง

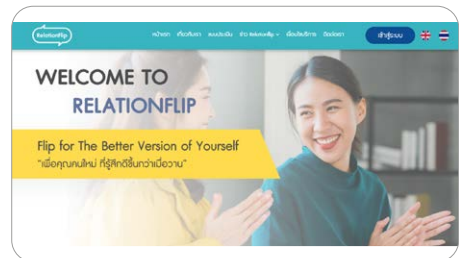


สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

วัฒนธรรมองค์กรด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

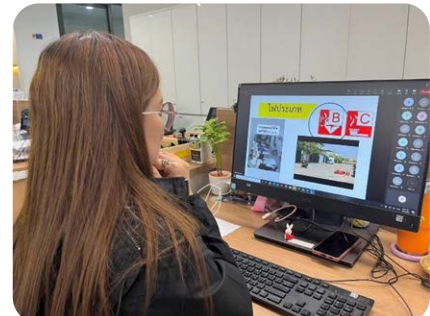
VGI มีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพให้แก่พนักงาน และเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ โดยประกอบไปด้วย การตรวจสุขภาพพนักงานประจำปี คลาสออกกำลังกาย ชมรมต่างๆ เช่น ชมรมวิ่ง โยคะ เต้นแอโรบิก มีการจัดตั้งเก้าอี้ในสำนักงานเพื่อคลายความเหนื่อยล้า

ของพนักงานระหว่างวัน รวมไปถึงคำนึงถึงสุขภาพจิตของพนักงานทุกคน จึงได้จัดทำโครงการปรึกษาจิตแพทย์ผ่านแอปพลิเคชัน Relationflip ที่พนักงานจะได้ทำแบบสอบถามเพื่อทราบถึงสุขภาพจิตปัจจุบันของตนเอง และหากต้องการปรึกษาแพทย์เพิ่มเติม ก็สามารถทำได้ทางออนไลน์โดยไม่มีค่าใช้จ่ายอีกด้วย



นอกจากนี้ VGI ยังจัดให้มีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เพื่อปลูกฝังความตระหนักและลดเหตุการณ์อันไม่พึงประสงค์ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการปฏิบัติงานที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง โดยหลักสูตรฝึกอบรมนี้จัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปีสำหรับพนักงานทุกคน ซึ่งมากกว่าความถี่ 2 ปี

อันเป็นข้อกำหนดตามกฎหมาย โดยในปี 2567/68 การอบรมหลักสูตร “ความปลอดภัยในการปฏิบัติงานในพื้นที่ของระบบรถไฟฟ้าบีทีเอส” มีผู้เข้าร่วมซึ่งประกอบด้วยพนักงาน 156 คน และผู้รับเหมา 89 คน รวมไปถึง VGI ยังจัดให้มีการฝึกอบรมหนีไฟให้แก่พนักงานทุกคนเป็นประจำทุกปีร่วมกับเจ้าของอาคารอีกด้วย โดยปีนี้มีผู้เข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 186 คน



4.6 ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณา

(GRI 3-3)



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

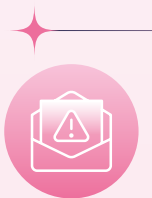
ความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณาและการโฆษณา

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

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะไม่นำเสนอเนื้อหาสื่อโฆษณาที่อาจเปรียบหรือก่อให้เกิดความวุ่นวายต่อกลุ่มเปราะบางอย่างกลุ่มเยาวชน เนื้อหาที่จะช่วยทำให้เกิดความขัดแย้งทางศาสนาและเชื้อชาติ และสื่อที่แสดงถึงความรุนแรงและภาพลามกอนาจาร นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ จะไม่แสดงเนื้อหาที่เบี่ยงเบนหรือเกินความจริงในลักษณะที่เป็นเท็จที่มีวัตถุประสงค์เพื่อหลอกลวงสังคม ทั้งนี้ ข้อความคำเตือนจะถูกนำเสนอสำหรับเนื้อหาสื่อโฆษณาที่อาจก่อให้เกิดความขัดเคืองหรือมีความรุนแรง เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลือกดู

ได้ตามความเหมาะสม และเพื่อให้สอดคล้องตามแนวทางการโฆษณานั้น บริษัทฯ จะตกลงตามข้อกำหนดและเงื่อนไขกับลูกค้าและแบรนด์ต่าง ๆ ในทุกการทำธุรกิจร่วมกัน และได้กำหนดให้มีขั้นตอนในการตรวจสอบเนื้อหาของสื่อโฆษณาโดยฝ่ายกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหานั้นสอดคล้องตามกฎหมาย แนวปฏิบัติ และข้อกำหนดของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในกรณีที่พบว่าเนื้อหาไม่เป็นไปตามแนวปฏิบัติของบริษัทฯ VGI ขอสงวนสิทธิ์ทั้งหมด เพื่อปฏิเสธที่จะเผยแพร่เนื้อหาสื่อโฆษณาดังกล่าว ดังข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ได้ตกลง

โดยในปี 2567/68 ที่ผ่านมานั้น บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการแจ้งเหตุเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม และไม่มีเหตุการณ์การเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิดที่เกิดขึ้น



0 ครั้ง

ไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการแจ้งเหตุเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านความรับผิดชอบในเนื้อหาสื่อโฆษณาและการโฆษณา

05

VGI กับความยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม

- 5.1 กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ
และการใช้พลังงาน
- 5.2 การจัดการของเสียและการบริหาร
จัดการน้ำ



5.1 กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศและการใช้พลังงาน

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



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2567/68

รักษาระดับการใช้พลังงานไฟฟ้าไม่ให้เพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐานปี 2562

เป้าหมาย 100%



เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 - 2567/68

- รักษาระดับการใช้พลังงานไฟฟ้าไม่ให้เพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐานปี 2562
- ใช้แพลตฟอร์มโฆษณาขององค์กรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายในการสร้างความตระหนักรู้แก่ประชาชนไม่น้อยกว่า 1 ล้านคนต่อปี

ผลการดำเนินงาน 100%



ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นปัญหาสำคัญระดับโลกอย่างปฏิเสธไม่ได้ VGI จึงมุ่งมั่นที่จะรับมือกับทั้งความท้าทายและโอกาสอันมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการอนุรักษ์พลังงาน โดยในฐานะผู้ให้บริการ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชันส์ VGI ไม่เพียงตั้งใจที่จะจัดการกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอันมาจากกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท เท่านั้น แต่ยังมุ่งมั่นเสริมสร้างความตระหนักรู้ในสังคมเกี่ยวกับความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านแพลตฟอร์มสื่อโฆษณาของบริษัทอีกด้วย โดย VGI ยึดการปฏิบัติตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมความมุ่งมั่นของบริษัท ที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในการดำเนินงาน ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงการอนุรักษ์พลังงาน พิจารณาการนำพลังงานสะอาดมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านการเผยแพร่รับทราบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสู่สาธารณะในช่องทางสื่อต่าง ๆ ของบริษัท อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ VGI ยังให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศนั้น อาทิ การเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนของสภาพอากาศที่รุนแรงและภัยธรรมชาติที่อาจส่งผลกระทบกับกิจกรรมทางธุรกิจของ VGI ได้ ดังนั้นเพื่อจัดการกับความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเหล่านี้ VGI

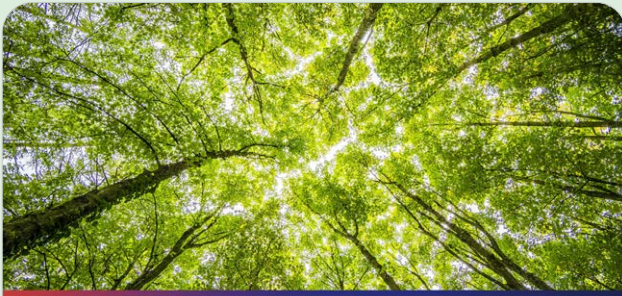
จึงดำเนินกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร เพื่อกบฏอนปัจจัยเสี่ยงที่มีอยู่และที่เกิดขึ้นใหม่อันเกี่ยวข้องกับผลกระทบของสภาพอากาศที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งบริษัทฯ ได้กำหนดแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กร รวมไปถึงแผนฟื้นฟูจากภัยพิบัติเพื่อจัดการกับเหตุการณ์สภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้
สำหรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม



ความเสี่ยงและโอกาสของบริษัทฯ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



TCFD Report 2024/25

VGI



Climate Risk Assessment Report 2024/25

VGI

VGI มีความตั้งใจที่จะจัดการกับความท้าทายและโอกาสที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ร่วมไปกับการสร้างความตระหนักรู้ทางสังคมเกี่ยวกับความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านช่องทางสื่อและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของบริษัทฯ VGI บริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพอากาศที่รุนแรง และภัยธรรมชาติที่อาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางธุรกิจ โดยได้เปิดเผยข้อมูลตามมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures หรือ TCFD) ซึ่งประกอบไปด้วย การประเมินความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

นอกจากนี้ VGI ยังมีแนวทางในการประเมินและจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ ผ่านการพิจารณา

ความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ และอาจก่อให้เกิดผลกระทบที่สำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ รวมถึงการดำเนินงานของตนเอง รวมทั้งคู่ค้าและลูกค้า โดยสามารถศึกษาได้เพิ่มเติมผ่านรายงานการประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Risk Assessment Report) ของ VGI



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับรายงาน TCFD



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับรายงาน
Climate Risk Assessment

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรในปี 2567/68

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
รวม Scope 1+2
5,339
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
(tCO₂e)

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
รวม Scope 1+2+3
16,326
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
(tCO₂e)

Scope 1 Emissions



270 tCO₂e

▶ กิจกรรมในองค์กรและยานพาหนะขององค์กร

Scope 2 Emissions



5,069 tCO₂e

▶ การใช้ไฟฟ้าขององค์กร

Scope 3 Emissions



10,987 tCO₂e

▶ กิจกรรมต้นน้ำและปลายน้ำ



Carbon Neutral

VGI มุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอย่างจริงจัง โดยในปีนี้ VGI ได้ทำการคำนวณ ทวนสอบ และขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร พร้อมทั้งได้รับการรับรองฉลาก Carbon Neutral จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. ติดต่อกันเป็นปีที่ 3 โดย VGI ได้ชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรผ่านการเข้าร่วมโครงการสนับสนุนคาร์บอนเครดิต ซึ่งมาจากโครงการผลิตพลังงานชีวมวลมิตรผล (ด้านช้าง) – ส่วนที่ 2 ของบริษัท มิตรผล ไบโอ-เพาเวอร์ (ด้านช้าง) จำกัด ที่ผ่านการรับรองจาก อบก.

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดหาพลังงานสะอาดจากแหล่งพลังงานหมุนเวียนร้อยละ 10 ของการดำเนินธุรกิจ โดยการใช้ใบรับรองเครดิตการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificates หรือ RECs) ซึ่งมาจากโครงการพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ของ บริษัท บีซีพีจี จำกัด (มหาชน)

VGI ปลูกป่าชายเลนและปล่อยปูสู่ทะเล



เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2567 ผู้บริหาร VGI พร้อมทั้งพนักงาน ได้ดำเนินการโครงการ “วีจีโอร่วมใจ ปล่อยปูสู่ท้องทะเล” และโครงการ “วีจีโอร่วมใจเพาะกล้าปลูกป่าชายเลน” ที่อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี เพื่อมุ่งมั่นเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับระบบนิเวศ

การลดการใช้ไฟฟ้าบนสถานีรถไฟ

VGI ประหยัดการใช้ไฟฟ้าจากสื่อโฆษณาของบริษัทฯ บนสถานีรถไฟฟ้ามหานคร โดยการใช้หลอดไฟ LED มาตั้งแต่ปี 2556 และดำเนินการปิดไฟหลังเวลาทำการ ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ถึง 4 ล้านบาทต่อปี

กิจกรรม “Turtle will be free, let’s join trip to the sea”

บริษัท ซูเปอร์ เทอร์เกิล จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วยพนักงานบริษัทฯ และตัวแทนลูกค้าร้านเทอร์เกิลร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมภายใต้ชื่อ “Turtle will be free, let’s join trip to the sea” เพื่อส่งน้องเต่ากลับคืนสู่ท้องทะเล ตลอดจนการร่วมทำความสะอาดบ่ออนุบาลเต่าทะเลเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนกลับคืนสู่ทะเล ณ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี โดยวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมดังกล่าว เพื่อเป็นการร่วมฟื้นฟูระบบนิเวศใต้ท้องทะเลของประเทศไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ รวมถึงเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหาร พนักงาน และลูกค้าร้านเทอร์เกิลผ่านการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ และลูกค้าร้านเทอร์เกิล



ได้ร่วมมอบเงินบริจาคที่ได้รับจากตู้บริจาคภายในร้านเทอร์เกิลทุกสาขาโดยไม่หักค่าใช้จ่าย เพื่อการพัฒนาศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือฯ จำนวน 50,000 บาท

5.2 การจัดการของเสียและการบริหารจัดการน้ำ

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



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน 2567/68

เปลี่ยนการนำขยะที่จะถูกฝังกลบหรือเผาทำลาย ด้วยการนำกลับมาใช้ประโยชน์ ร้อยละ 30 ของปริมาณขยะทั้งหมด

เป้าหมาย 100%



เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 2563/64 - 2567/68

- เปลี่ยนการนำขยะที่จะถูกฝังกลบหรือเผาทำลาย ด้วยการนำกลับมาใช้ประโยชน์ ร้อยละ 30 ของปริมาณขยะทั้งหมด
- สร้างคุณค่าให้ขยะโดยการเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีเป้าหมายในการลดปริมาณการสร้างขยะอย่างน้อยร้อยละ 10

ผลการดำเนินงาน 100%



VGI ให้ความสำคัญในการลดของเสีย การปฏิบัติด้านการจัดการของเสียที่สอดคล้องตามกฎหมาย และการนำเศษซากทั้งหมดเวียนมาใช้ในกิจกรรมทางธุรกิจ โดยตระหนักว่าการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพเป็นวาระสำคัญในการดำเนินธุรกิจเพื่อช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง ทั้งนี้ VGI มีความมุ่งมั่นในการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพและประยุกต์ใช้แผนเศรษฐกิจหมุนเวียนของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยของเสียที่เกิดจากการดำเนินงานของ VGI เองโดยทั่วไปแล้วจะเกิดจากกิจกรรมในสำนักงานที่ถูกกำจัดโดยฝ่ายบริหารอาคารตามข้อผูกพันในสัญญาและป้ายไวนิลที่ใช้แล้วที่เกิดจากธุรกิจสื่อโฆษณาของบริษัทฯ ซึ่งจะถูกจัดเก็บไว้ในพื้นที่หรือนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีระบบการกำกับและติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับของเสียโดยทั่วไป นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ยังปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการลดขยะตามหลักการ 3R คือ ลดของเสียให้น้อยที่สุด (Reduce) นำของเสียกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และนำไปผ่านกระบวนการหรือแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

หลักการลดของเสีย 3R ของ VGI



Reduce

การลดของเสียให้น้อยที่สุด



Reuse

การนำของเสียกลับมาใช้ใหม่



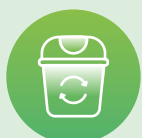
Recycle

การนำของเสียไปผ่านกระบวนการหรือแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่



สแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลการจัดการของเสียขององค์กรในปี 2567/68



62 ตัน

ปริมาณของเสียทั้งหมด
(ขยะอันตรายและขยะไม่อันตราย)



31%

ปริมาณของเสียที่นำกลับมา
ใช้ประโยชน์และเก็บไว้ภายในองค์กร



กิจกรรมการจัดการของเสีย

VGI ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการสนับสนุนการศึกษาไทย จึงได้ดำเนินการบริจาคอุปกรณ์ที่ใช้แล้วจากการจัดประชุมผู้ถือหุ้น ได้แก่ ป้าย Standee และวัสดุ Inkjet ให้กับโรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของนักเรียน อาทิ การตกแต่งห้องเรียน การจัดกิจกรรมในโรงเรียน และการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้อุปกรณ์ที่ยังคงมีสภาพดีได้รับการนำกลับมาใช้ใหม่อย่างเหมาะสม ลดปริมาณของเสีย และสร้างคุณค่าให้กับสังคมอย่างเป็นรูปธรรม



โครงการลดการใช้ขวดพลาสติก

VGI สนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมกันลดปริมาณขยะพลาสติกในองค์กร โดยได้จัดหาเครื่องกรองน้ำเพื่อให้พนักงานได้ดื่มน้ำสะอาด และรณรงค์ให้พนักงานหันมาใช้แก้วน้ำที่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้ เพื่อลดปริมาณขยะพลาสติก และเป็นส่วนช่วยในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอีกด้วย



การคัดแยกประเภทขยะ

VGI ทำการคัดแยกประเภทของขยะที่เกิดจากกิจกรรมภายในสำนักงานก่อนที่จะส่งกำจัดโดยฝ่ายบริหารอาคาร โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีถังขยะเฉพาะสำหรับขยะประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ขยะทั่วไป เศษอาหาร ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย ซึ่งบริษัทฯ รณรงค์การคัดแยกขยะเพื่อสร้างความตระหนักของพนักงานเกี่ยวกับความสำคัญของบทบาทและความร่วมมือในการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการอัพไซเคิลไวนิลจากป้ายโฆษณาที่ใช้แล้ว

VGI ยังคงอัพไซเคิลไวนิลที่ใช้แล้วจากป้ายโฆษณาตามความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการลดขยะโดยการประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยในปี 2567/68 ขยะไวนิลของ VGI ได้ถูกเปลี่ยนจากการถูกกำจัดไปเป็นการอัพไซเคิลเพื่อผลิตเป็นกระเป๋ากันน้ำ รวมถึงแจกให้แก่โรงเรียนในโครงการจิตอาสาต่าง ๆ ของ VGI จำนวนกว่า 300 ใบ ซึ่งนอกจากจะช่วยในการลดปริมาณขยะแล้ว ในการผลิตกระเป๋านั้น VGI ยังได้สนับสนุนให้ชุมชนมีรายได้ผ่านการจ้างงานชุมชนเพื่อผลิตกระเป๋ากันน้ำด้วย ซึ่งในปีที่ผ่านมา VGI ได้สนับสนุนชุมชนเป็นมูลค่ากว่าแสนบาท





ซูเปอร์ เทอร์เกิล ชวนรักษ์โลก ลดการใช้ Single-use Plastic

ซูเปอร์ เทอร์เกิล มุ่งมั่นในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและส่งเสริมการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมภายในร้านเทอร์เกิล จึงจัดแคมเปญโดยชวนลูกค้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการรักษ์โลกผ่านการนำแก้วส่วนตัวมาใช้บริการที่ Turtle Café ทุกสาขา และรับส่วนลด 5 บาท/แก้ว เพื่อช่วยลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) โดยสามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้กว่า 40 gCO₂e เป็นไปตามหลัก 3R (Reduce Reuse Recycle) ที่ถือว่าเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

การบริหารจัดการน้ำ

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจหลักของ VGI เป็นการให้บริการด้าน Offline-to-Online โซลูชันส์ จึงมีเพียงการใช้น้ำจากอาคารสำนักงานที่บริษัทฯ ตั้งอยู่เท่านั้น โดย VGI มีการสื่อสารแก่พนักงานเรื่องการประหยัดน้ำและใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ปริมาณการใช้น้ำของ VGI มาจากการใช้น้ำประปาทั้งหมด โดยในปี 2567/68 มีการใช้น้ำ 3,650 ลูกบาศก์เมตร

ปริมาณการใช้น้ำประปา ปี 2564/65 - 2567/68



2564/65
2,331
ลูกบาศก์เมตร



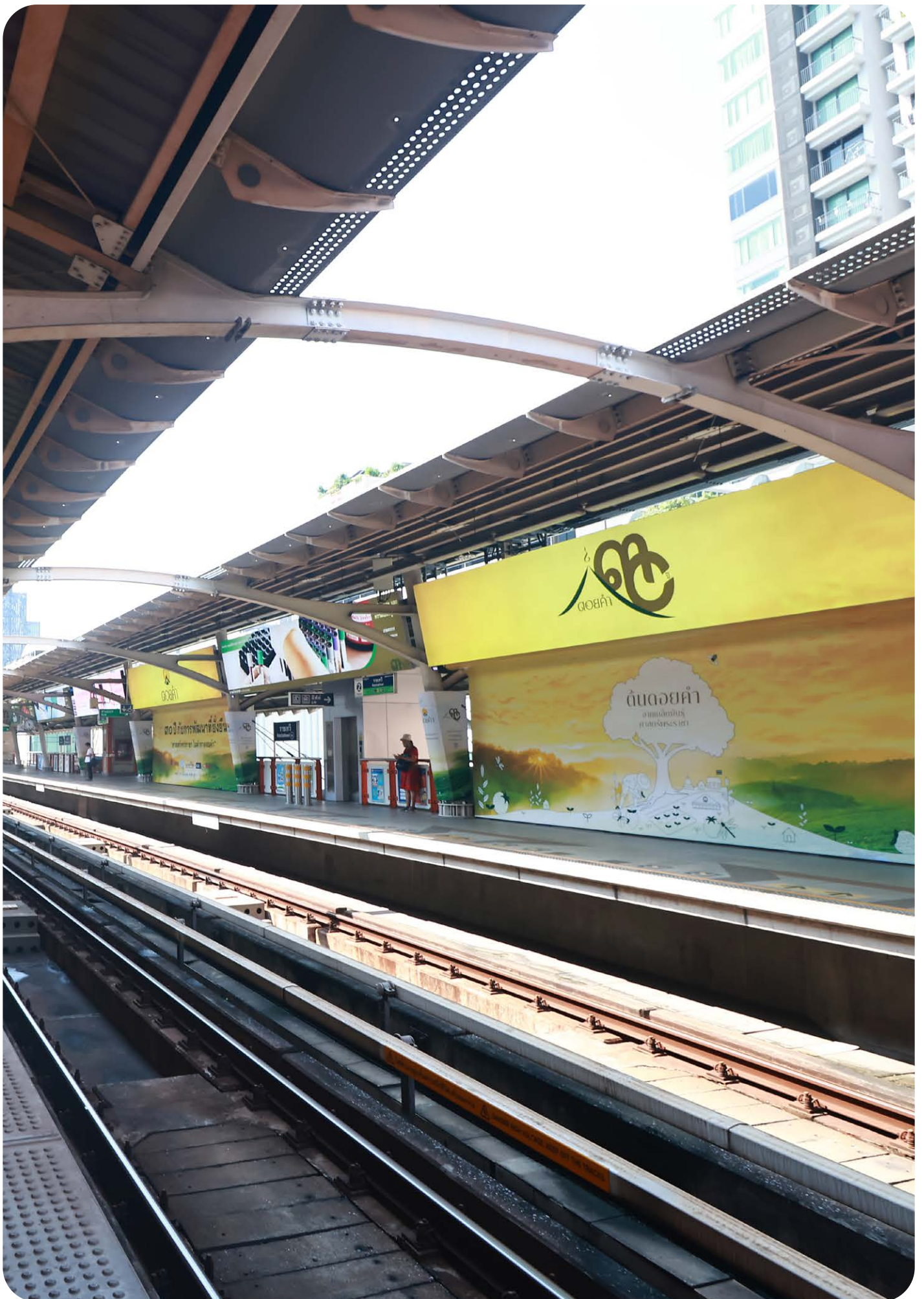
2565/66
2,303
ลูกบาศก์เมตร



2566/67
4,400
ลูกบาศก์เมตร



2567/68
3,650
ลูกบาศก์เมตร





The Company 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.



The world's most sustainable company in the Media, Movies, and Entertainment industry category for the 3rd consecutive year by S&P Global.



Certified as a member of the Thai Private Sector Anti-Corruption Coalition (CAC) since 2014.



Received an "Excellent" Corporate Governance scoring for the 9th consecutive year in 2024 by the Thai Institute of Directors (IOD).



Honoured with a 4-year inclusion within the SET ESG Ratings with an "AA" score in the Services group in 2024.



Included in the SET100 Index from January to March 2025 and included in the SET50 Index in April 2025 by SET.



Included in the MSCI Small Cap Indices for the 5th consecutive year by the Morgan Stanley Capital International (MSCI) index.



Certified with the Carbon Neutral label from the Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) for the 3rd consecutive year. VGI is the first and only Carbon Neutral media company in Thailand.



SUSTAINABILITY REPORT 2024/25

VGI PUBLIC COMPANY LIMITED

TABLE OF CONTENTS

01

INTRODUCTION

1.1 About This Report	80
1.2 Message From the Chairman	82
1.3 Ambition and Strategy	84
1.4 VGI Ecosystem and Value Chain	86

02

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AT VGI

2.1 Materiality Assessment	90
2.2 Stakeholder Engagement	94
2.3 Sustainable Development Policies and Goals	97
2.4 Sustainability Awards and Achievements in 2024/25	100

03

GOVERNANCE AND ECONOMIC SUSTAINABILITY

3.1 Corporate Governance and Business Conduct	103
3.2 Risk and Crisis Management	110
3.3 Supply Chain Management	115
3.4 Innovation	120
3.5 Information Technology Security and Personal Data Privacy	122

04

SOCIAL SUSTAINABILITY

4.1 Customer Relationship Management	126
4.2 Human Resources Development and Well-Being	129
4.3 Human Rights	134
4.4 Social and Community Development	137
4.5 Occupational Health and Safety	141
4.6 Responsible Advertising and Media Content	143

05

ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

5.1 Climate and Energy Strategy	145
5.2 Waste and Water Management	148

06

SUSTAINABILITY PERFORMANCE

6.1 Sustainability Performance Report	152
6.2 GRI Content Index	153
6.3 Independent Assurance Statement	154
6.4 Reader Opinion Survey	156

01

INTRODUCTION

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





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 2024/25 Sustainability Report encompasses the Company’s economic, social and environmental performance between April 1st, 2024 to March 31st, 2025.

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 interest. 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 2024/25 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. Moreover, this Sustainability Report has been reviewed and approved by the Company’s Board of Directors.

In this regard, more details about VGI’s business nature, management structure, corporate governance, risk management, internal control, internal audit and overall performance can be found 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)

VGI commits to operating our business under the vision of being “The Pioneering Solutions for Tomorrow,” placing importance on building a flexible, interconnected business ecosystem that meets the needs of modern consumers. With sustainability at our core, VGI is committed to delivering cutting-edge experiences through technology and innovation across all our business segments, including the advertising business which offers creative and effective marketing solutions through out-of-home and online media; the digital services business, which has been enhanced and expanded to drive consistent sales growth; and the distribution business, which is growing through branch expansion, the development of commercial spaces and the continuous introduction of new products to consumers. In parallel, VGI remains committed to the O2O (Offline-to-Online) marketing strategy, which serves as a key foundation for integrating the physical and digital worlds into one seamless experience in order to respond to the rapid pace of technological transformation, particularly the growing role of artificial intelligence (AI), which is transforming the global economy and consumer behavior. Through this flexible and continuously evolving approach, VGI is well-positioned to adapt and steadily navigate ever-changing challenges.

In addition, the Company continues to drive the organisation toward sustainable growth through using the Sustainable Development Goals (SDGs) as the main framework for innovation and ethical business planning, building strong partnerships, listening to and engaging with stakeholders across all dimensions of the value chain. We also operate with social, community and environmental responsibility under the principles of good governance, transparency and fairness to foster long-term trust and reflect VGI’s commitment to creating true, positive impact. This year, VGI has conducted an impact valuation to assess the impact of our business activities on people and the environment, helping the Company understand qualitative impact and use this information to develop strategies that address current and future global changes, as well as the consideration of

environmental crises that may affect all sectors. Accordingly, VGI has set short-, medium- and long-term sustainability goals as a strategic direction for conducting business in alignment with global circumstances and trends.

VGI is committed to continuously developing and enhancing energy efficiency in our operations to achieve tangible reductions in greenhouse gas emissions. We have been certified as “carbon neutral” for the 3rd consecutive year and have maintained a 10 percent share of clean energy usage through the purchase of and investment in Renewable Energy Certificates (RECs). These efforts underscore VGI’s position as an active contributor to the national goals of achieving carbon neutrality by 2050 and net-zero greenhouse gas emissions by 2065, in alignment with Thailand’s commitments under the Paris Agreement, which is the United Nations’ global climate accord.

With our strong dedication to sustainable development, VGI has earned international recognition, having been selected for inclusion in the Sustainability Yearbook 2025 by S&P Global for the 4th consecutive year, as well as maintaining our top position as the world’s number one company in the media, movies and entertainment industry category for the 3rd consecutive year. Additionally, VGI received an AA rating in the SET ESG Ratings from the Stock Exchange of Thailand, and was awarded an “Excellent” (5-star) rating for corporate governance by the Thai Institute of Directors Association (IOD) for the 9th consecutive year.

VGI remains firmly on the path toward a sustainable future, driven by responsibility, commitment and a clear vision to truly create shared value for society and the planet.



Keeree Kanjanapas

Chairman of the Board of Directors



1.3 AMBITION AND STRATEGY

(GRI 2-23)

Vision

Pioneering Solutions for Tomorrow

Mission

- 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

Strategy

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.

Organisational Values

Solutions

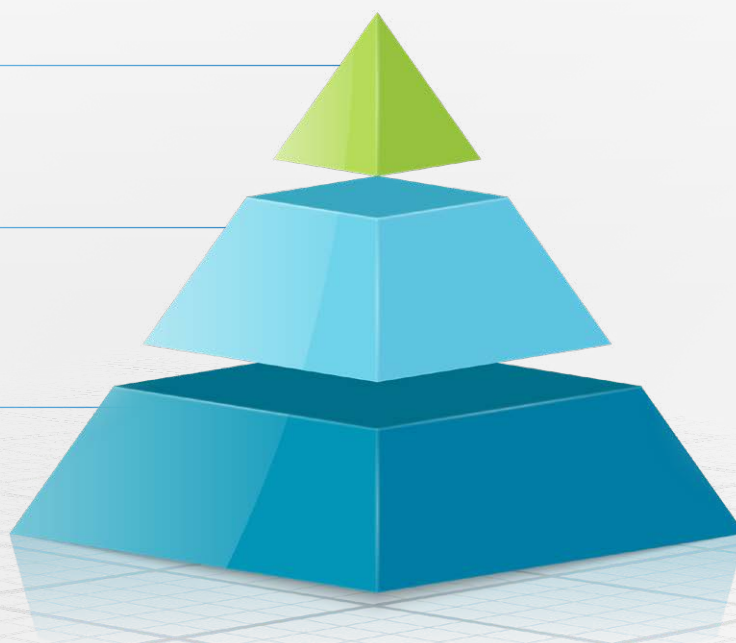
Offline-to-Online

Connector

Data

Platform

- Advertising
- Digital Services
- Distribution





V

VALUES

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

G

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.

I

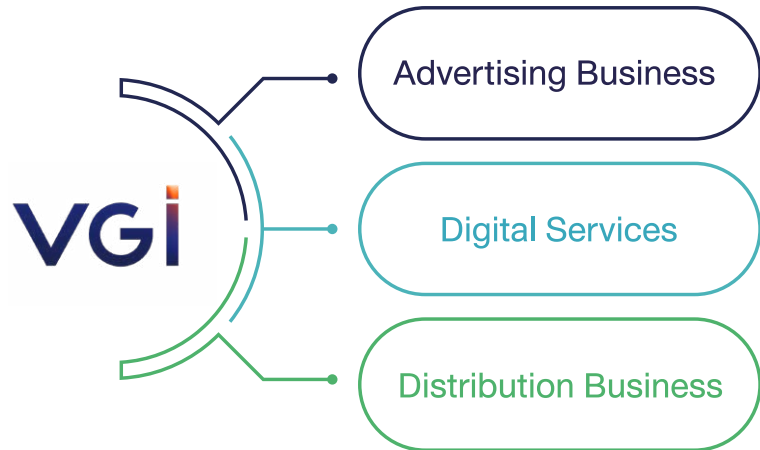
INNOVATION

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.

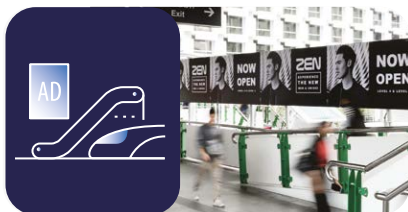
1.4 VGI ECOSYSTEM AND VALUE CHAIN

(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. Moreover, the Company is committed to growing the business in parallel with taking into account the 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, including more than 3,600 static displays and over 4,200 digital screens in trains and on stations, which have high potential to reach and communicate with millions of media audiences using urban public transport, as well as all target consumer groups.



Office Media

VGI was granted exclusive rights to distribute advertising media within a network of over 221 office buildings in Bangkok, in addition to over 1,908 screens in elevators, which can distribute advertising and reach large groups of office workers.



Outdoor Media

Outdoor media is managed through ROCTEC Global Public Co., Ltd. ("ROCTEC") and PlanB Media Public Co., Ltd., which covers areas across the country, reaching large audiences of advertising media and helping to effectively create awareness and brand recognition.

Digital Services



Cashless Payment

There are offline and online payments on the mass transit system and leading retail stores nationwide. Currently, there are approximately 20 million users of Rabbit Card and co-branded cards users, with over 2,700 partner brands from various businesses, enabling Rabbit Card users in making numerous types of payments.



Rabbit Care

A leader in online insurance (InsurTech) and financial products (FinTech) comparison platform in Thailand



Rabbit Cash

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



Distribution Business



Super Turtle Public Company Limited ("TURTLE")

TURTLE, a retail service provider in the mass transit system, operates as a retailer under the Turtle brand and exclusively manages leasing spaces at BTS Skytrain stations. On June 22, 2023, TURTLE received the operational rights from VGI, covering the management of 31 stations. This includes 24 stations on the main Green Line Skytrain network (from Mo Chit Station to On Nut Station) and 7 stations on the Green Line Extension 1 (from Krung Thonburi to Bang Wa). TURTLE has also entered into a lease agreement with Eastern Bangkok Monorail Co., Ltd., covering 3 stations on the Yellow Line Skytrain.



Fanslink Communication Company Limited ("Fanslink")

Fanslink is a leader in multi-platform branded product management, providing comprehensive services and go-to-market strategy consulting for brands, in addition to distributing leading branded products including pet care, health and beauty products, as well as various smart home devices.



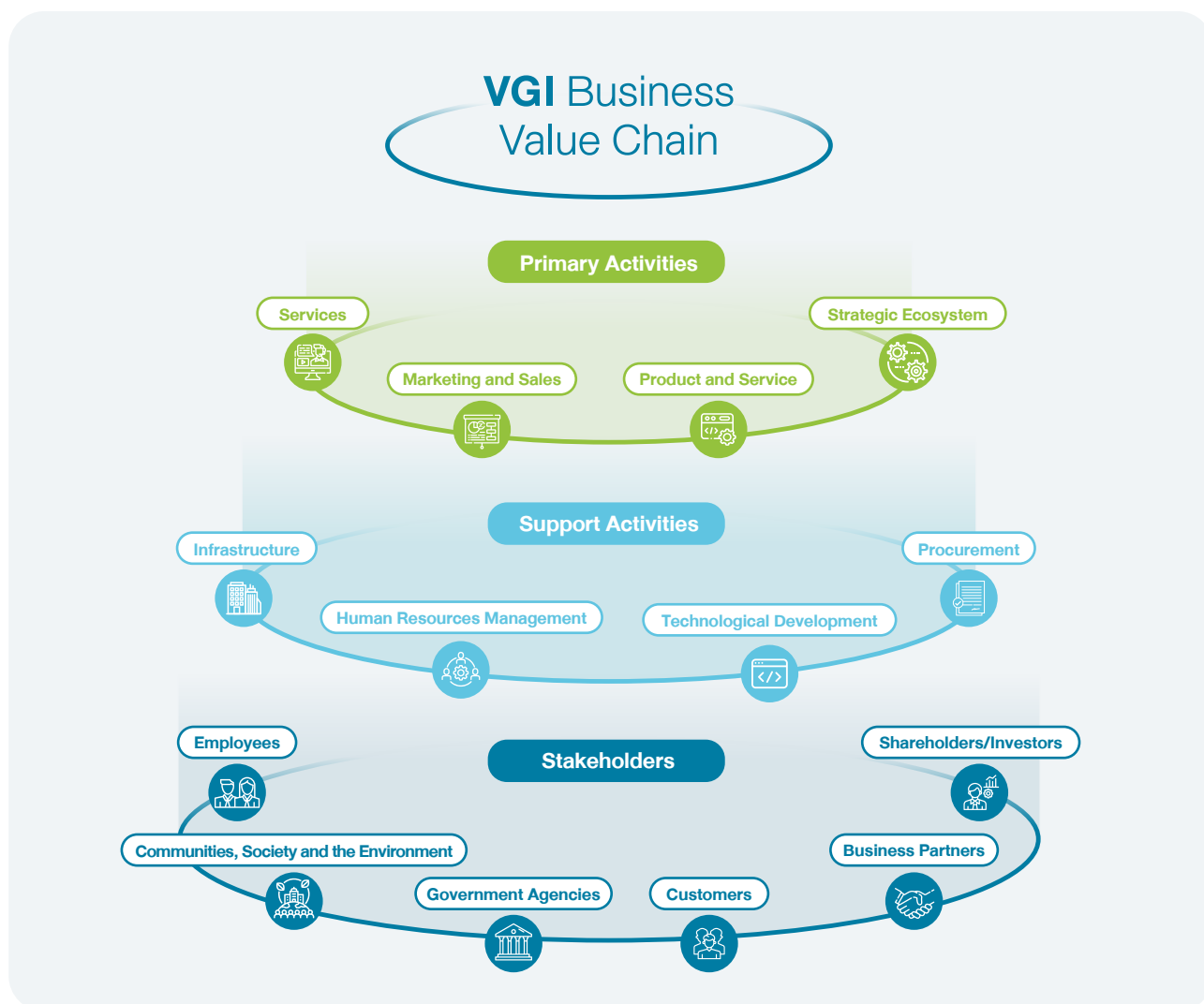
VGI Value Chain

(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 their 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, retailer and managing leasing spaces on BTS SkyTrain stations, multi-platform brand management and distribution for products from China's leading brands. In addition, VGI's payment service business also boosts our distribution business by offering cashless payment services to consumers.



02

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AT VGI

- 2.1 Materiality Assessment
- 2.2 Stakeholder Engagement
- 2.3 Sustainable Development Policies and Goals
- 2.4 Sustainability Awards and Achievements in 2024/25



2.1 MATERIALITY ASSESSMENT

(GRI 3-1)

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

value chain towards stakeholder groups. The criterion for assessing the impacts is based on VGI's Enterprise Risk Management criteria, therefore issues can later be integrated when assessing the Company's risk factors.

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

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
- Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
- SET ESG Ratings Index
- Global trends in various areas significant to businesses in the same industry

2. Identification of Actual and Potential Impacts



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



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.

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. 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)	 	 
3. Risk and Crisis Management	Management of Material Topics (GRI 3-3)	 	 
4. Innovation	Management of Material Topics (GRI 3-3) Waste (GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5)		
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)	 	 
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 403-6, 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 202-4) Emission (GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-5)	 	 
13. Waste and Water Management	Management of Material Topics (GRI 3-3)	 	 

Remark:  Positive Impact  Negative Impact

Material Issues by Impact Level

Positive Impact Level on Material Issues

Major



Responsible Advertising and Media Content



Information Security and Data Privacy



Customer Relationship Management



Corporate Governance and Business Conduct

Moderate



Risk and Crisis Management



Occupational Health and Safety



Human Rights



Supply Chain Management



Climate and Energy Strategy

Minor



Human Resources Development and Well-Being



Innovation



Waste and Water Management



Social and Community Development

Negative Impact Level on Material Issues

Major



Responsible Advertising and Media Content



Information Security and Data Privacy



Customer Relationship Management

Moderate



Occupational Health and Safety



Corporate Governance and Business Conduct



Risk and Crisis Management



Human Rights



Supply Chain Management



Climate and Energy Strategy

Minor



Human Resources Development and Well-Being



Waste and Water Management



Innovation



Social and Community Development

Sustainability Material Issues



Governance and Economic Dimension

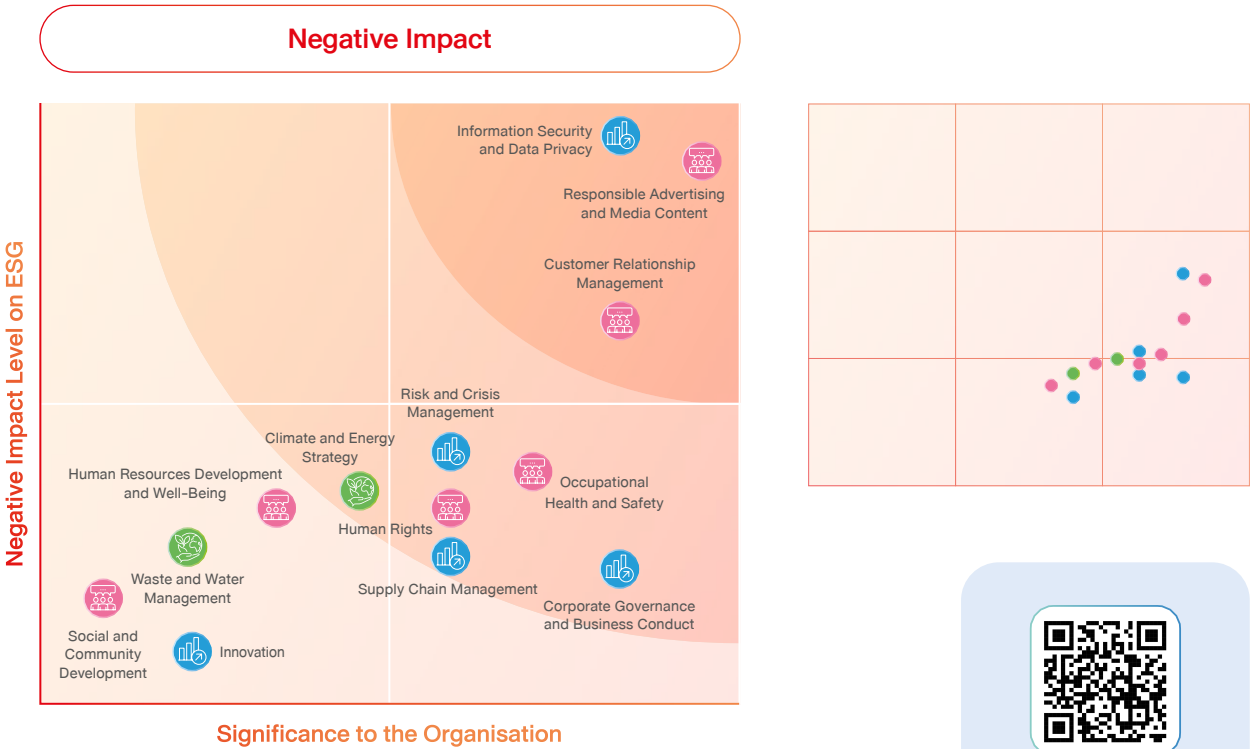
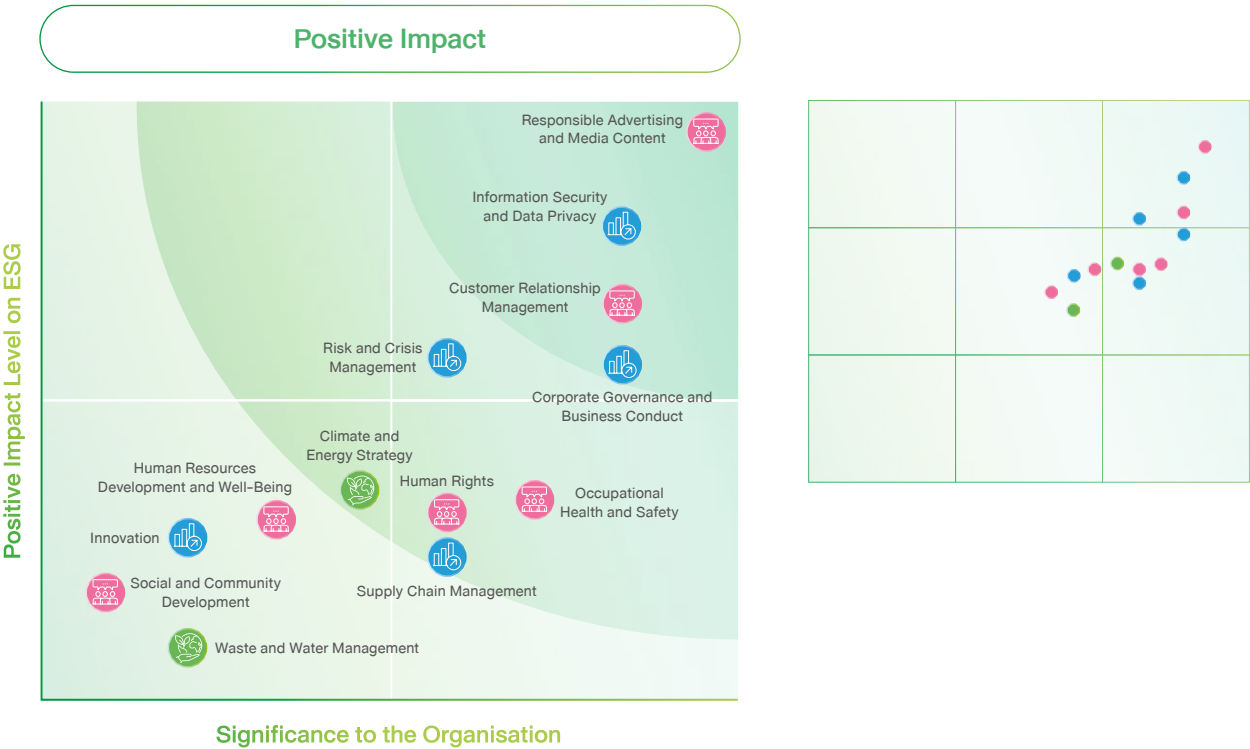


Social Dimension



Environmental Dimension

Double Materiality Results



Sustainability Material Issues



Governance and Economic Dimension



Social Dimension



Environmental Dimension



Please scan QR code for Materiality Report.

2.2 STAKEHOLDER ENGAGEMENT

(GRI 2-12, 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 Stakeholder Engagement Policy has been established as a guideline for identifying stakeholders, indicating key materiality issues and developing stakeholder engagement, 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:



 Shareholders/ Investors	Communication and Engagement Channels  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 management and protection of shareholder rights during the COVID-19 pandemic crisis
	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



Employees

Communication and Engagement Channels

-  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 85 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 programmes to enhance employee capabilities
-  Provide employee support measures and programmes to foster employee health and well-being



Customers

Communication and Engagement Channels

-  Annual satisfaction survey
-  Build customer relations, e.g. organising activities to strengthen relations with customers
-  Collect complaints, suggestions and comments via complaint channels
-  Provide 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 98 percent
-  Continuously develop products and gain external recognition



Business Partners

Communication and Engagement Channels

-  Suppliers' selection process and performance assessment
-  Meet 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 operations
-  Suppliers receive safety training prior to performing work.



Government Agencies

Communication and Engagement Channels

-  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



Communities, Society and the Environment

Communication and Engagement Channels

-  Communication platforms including whistleblowing channel
-  Organise activities with communities
-  Organisational management that considers environmental protection
-  Use of advertising platforms to publicise news that is 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 environment and societal development



Please scan this QR code
for Stakeholder Engagement Policy.

2.3 SUSTAINABLE DEVELOPMENT POLICIES AND GOALS

VGI is committed to conducting business with responsibility towards sustainability issues in order to maximise benefits for all stakeholders throughout the value chain. The Company follows the principle of sustainable development in accordance with the Sustainable Development Policy, which covers operational guidelines in 7 major areas 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 for overseeing compliance with policies, manuals and guidelines.

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 Sustainability 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.



Please scan this QR code for the Sustainable Development Policy.



VGI has also set economic, social and environmental sustainability goals to support the Company's commitment to sustainability. This year, VGI has revised 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	Short-Term New Targets 2030/31	Mid-Term New Targets 2040/41	Long-Term New Targets 2050/51	SDGs
 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			 
 Supply Chain Management	- All suppliers acknowledge the Supplier Code of Business Conduct for ESG dimensions - Critical 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		    
 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			 
 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% - No complaints from customers regarding advertising media and customer service	- Customer satisfaction rate at 96% - No complaints from customers regarding advertising media and customer service	- Customer satisfaction rate at 97% - No complaints from customers regarding advertising media and customer service	   
 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	Short-Term New Targets 2030/31	Mid-Term New Targets 2040/41	Long-Term New Targets 2050/51	SDGs
 Occupational Health and Safety	- All employees and suppliers attend training in accordance with safety standards - No work-related accidents			 
 Human Rights	No discrimination or harassment incidents			 
 Social and Community Development	At least 20 social and community projects/activities from 2025 - 2030	At least 40 social and community projects/activities from 2025 - 2040	At least 60 social and community projects/activities from 2025 - 2050	     
 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 2024/25 performance - Reduce 10% of scope 3 emissions based on 2024/25 performance	- Reduce 42% of scopes 1 and 2 emissions based on 2024/25 performance - Reduce 25% of scope 3 emissions based on 2024/25 performance	- Reduce 90% of scopes 1 and 2 emissions based on 2024/25 performance - Reduce 90% of scope 3 emissions based on 2024/25 performance	        
 Waste and Water Management	Reduce general waste generation to landfill or incineration by 30% of total waste based on 2024/25 performance	Reduce general waste generation to landfill or incineration by 40% of total waste based on 2024/25 performance	Reduce general waste generation to landfill or incineration by 50% of total waste based on 2024/25 performance	      

2.4 SUSTAINABILITY AWARDS AND ACHIEVEMENTS IN 2024/25

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 3rd 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 4th 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.



VGI has been included in the SET ESG Ratings 2024 with an "AA" rating under the Services Industry by the Stock Exchange of Thailand (SET), underscoring the Company's commitment and determination in the pursuit of sustainable business operations, as well as consistent prioritisation of all stakeholders and readiness to be a part in driving society toward sustainability alongside good business conduct.



VGI has been certified with the Carbon Neutral label from the Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) or TGO for the 3rd consecutive year, making VGI the first and only carbon neutral media company in Thailand. The Company's greenhouse gas emissions are offset through participation in a carbon credit support programme certified by the TGO. In addition, VGI also procures clean energy from renewable sources for 10 percent of our business operations using Renewable Energy Certificates (RECs).



VGI is awarded a certificate from the Carbon Footprint Organisation Platform Testing Project by the Thailand Greenhouse Gas Management Organization (TGO) in the project's concluding seminar. VGI is among 45 pilot organisations selected to participate in the aforementioned project, which enables organisations to calculate their greenhouse gas emissions more conveniently, quickly and accurately by utilising the platform developed by TGO, and to further advance their operations to effectively become a Net Zero organisation.

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 9 consecutive years.



VGI and Super Turtle Public Co., Ltd. received the Climate Action Leaders Recognition Certificates from the Advisor to the Minister of Natural Resources and Environment on March 27th, 2025, at the Climate Action Forum held at the United Nations, Thailand. A total of 50 private sector organisations were recognised as a “Sustainability Partner” from Sustainism (stnsn.org), a global collaborative initiative aimed at systematically advancing policies and missions for climate and environmental restoration. The recognition is supported and endorsed by AFMA (Agricultural and Food Marketing Association for Asia and the Pacific – UN FAO)



in collaboration with Sustainism, a sustainability partnership network dedicated to fostering alliances under the principle of SDG 17: Partnerships for the Goals.



Super Turtle Public Co., Ltd. has received the certificate for re-certification as a member of the Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC) for the second consecutive time in 2024 at the “CAC Certification Ceremony 2/2024: Navigating ESG: The Power of Integrity” at Siam Kempinski Hotel Bangkok. This demonstrates the company’s commitment to prioritising and adhering to policies and practices against bribery and corruption, operating its business with honesty, integrity, transparency and verifiability.

Rabbit Cash Co., Ltd. received the Thailanders Best Sources of Fund Sustainability for Digital Lending Service at the Thailanders Top Business Organizations & Social Impact Sustainability Awards 2024, underscoring the organisation’s vision in management and emphasising sustainability that benefits the national economy. Rabbit Cash is an organisation that plays an important role in sustainably driving the economy and society by creating financial tools that will help organisations take care of and assist employees. The main objective is to help those who are in financial trouble access sources of funds easily, conveniently, quickly and without checking credit bureaus through online channels 24 hours a day.



Super Turtle Public Co., Ltd. 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 6 consecutive years.

03

GOVERNANCE AND ECONOMIC SUSTAINABILITY

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



3.1 CORPORATE GOVERNANCE AND BUSINESS CONDUCT

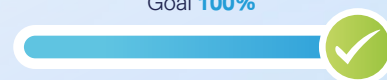
(GRI 2-9, 2-26, 3-3, 205-2, 205-3, 415-1)



Progress Towards 2024/25 Goals

All Company employees attended the business ethics training.

Goal **100%**



Long-Term Sustainable Development Goals from 2020/21 - 2024/25

- All Company employees attended the business ethics training.
- No significant warning or audit from regulators
- “Excellent” rating in corporate governance scoring

Performance **100%**



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.

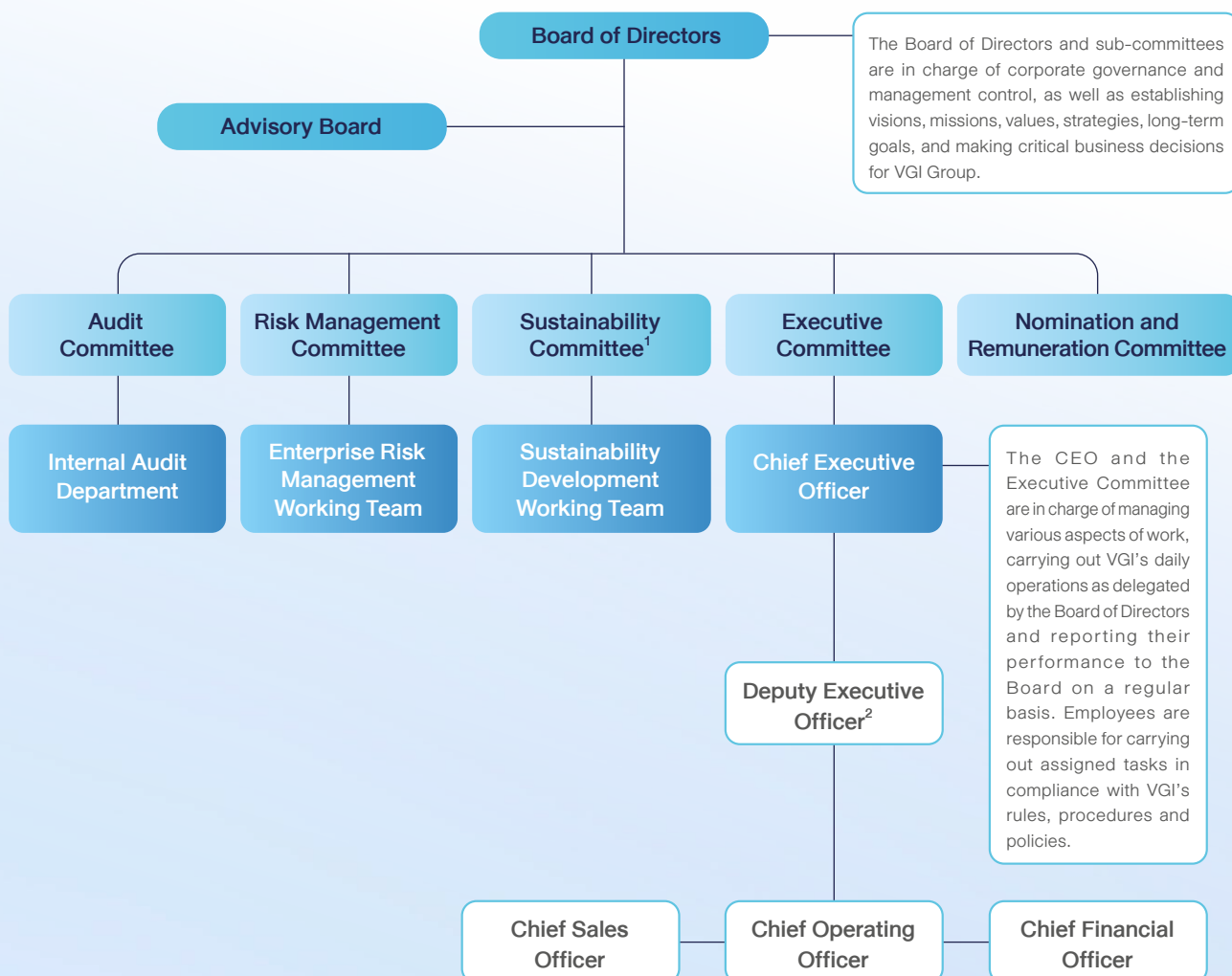


Please scan this QR code for the Corporate Governance Policy and Code of Conduct.



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.



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 2024/25 training, with 100 percent of the employees passing the assessment with an average score of 9.7/10.

Anti-Corruption

VGI is committed to fighting against corruption and all forms of bribery. We also encourage 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 our business following anti-corruption guidelines and communicates the No Gift 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 2017, 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.



Please scan this QR code
for Anti-Corruption Measures.

Complaint Channels

VGI encourages employees and stakeholders to engage in monitoring the Company's compliance to 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 them, 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.

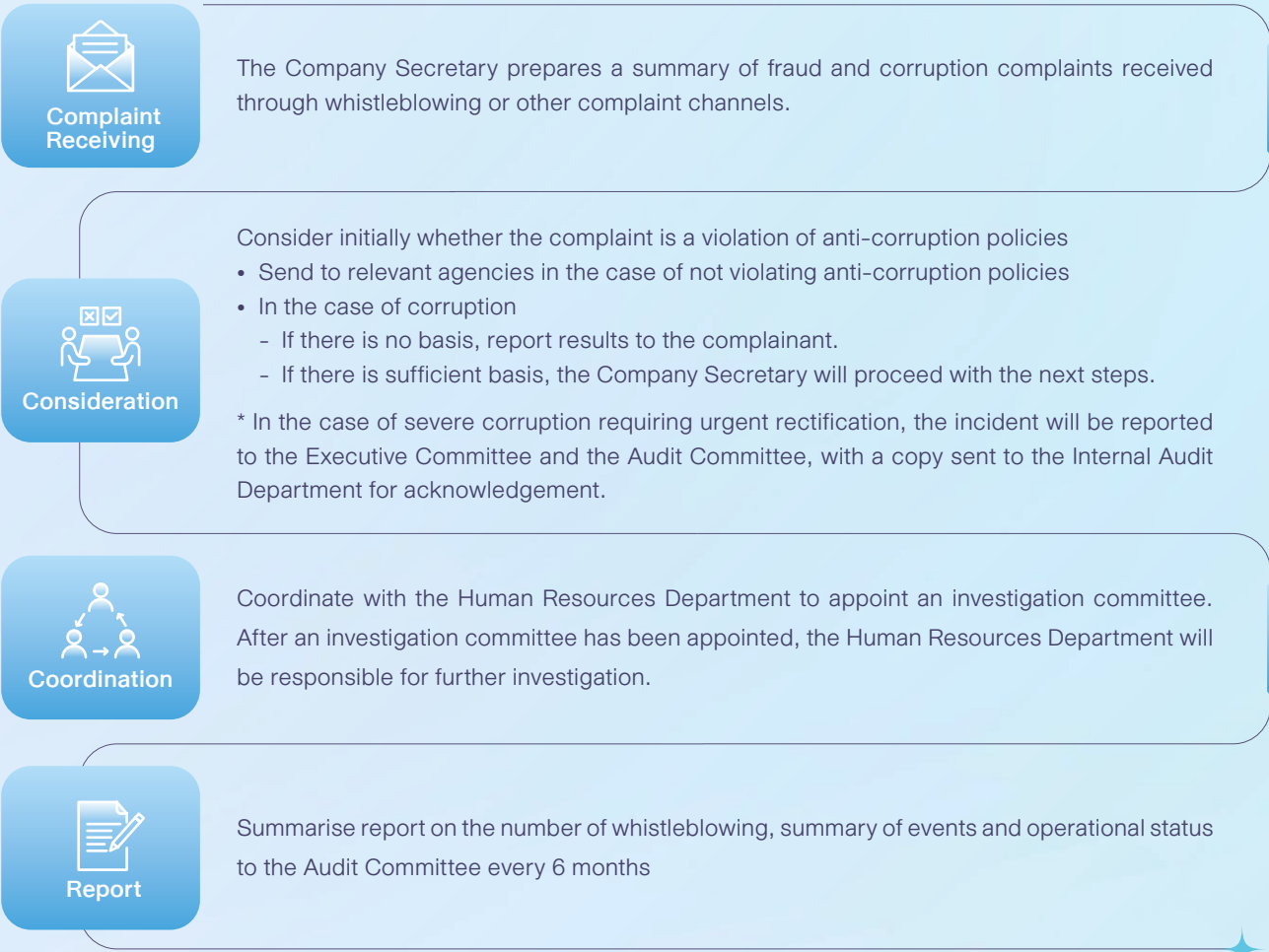
External Channels

- 1 Company Secretary 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) 2080 1000 ext. 205 or 180
 -  **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



Details on the complaint receiving process, investigation procedures and whistleblowing channels can be referred to further in the Anti-Corruption Measures. In FY 2024/25, VGI did not receive any reports, whistleblowing or complaints in regard to corruption.

 Number of Complaints 0 Complaints	• Legal Proceeding • Business Integrity • Conflict of Interest • Human Rights (i.e., discrimination and harassment) • Violation of Customers' Data Privacy • Money Laundering or Insider Trading • Environment, Occupational Health and Safety
 Complaint Processing 0 Complaint Processing	• Verbal Warning • Written Warning • Contract Termination • Pending Investigation

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 2024/25, 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			
					2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
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	80,630	69,846	32,433.73	219,158.88
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	30,750	26,750	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	0	12,500	0	0



Type	Organisation	Topic	VGI's Role		Contribution Amount			
					2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
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	0	224,415.89	10,000
Trade Association	Digital Advertising Association (Thailand)	Media Practices	Support for activities	Support the organisation's activities	0	0	6666.64	0
Trade Association	Personnel Management Association of Thailand	Promote management excellence of Thai organisations	Support for activities	Institution for the latest development in advanced managerial concepts and knowledge sharing opportunities for business and public policy to create better understanding and cooperation in driving management excellence, which ultimately contributes to improving Thailand's competitiveness on the international stage in the long run	0	0	51,478.52	23,500
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	0	50,000	0
Total contributions and other spending					111,380	109,096	389,994.78	277,658.88



3.2 RISK AND CRISIS MANAGEMENT

(GRI 2-12, 3-3)



Progress Towards 2024/25 Goals

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

Goal **100%**



Long-term sustainable development goals from 2020/21 – 2024/25

- Risk management training was provided for employees throughout the Company to enhance risk culture.
- Risk management is carried out in accordance with the COSO – ERM 2017 framework.

Performance **100%**



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 Organizations 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.

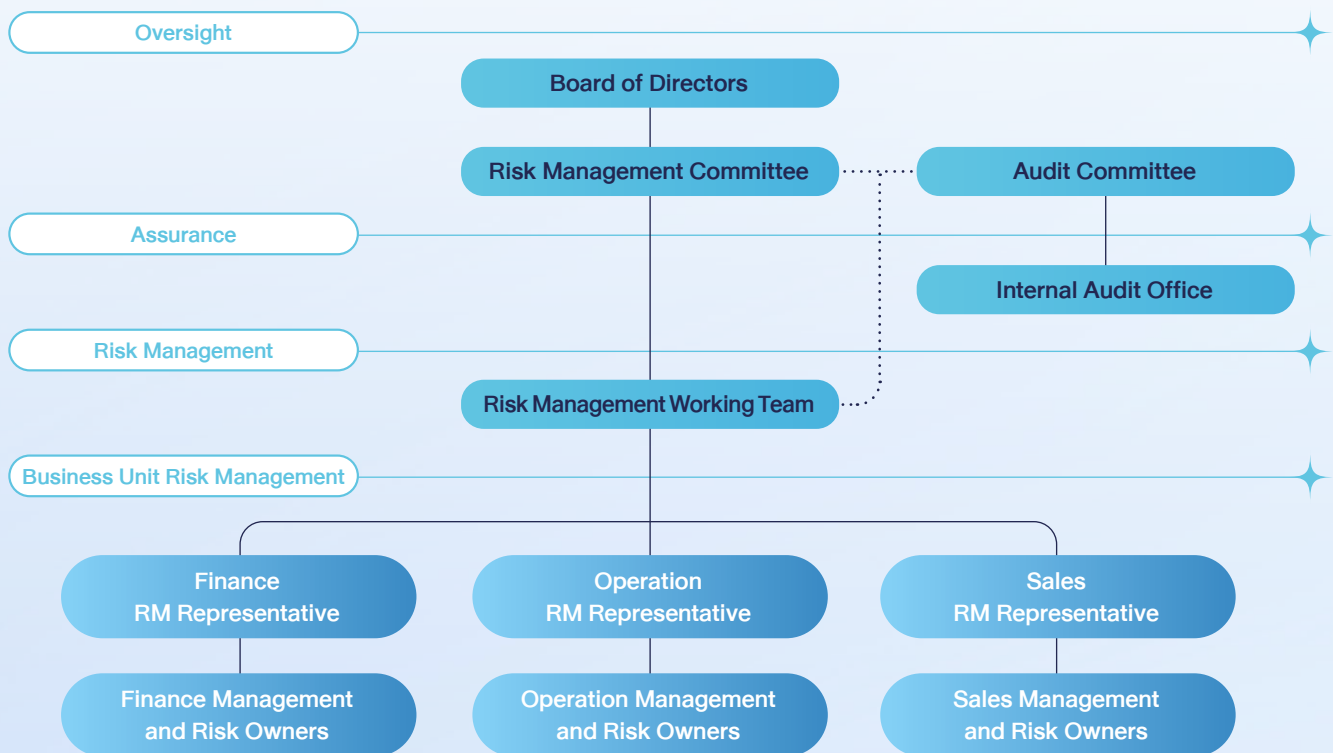


Please scan this QR code for Risk Management Policy.



Please scan this QR code for Enterprise Risk Management Policy.

Risk Management Structure



Risk Management Process

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

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

Key Enterprise Risks



Risk Management Process



Emerging Risks

VGI is dedicated not only to managing significant risks but also to implementing guidelines and measures to promptly address and respond to emerging risks. Each year, the Company conducts thorough reviews of emerging risk issues and trends that could impact or present business opportunities. In FY 2024/25, the Company has identified 5 business-related risks as follows:



Severe Air Pollution in Metropolitan Area

Environmental

Significant

Long-Term (3 - 5 years)

Emission and dispersion of harmful materials into the air stemming from human activity such as PM 2.5, resulting in impacts to peripheral vision and human health, financial loss and/or damage to ecosystems. Metropolitan areas such as Bangkok suffer from pollution issues such as an increased volume of 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.

Impact

Media exposure in public areas can be impacted by 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.

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.



Intensive Cyber Insecurity

Technological

Significant

Long-Term (3 - 5 years)

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 the Group's business ecosystem are used, as well as the possible transition to more online advertising, there is a risk that cyberattack threats 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.



Talent and/or Labour Shortage in Data and Digital Domains

Social

Significant

Long-Term (3 - 5 years)

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.



Adaptation Unreadiness From Climate Transition Risks

Environmental

Significant

Long-Term (3 - 5 years)

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

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

The Company has committed to reduce greenhouse gas emissions and has already been certified as Carbon Neutral by the Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization), as well as continuing to procure clean energy from renewable sources for at least 10 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.





U.S. Political Shifts and Global Trade Risks

Geopolitical

Significant

Long-Term (3 - 5 years)

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.

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.

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.

Risk Culture

Risk culture is a core value of effective corporate risk management. VGI aims to strengthen its corporate risk management throughout the organisation and expects employees at all levels to be responsible for risk management in our daily business operations. In FY 2024/25, VGI conducted training regarding risk management to deepen acknowledgement and knowledge towards risk management for 37 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)



Progress Towards 2024/25 Goals

100% of the Company's significant suppliers are assessed for economic, social and environmental risks.

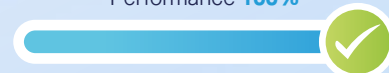
Goal **100%**



Long-Term Sustainable Development From 2020/21 - 2024/25

- 100% of Critical Tier 1 suppliers are assessed for economic, social and environmental risks.
- 100% of the Company's suppliers sign acknowledgement of the Supplier Code of Business Conduct, which addresses operational issues across economic, social and environmental dimensions.
- Zero supplier fatalities

Performance **100%**



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 Conduct and Procurement Policy to ensure no breaches in ESG requirements for approved suppliers. Furthermore, VGI provides training to the Procurement Department and relevant teams to understand how their daily roles and responsibilities contribute to the Company's sustainability goals in supply chain management.

Please scan this QR code
for the Procurement Policy.



Supplier Code of Business Conduct

VGI has developed the Supplier Code of Business Conduct to communicate the Company's commitment to treating 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 our suppliers within 30 days. In FY 2024/25, there were no late payments to suppliers.



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



Supplier Risk Assessment and ESG Integration

VGI's supply chain management consists of the classification and screening of products 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.



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 Self-Assessment Questionnaire (SAQ) to identify significant suppliers, which will be evaluated further, including environmental, social, governance and business issues.





Supplier Screening

VGI suppliers are subjected to signing 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 Self-Assessment Questionnaire (SAQ) to identify significant suppliers, which will be assessed further. This includes environmental, social, governance and business relevance aspects, as well as assessing country-, sector- and commodity-specific risks for suppliers. The Company then reviews and analyses the questionnaire, and suppliers that surpass the SAQ will be listed under the Company's Approved Supplier List (ASL). Suppliers whose goods, materials, services or products have a significant impact on 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

Significant Suppliers Assessment

Those classified as having high ESG risks will be audited on-site by the Company's Procurement Department 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.



Supplier Corrective Action and Development

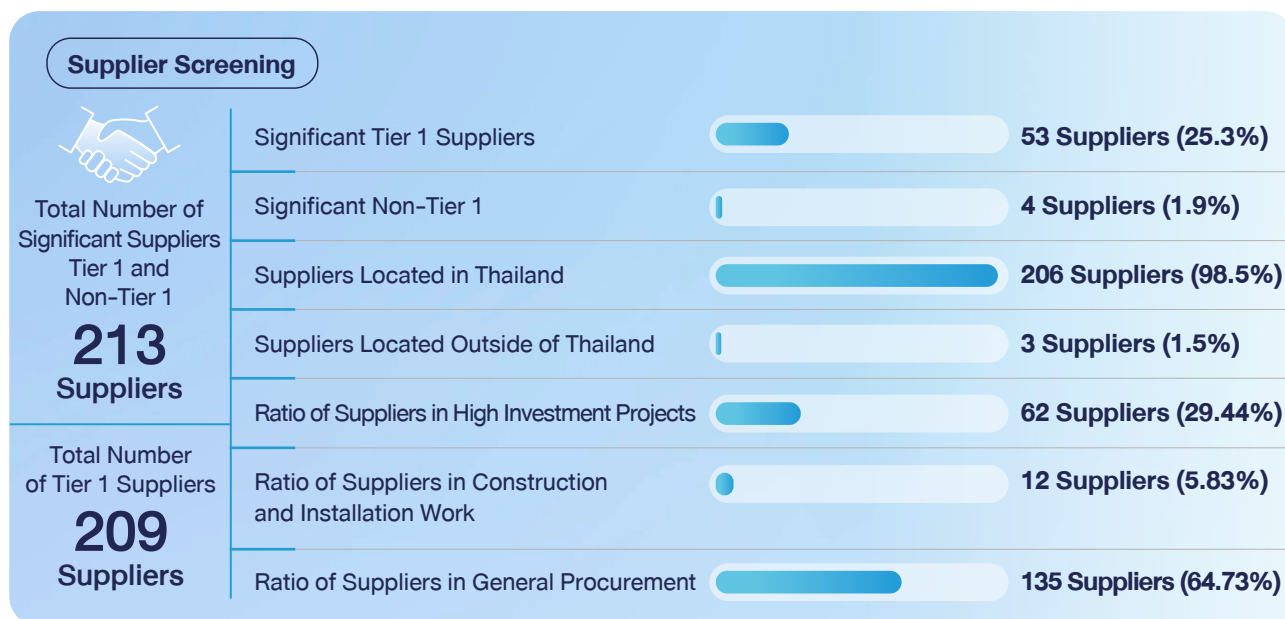
Afterwards, VGI would review results from the assessment and on-site audit, and request a corrective action plan from suppliers to resolve non-compliance issues. An agreed timeline would be set, and the Company would regularly monitor and provide support both remotely and on-site to ensure that suppliers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

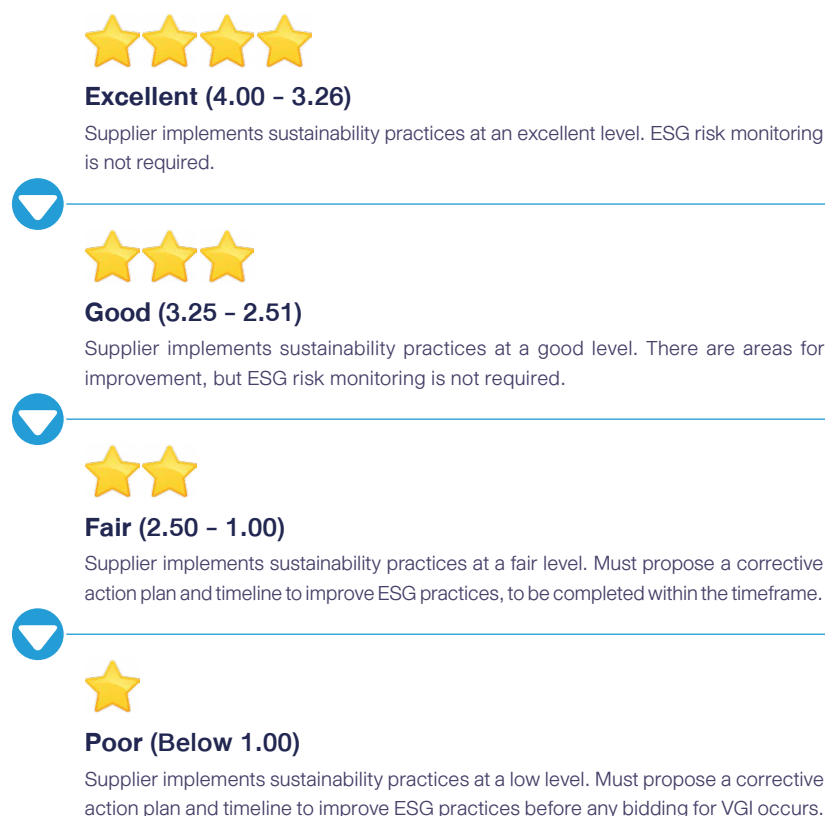
Suppliers can access the ESG performance database of relevant peers to study in-depth information, the Company's expectations and competition in the market.



In FY 2024/25, VGI had a total of 209 suppliers that surpassed the screening criteria, which account for a total procurement spending of THB 777.62 mn. Of all the suppliers, there were 53 were Significant Tier 1 suppliers, accounting for a total procurement spending of 744.90 mn or 95.75 percent. Additionally, there were 4 Significant Non-Tier 1 suppliers in FY 2024/25.



Out of the total Significant Tier 1 suppliers, 11 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, protection of and compliance laws and regulations, labour, and sufficient internal sufficient and control measures, with audit results divided into 4 categories based on the ability to operate according to ESG principles, seen as follows:



There was no supplier 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 2024/25 reveal no suppliers who were evaluated at fair or poor level, and no suppliers with business activities that create human rights risks were found.

Supplier Assessment

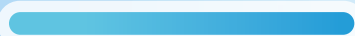
FY 2024/25

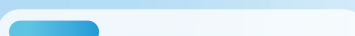


Total Number of Suppliers Assessed via Desk Assessments/ On-Site Assessments

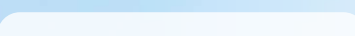
FY 2024/25

213
Suppliers

Percentage of significant suppliers assessed  **100%**

Number of suppliers assessed with substantial actual/potential negative impacts  **54 Suppliers (25.84%)**

Percentage of suppliers with substantial actual/potential negative impacts with agreed corrective action/improvement plan  **54 Suppliers (100%)**

Number of suppliers with substantial actual/potential negative impacts that were terminated  **0 (0%)**

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 20 suppliers participating in the capacity building programmes in FY 2024/25.

Supplier Corrective Action and Development

FY 2024/25

Total number of suppliers supported in corrective action plan implementation

54
Suppliers

Total number of suppliers in capacity building programmes

20
Suppliers

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

100%

Percentage of significant suppliers in capacity building programmes

37%



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

Founded in 2019, VGI Digital Lab provides offline and online media solutions and digital marketing products. VGI Digital Lab uses data-driven technology to showcase brands with a dataset of more than 200 individual dimensions, including demographic data, purchase purposes, purchased goods, travel behaviour, ownership and digital behaviour.



The aforementioned dataset enables the Company to drive brand marketing campaigns on their target audience's social media networks, thus gaining better access to business results. The innovations of VGI Digital Lab in FY 2024/25 are as follows:

VGI Launches Grand Static Platform on BTS Stations

VGI launches "VGI Grand Static", a large-scale advertising media with a media area of over 45 square metres per station that meets the requirements of creating maximum impact on locations covering 8 main stations: Mo Chit Station, On Nut Station, Chit Lom Station, Victory Monument Station, Phloen Chit Station, Thong Lo Station, Ekkamai Station and Ari Station, which are important strategic points for travelling in Bangkok and are prime locations to powerfully reach target groups of urban people with dense passengers. The goal is to enable brands and marketers to accurately and effectively communicate with target groups of consumers accurately and effectively. It also allows brands to fully convey the stories they want to communicate through creative designs.



For more information on
"VGI Grand Static" is available here.

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



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

At the core of VGI POV+ lies in its distinctive Strategic Location strategy. With 80 percent of office buildings in

VGI's media network towering over 20 stories, the product guarantees heightened exposure and significant eyeballs engagement which can effectively create huge awareness to targets, increasing the frequency and time length of media visibility. Moreover, the seamless installation of POV+ in all touchpoints, blending with the daily atmosphere encountered by office workers, helps create a captive journey upon entry to the office building, whether it be the elevator area, information hall or other escalators, thereby evoking subliminal ads recognition. Harnessing the synergy between innovation and a robust database, POV+ effectively analyses the behaviour and lifestyle of target consumers. In turn, it empowers advertisers to deliver customised campaigns to effectively capture their target audience, while also measuring campaign results with greater accuracy. VGI POV+ capabilities not only empower brands to generate impactful awareness and a compelling "Call to Action", leading to increased sales volume, but also enable responsiveness to consumer demands throughout their entire journey, be it online or offline, providing brands with regular visibility, ensuring memorability and a lasting imprint in the minds of consumers.



More information on the "POV+" project is available here.

VGI Pulse: An Effective Tool for Measuring the Value of Advertising Media Usage

VGI Pulse is VGI's proprietary tool to measure the value of out-of-home advertising media in the train system, out-of-home media and indoor media. VGI Pulse is able to measure the visibility of advertising media in depth by using data on the number of passengers in the train system and the number of VGI's media to assess the number of viewers, along with data on Rabbit Card users to assess the frequency of travel and characteristics of viewers, such as age range, gender, purchasing power, interests and consumption behaviour. It also uses Cell Beacon technology to communicate

product or service information to users' mobile phones in a specified area and Grid Reach technology to identify those who see media in the area to be measured.

Furthermore, VGI Pulse can also assess the effectiveness of media on consumers in terms of brand awareness (Aware), interest in the brand (Appeal), brand research (Ask), product or service selection (Act) and referral/advocate (Advocate). Data is collected online and by inquiring with passengers who see VGI's media, allowing the Company to gain in-depth information to measure the effectiveness of advertising media, work with brands to adjust advertising strategies to reach target consumer groups more precisely and use advertising budgets in a cost-effective way.

More details on VGI Pulse can be found at



3.5 INFORMATION TECHNOLOGY SECURITY AND PERSONAL DATA PRIVACY

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



Progress Towards 2024/25 Goals

0 cases of information security breach or other cybersecurity incidents

Goal **100%**



Long-Term Sustainable Development Goals from 2020/21 - 2024/25

- 0 cases of information security breach or other cybersecurity incidents
- 0 complaints from outside parties and regulatory bodies
- All employees received personal data protection training.

Performance **100%**



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.

Information Security Management System (ISMS) Committee

- Formulate, review and approve the Information Security Policy, and review effectiveness of policy implementation
- Provide direction and management support for security initiatives and resources needed for information security
- Ensure implementation of information security controls are coordinated across the organisation

Information Security Management System Working Team

- Review and approve plans and programmes to implement, maintain and improve information security system and awareness
- Conduct risk assessment and analysis on cybersecurity and privacy
- Set strategic direction for information and communications of technology and information management

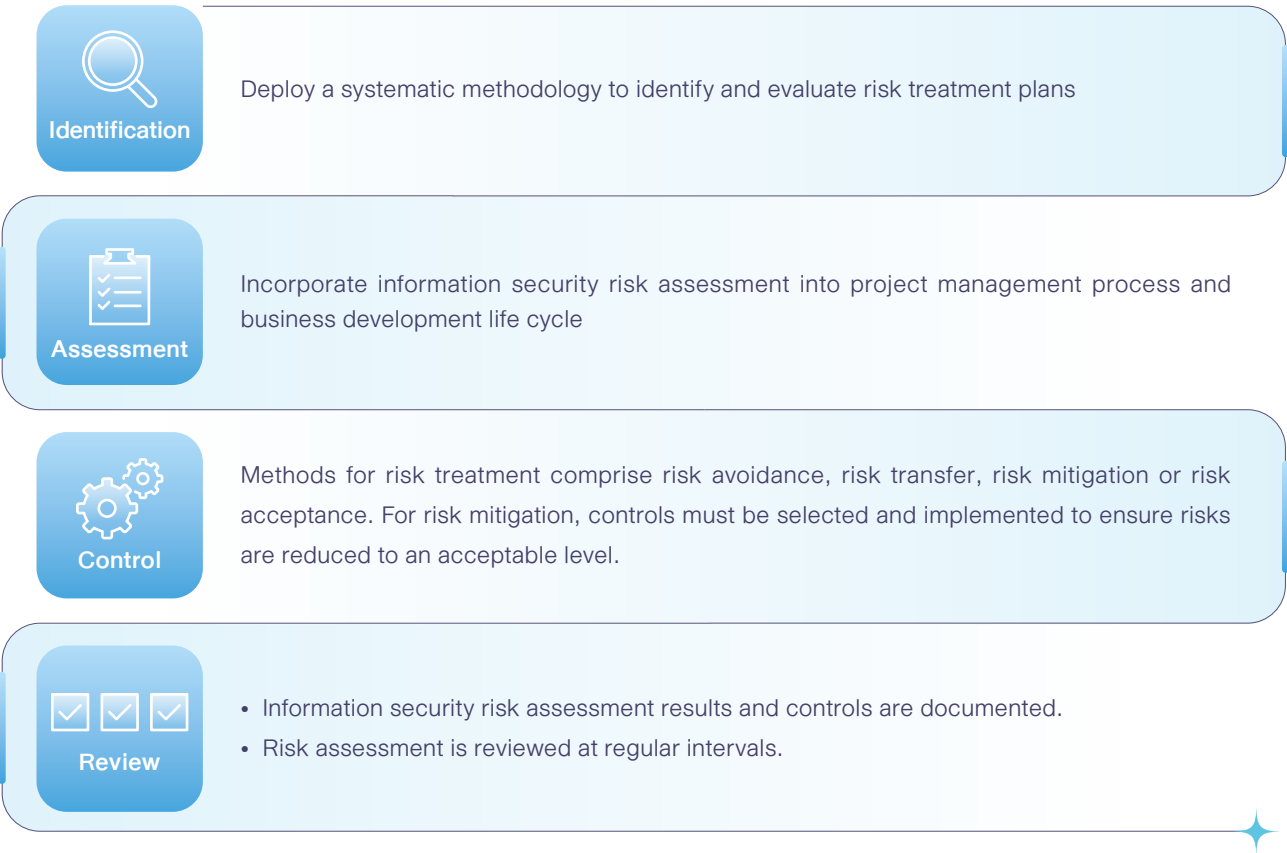
Data Protection Officer

- Ensure organisation's compliance to Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019)
- Act as the contact point for reports and management of data privacy matters

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:



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, and 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, customers, employees, partners and business allies is of great importance to VGI, hence the Company has established the Data Privacy Protection Policy in accordance with the Personal Data Protection Act B.E. 2562, as well as organising training on the requirements in this topic to increase employee awareness.

In FY 2024/25, the Company organised training courses for the Board of Directors to prepare and enhance their

knowledge on the enforcement of regulations. Additionally, it shall be noted that VGI will only use customer information for the purposes specified under the privacy policy with consent. Furthermore, the Company conducted training on data privacy protection for its employees to raise awareness and understanding of the topic. This training was held twice in the past year. In FY 2024/25, the Company did not use customer information for any other purposes and did not receive any requests for customer information from government agencies or law enforcement authorities.

Please scan the QR codes for 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	

04

SOCIAL SUSTAINABILITY

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

4.1 CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

(GRI 3-3)

Progress Towards 2024/25 Goals

90% Customer satisfaction score

Goal **100%**



Long-Term Sustainable Development Goals From 2020/21 - 2024/25

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

Performance **100%**



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 our 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.

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.

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



98% Customer Satisfaction Score

Customer Engagement Initiatives

VGI Sky Vibes Music

VGI organised the “VGI Sky Vibes Music” mini concert at the Chong Nonsi Skywalk a total of 10 times for customers, in order to create new experiences for them and the general public. With many famous artists attending the music performance, the concert received an unexpectedly good response from the public and BTS Skytrain users. This is a marketing strategy that combines offline & digital media with music marketing events, and is a collaboration between VGI and GMM Music, combining the power of OOH media + digital + on-ground activation, creating a space for 7 leading brands to connect with their target groups through the VGI Sky Vibes Music event, transforming the Chong Nonsi Skywalk into a new destination for entertainment and brand engagement. Following this success, there were 115.8 million visitors both offline and online, with 75 million mentions of advertising media on the BTS Skytrain during the event period. The highest participation via social media was 1.7 million times (mini concert by MEYOU) and created positive sentiment of up to 100%.



Link:



“SkyTrain Music Fest”: The First Creative Music Festival in Asia, Gathering A-List Artists to Perform Their Hits on the BTS SkyTrain

VGI, together with 8 leading partners in Thailand, including Goodthinghappen Co., Ltd., Zap World Entertainment Co., Ltd., XOXO Entertainment, LOVEiS ENTERTAINMENT, Warner Music Thailand, Boxx Music and What The Duck, have jointly organised the grand project “SkyTrain Music Fest”, a creative music festival with a new experience for the first time in Asia, with music performances on the BTS Skytrain in the form of a music and fan meet with the artists up close to deliver a special experience for customers and fans of the artists on the Skytrain.

In addition to the new experience for consumers, brands and businesses also have a “new space” to create strong awareness and memories. During the artists’ concerts,



advertisements of each brand were shown, and fans were treated to special activities and artist merchandise. The key to this event’s success is using “closeness” as the main selling point. This activity transforms the traditional experience of fans watching artists on stage in concerts to being on the same Skytrain together. This closeness stimulates fans’ loyalty to this new form of concert, building a stronger emotional connection with the artists and effectively remembering various brands.



Rabbit Cash Loans, Pay as You Wish: Defer Payment Up to 3 Months

Rabbit Cash cares and helps customers affected by the floods and helps relieve the burden of small business owners by launching the “Rabbit Cash Loan, Pay as You Wish” project, which is a measure to help suspend debt payments for up to 3 months (October – December 2024) for customers who have paid the minimum of 3 billing cycles and have never been or are in the process of requesting assistance in debt restructuring. The interest incurred during the debt suspension period will be calculated, averaged and divided into 6 payments, combined with the payment amount from January – June 2025, to help customers in difficult times and affected by disasters.

Turtle Shops Offer Free Face Masks, Helps Reduce PM 2.5 in Bangkok

Super Turtle played a part in helping solve the issue of PM 2.5 air pollution and committed to protect community health by offering free face masks to customers who spend THB 50 or more at all Turtle Shop branches from March 25th – 31st, 2025. This initiative aimed to safeguard customers' health and well-being during this time of crisis, with special benefits for customers who commuted by the BTS SkyTrain in order to encourage the use of public transportation as a simple yet effective way to reduce urban air pollution and contribute to a cleaner environment.



Rabbit Rewards x Rabbit Life Insurance Develops Loyalty Programme to Upgrade Privileges for Customers

Rabbit Rewards Co., Ltd., in collaboration with Rabbit Life Insurance Public Co., Ltd. (“Rabbit Life”), a subsidiary of BTS Group, has launched a loyalty programme as a strategy to enhance an exclusive customer experience. This was accomplished through the upgrade of “Rabbit Life MYRewards” under the concept of “More Premium, More Privileges”, ready to serve exclusive privileges across levels for members at 3 levels: Explore, Extraordinary and Exclusive. Simply buy insurance products from Rabbit Life Insurance through any channel, and customers will receive Rabbit Points to use and receive more privileges, such as Starbucks, After You, Grab, Shopee, Lazada, Rabbit Selection, Eastin Grand Hotel Phayathai, as well as access to the Exclusive Store via Rabbit Rewards application. This continuation of cooperation will not only provide value to important customers, but also reflect the strength of the business ecosystem.



4.2 HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT AND WELL-BEING

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

Progress Towards 2024/25 Goals

At least 90% of employee satisfaction rate

Goal **100%**



Long-Term Sustainable Development Goals From 2020/21 – 2024/25

At least 90% of employee engagement rate

Performance **100%**



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

Human Resources Management

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



Total Employees
1,801 people



Hiring Rate
56%



Turnover Rate
53%

Organisational Values

In FY 2024/25, 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 organisational values is called “GIVES”, which consists of the following 5 points:

G

Growth

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

- Open to learning new things
- See failure as a chance to grow
- Mindful at work

I

Innovative

Improvement, change, welcoming

- Learning, sharing ideas, self-improvement
- Try new technologies
- Ready to take risks

V

Versatile

Well-rounded and well done

- Diverse skills
- Understanding, empathy, respect differences at work
- Highly adaptable

E

Efficient

Smart management

- Use PDCA Process (Plan, Do, Check, Act) in work process

S

Sustainability

Caring

- Conserve resources in all dimensions
- Reduce waste and plastic usage
- Transparent and work according to WI/OM
- Public service-minded
- Cooperate/support social and environmental activities



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. Policies and regulations
2. Safe and disease-free
3. Happy heart
4. Global citizen
5. A diverse and respectful work culture
6. Modern communication



Human Capital Development

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

Business Acumen

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

Innovative Mind

Have the courage to constantly think, experiment, learn and initiate new things

Collaboration

Cooperate, participate, listen, exchange and share for public interest

Enhanced Potential

Commit to always develop and enhance one's potential

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

1

Intermediate Courses:

Increase the knowledge, skills and abilities of employees, as well as create a positive perspective in work

2

Management Courses:

Training courses for supervisors regarding management of work and subordinates

3

Function-Specific Courses:

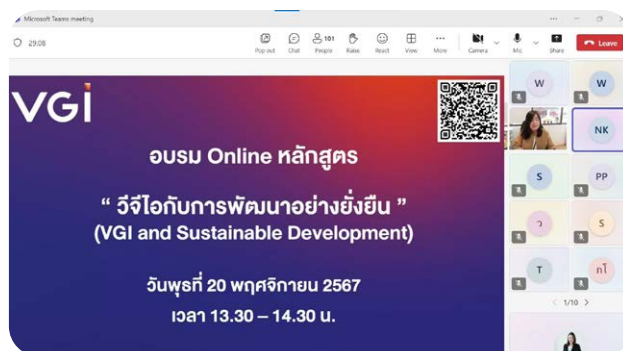
Training courses to develop and enhance employees' abilities and duties-specific knowledge

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 2024/25, the average training hours per employee is 36.06 hours, with essential training courses as follows:

FY 2024/25 Training Courses

VGI and Sustainable Development

Sustainable corporate development is a popular concept among organisations around the world today. This is because in addition to focusing on business operations, we also take into account responsibilities in 3 main areas: environment, society and governance. Organisations that conduct sustainable business operations will help build business credibility, demonstrate business responsibility towards stakeholders and enable businesses to grow sustainably. VGI has therefore organised training for employees to provide them with knowledge and understanding about the importance of sustainable



business operations in terms of economy, society and environment, and to create awareness and participation in sustainability annually, with 100 percent of employees participating, demonstrating VGI's commitment to becoming a sustainable organisation.

Employee Financial Health and Personal Financial Management Trainings

VGI has organised trainings on personal financial management and financial health check-up for employees to assess their financial status, promote employees to have knowledge in personal financial management, personal debt management and systematic debt resolution. This was carried out with the aim of being a company with financially stable employees, which will result in work with quality and efficiency, the Company's improved and efficient operations, as well as expressing the Company's concern for employees, with 290 employees from all levels participating.



“Basic Knowledge of Advertising Laws for the Sales Department’s Operations” Training

The Company organised a course for sales teams and sales support units to gain knowledge and understanding of legal principles related to the publication of advertising media and to be able to apply this knowledge in their consideration of the advertising content to be published on VGI's advertising media including being able to coordinate with customers and other related departments quickly and efficiently in their work, building confidence in providing sales information and making customers confident by learning various skills and methods, such as knowledge of advertising laws, separating specific

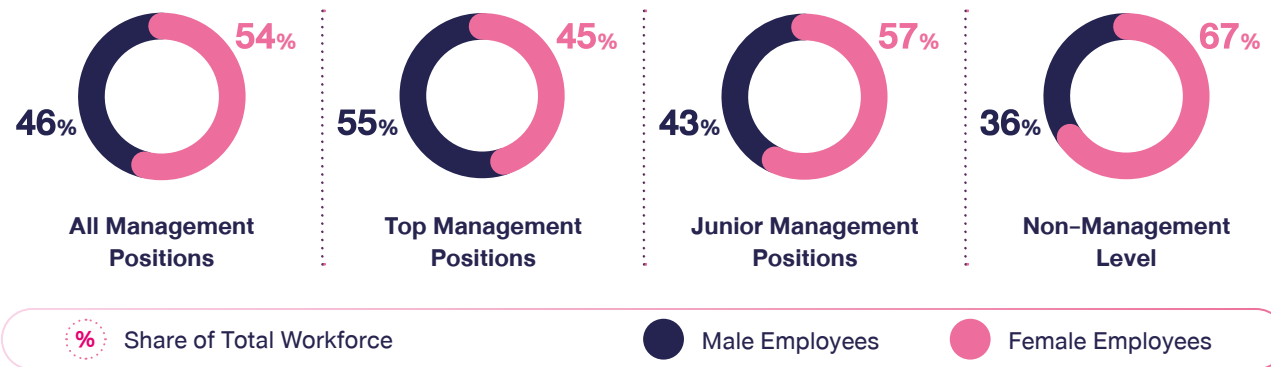


types of products and services, and techniques for screening and considering the legality of advertising content, with a total of 37 participants.

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

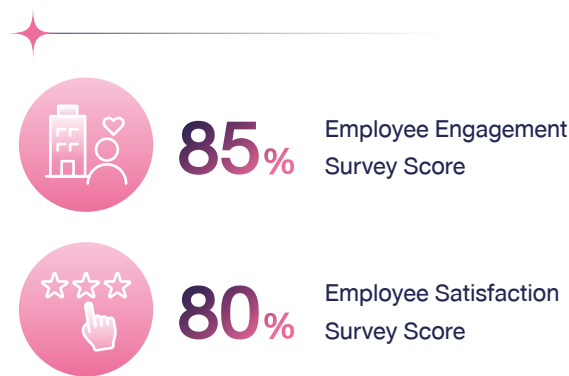
Executive Officer as appropriate. In this regard, the Company will take relevant corrective or disciplinary action in accordance with investigation results. In the case of a violation, appropriate legal action will be taken.



For more information on the Corporate Governance Policy and Code of Conduct, please scan this QR code.

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 2024/25, all employees completed the survey, showing that 85 percent of employees were actively engaged, higher than the annual target of 80 percent.



4.3 HUMAN RIGHTS

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



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

Human Rights Policy

VGI has established the Human Rights Policy as a standard for human rights management throughout the organisation's value chain, which shows the Company's commitment to preventing human trafficking, forced labour, child labour, discrimination and any form of harassment, both sexually and otherwise. In addition, the Company supports and complies with human rights principles on 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 more information on Human Rights Policy.

Human Rights Management





VGI conducts a comprehensive human rights risk audit and assessment under the United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights to assess the risks associated with the Company's and subsidiaries' business operations, ensuring measurements are in place to mitigate and remedy those impacts in case of violations. In FY 2024/25, VGI has conducted a comprehensive human rights review in the form of the Human Rights Due Diligence Disclosure Report, which has publicly disclosed on the Company's website.



Please scan this QR Code
for HRDD Policy report.

Promotion of Human Rights Culture

VGI has always promoted awareness of human rights issues among executives and employees at all levels. In FY 2024/25, the Company conducted a 2-hour online training session through external institutions to educate employees on basic human rights, including significant and relevant human rights risks and impacts along the business value chain, such as discrimination and harassment in the workplace. Employees also gain a thorough understanding of the comprehensive human rights risk audit process and policies regarding discrimination, harassment, rights violation, and diversity and inclusion policies.



0 Case No discrimination or
harassment incidents

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 2024/25, no discrimination or harassment incidents were reported.

Raising Human Rights Awareness by Supporting Human Rights Media Spaces

VGI plays a role in supporting and raising awareness of human rights through various projects and public relations campaigns on the BTS SkyTrain media, ensuring that messages reach a large number of people using the BTS SkyTrain services. The

dissemination of promotional materials or campaigns can therefore reach a wide audience and spread positive impacts throughout society. In FY 2024/25, VGI has supported media space for the following campaigns:

Teach for Thailand

VGI has provided free-of-charge media space on BTS and stations for Teach for Thailand, a non-profit educational organisation established to create a positive impact and drive educational development and equal educational opportunities for all Thai children through its programme, which provides participants with an opportunity to teach in challenging schools for a period of 2 years and work with schools and communities to create sustainable positive impacts. To date, the foundation has developed 579 teacher leaders and reached 161,252 students from 110 schools in 21 provinces across 5 regions nationwide, creating changes in classrooms and communities to drive education in the country.



The “Box of Life” Fundraising Campaign by UNICEF Thailand

UNICEF Thailand has launched the “Box of Life” project to raise funds and deliver “Boxes of Life” containing essential items to children and families facing emergencies and needing assistance worldwide. Each Box of Life contains essential items that can save a child’s life, such as water purification tablets, therapeutic food for malnutrition, vaccines, as well as items that promote learning, health and quality of life for those receiving assistance, such as soap, blankets, school bags and stationery such as notebooks and pencils. These boxes not only save lives, but also provide learning opportunities for children.



“Y and Pride Perspectives Talk” for Sexual Diversity

VGI provided media space on the BTS SkyTrain to promote “Y and Pride Perspectives Talk”, a discussion space to share experiences of sexual diversity, which aims to promote and create a better understanding of sexual diversity in society. The seminar was held on December 6th, 2024.

Operation Smile Foundation, Helping Underprivileged Patients With Cleft Lips and Palates

Operation Smile Foundation is a not-for-profit medical charity with the mission to provide free assistance to impoverished patients with cleft lips, cleft palates, burns and other abnormalities on their faces. Each year, Operation Smile aims to treat 800 – 1,000 underprivileged patients through mobile medical units 4 times a year. Aside from providing treatment to patients with cleft lips and cleft palates, the foundation also provides assistance, treatment and surgeries to patients with burn conditions where return to normal is difficult without treatment. As a result, VGI has provided media space to publicise the foundation’s mission, goals and communication about the suffering of burn patients, comparing burn injuries from movies’ special effects with real-life burn injuries to raise more awareness among society at large.

4.4 SOCIAL AND COMMUNITY DEVELOPMENT

(GRI 3-3)



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

Social Responsibility Direction

VGI has formulated CSR initiatives and social development activities aligned with the Company's business objectives and nature of operations. In FY 2024/25, 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



Public Health Improvement



Education Development Support



Environmental Protection, Restoration and Awareness

Supporting Sustainability Disclosure

Enhancing Capability in Sustainability Disclosure

VGI and BTS Group collaborated with Sustainism to support Thai businesses in supporting sustainability disclosure via advertising platforms and public transportation systems, aiming to help Thailand become a model for ESG and enhance its global competitiveness.

Sustainism (Stnsm.org) is a global collaboration platform for sustainability, and the Sustainism Initiative is a project established by The Agricultural and Food Marketing Association for Asia and the Pacific (AFMA Asia) under the support of the Food and Agriculture Organization





of the United Nations (UN FAO). The project aims to connect businesses, government agencies, international

organisations and civil society to drive projects related to environmental restoration, social justice and economic strength by building a strong network of partners in sustainable development. Under this collaboration, companies operating businesses that adhere to ESG principles can publish their corporate sustainability information via VGI's advertising platform, sustainable media on BTS public transportation systems, and various digital channels to enable consumers and investors to see the organisation's commitment to sustainable business operations.

VGI's Social Activities

Calendar Donation to the Educational Technology for the Blind Center



VGI, together with the BTS Group and volunteer employees, delivered over 90,000 old desk calendars from the "Heroes Give" campaign, which is 4 times the amount than last year. The calendars were donated by BTS employees, BTS passengers, places near BTS stations and the general public. Company representatives also donated THB 199,822.50 to support the online membership system development project for visually impaired members nationwide. Ms. Chanidapa Petchrak, Director of the Educational Technology for the Blind Center, received the donation. In addition, the volunteer employees also participated in recording audio books (reading stories) and binding Braille books.



Providing Scholarships to Employees' Children

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

Clothing Donation

On December 9th, 2024, VGI donated sports shirts to primary school students at Chumchon Sam Phrao School, Sam Phrao Subdistrict, Mueang Udon Thani District, Udon Thani Province.



VGI Staff Donated to Chiang Rai Flood Victims



VGI volunteer employees donated THB 40,000 to help flood victims in Chiang Rai through the Rai Chern Tawan Foundation Fund of Phra Methee Wachirodom (V. Wachiramethi) to help alleviate the suffering of flood victims.

“Kru Asa” Project With Channel One 31



VGI and Channel One 31 organised the “Kru Asa” (Volunteer Teachers) activity under the “One Sang Suk” project at Wat That Thong High School to promote learning and provide educational opportunities for high school students. The VGI team acted as guest lecturers to share knowledge on marketing communication to students studying in the Modern Business programme as a guideline for further knowledge development and application in the future. In addition, the activity covered teaching English for communication and basic marketing concepts to provide young people with knowledge and skills that can be applied in practice, both in terms of education and future career paths. The “Kru Asa” activity is therefore part of VGI and Channel One 31’s commitment to creating educational opportunities and developing skills for Thai youth to enhance their potential and readiness to enter the modern business world.

“Release Turtles to the Sea” Campaign

As part of the “Release Turtles to the Sea” campaign, Super Turtle Public Co., Ltd.—in the name of the Company and Turtle shop customers—donated THB 50,000 to the Air and Coastal Defense Command, Sattahip District, Chonburi Province to be a part of caring for the environment and sustainably restoring the marine ecosystem, including continuously developing various projects for society, as well as inviting customers to be part of the conservation initiative by donating in all branches of Turtle Shops on the BTS green line.



Supporting LED Screens and Equipment

VGI executives, along with the VGI volunteer team, represented the Company in delivering equipment and 24 LED screens (120 cabinets) to Chaiyaphum Technical College. The school was represented by its executives in receiving the equipment to be used as modern teaching media and to enhance the learning experience more effectively in educational institutions. This reflects the cooperation between the private and public sectors in supporting quality education to drive the development of the country’s future potential.





Supporting Computer Equipment for 4 Schools

In FY 2024/25, VGI, with the VGI volunteer team as representatives, donated a total of 17 desktop computers to 4 schools in need, in order to be an important force in driving a good and equitable quality of life for young people through distributing assistance to schools that still lack teaching equipment, by donating to Ban Hua Nong School, Ku Kaew District, Udon Thani Province; Boon Chirathorn School, Samrong Subdistrict, Pho Sai District, Ubon Ratchathani Province; Ban Dong Ta Wang School, Lao Ngam Subdistrict, Pho Sai District, Ubon Ratchathani Province; and Ban Non Chak Chan School, Ban Huai Siao Branch, Nong Ngu Lueam Subdistrict, Benchalak District, Si Sa Ket Province.



Impact Valuation

In addition to the social projects mentioned above, in FYI 2024/25, VGI conducted an impact valuation of the Company's operations and activities, especially in terms of advertising media content responsibility, in which we raised social awareness by providing public relations space on BTS SkyTrain media for various projects and campaigns, reaching people who use the BTS SkyTrain and spreading positive impacts to society comprehensively. This led to the creation of the "Impacts of VGI Responsible Content" project.

To further enhance the project's effectiveness, the Company places importance on measuring and assessing the actual impacts by measuring both positive and negative impacts on natural and social capital through the dissemination of responsible content, enabling an understanding of the organisation's impacts

on society and the environment, which not only helps manage potential risks and unintended consequences, but also supports the overall efficiency of the project towards sustainable development.

From the impact valuation, the "Impacts of VGI Responsible Content" project had a total value of positive impacts on the economy, society and the environment, estimated as a net value of THB 883.75 million in FY 2024/25.



For more information on impact valuation, please scan this QR code.

4.5 OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

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



Progress Towards 2024/25 Goals

No accidents from work

Goal **100%**



Long-Term Sustainable Development Goals From 2020/21 - 2024/25

- Employees and suppliers are 100% trained according to safety standards.
- No work accidents

Performance **100%**



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. We have 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 to manage the organisation's occupational health and safety. VGI continues to work and develop our occupational health and safety management system under the requirements of the International Organisation for Standardisation ISO 45001, including relevant laws and regulations.

In addition, the Company regularly assesses and prioritises operational risks for our 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 our whistleblowing channels under the Corporate Governance and Business Ethics Manual, and the informant is protected from retaliation. Moreover, in case of injury or illness from work, employees have the right to take the day off and notify relevant personnel to take action. The Company has also

prepared an organisational business continuity management plan to prepare and respond to health emergencies, such as an epidemic crisis that could disrupt business activities.

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

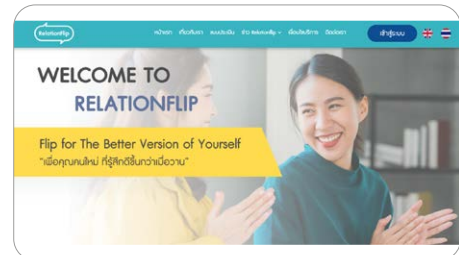


Please scan this QR Code for more information about Occupational Health & Safety Policy.

Organisational Culture of Occupational Health and Safety

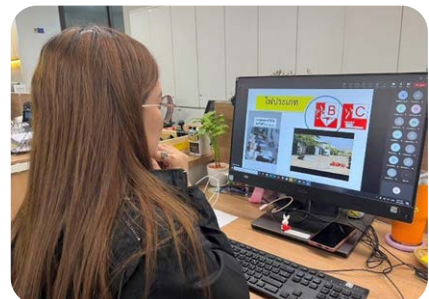
VGI actively promotes employee health and safety culture through various initiatives, which include annual health check-ups, exercise classes such as running clubs, yoga and aerobics. Massage chairs are also provided in the office to help alleviate employee fatigue throughout the day. Additionally,

mental health is prioritised and VGI has implemented a mental health consultation project through the “Relationflip” application to support this. Employees can complete surveys to assess their current mental health status and access online consultations with medical professionals at no cost.



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 2024/25, 156 people and 89 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 186 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 places 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 2024/25, VGI did not receive any complaints or notifications regarding inappropriate media content, and there were no incidents of discrimination or harassment.



0 Case

No complaints or notifications regarding inappropriate media content



For more information about Responsible Content and Advertising Policy, please scan this QR Code.

05

ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

- 5.1 Climate and Energy Strategy
- 5.2 Waste and Water Management



5.1 CLIMATE AND ENERGY STRATEGY

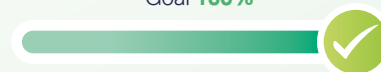
(GRI 3-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-3, 305-5)



Progress Towards 2024/25 Goals

Maintain electricity consumption to no more than 10% compared to 2019

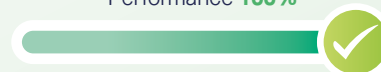
Goal **100%**



Long-Term Sustainable Development From 2020/21 – 2024/25

- Maintain electricity consumption not to increase by more than 10% compared to 2019
- Use corporate advertising platforms to present climate change content to reach at least 1 million people per year

Performance **100%**



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



Climate Change Risks and Opportunities Assessment



TCFD Report 2024/25



Climate Risk Assessment Report 2024/25



VGI is committed to addressing the challenges and opportunities arising from climate change by managing greenhouse gas emissions generated from our business operations. Additionally, the Company aims to raise social awareness about the importance of climate change through our 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.

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 more details on TCFD Report.



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

Greenhouse Gas Emissions in FY 2024/25

GHG Emissions Scopes 1+2

5,339

tonnes of CO₂ equivalent
(tCO₂e)

Scope 1 Direct Emissions



270 tCO₂e

Direct emissions from organisational activities and vehicles

Scope 2 Indirect Emissions



5,069 tCO₂e

Organisational electricity consumption

Scope 3 Other Indirect Emissions



10,987 tCO₂e

Upstream and downstream activities

GHG Emissions Scopes 1+2+3

16,326

tonnes of CO₂ equivalent (tCO₂e)

Energy Conservation and Greenhouse Gas Reduction Project

Carbon Neutral



VGI is dedicated to managing our greenhouse gas emissions with a serious approach. This year, VGI has calculated, verified and registered our organisational carbon footprint and has been awarded the Carbon Neutral label by the Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) or TGO for the 3rd consecutive year. VGI has offset the Company's greenhouse gas emissions by participating in carbon credit projects certified by TGO, namely the Mitr Phol Bio-Power (Danchang) – Block 2 Project by Mitr Phol Bio-Power Plant (Danchang) Co., Ltd.

Additionally, the Company has sourced 10 percent of its energy from renewable sources by using Renewable Energy Certificates (RECs) obtained from the Solar Power Plant Project by BCPG Company Limited.

VGI Plants Mangroves and Releases Turtles into the Sea



On September 21st, 2024, VGI executives and employees carried out the “VGI Joins Hands to Release Crabs into the Sea” and “VGI Joins Hands to Grow Saplings and Plant Mangroves” projects in Sattahip District, Chonburi Province, with the aim of being a part in helping to preserve the environment and increase the abundance of the ecosystem.

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 million per year in electricity costs.

“Release Turtles to the Sea” Campaign

Super Turtle Public Co., Ltd. and its employees organised the “Release Turtles to the Sea” campaign by releasing turtles, cleaning turtle ponds and donating money to the Sea Turtle Conservation Center Royal Thai Navy, Air and Coastal Defense Command, Sattahip District, Chonburi Province to be a part of caring for the environment and sustainably restoring the marine ecosystem, which is one of the Company's sustainability frameworks, as well as strengthening good relationships between executives, employees and Turtle Shop customers through joint social and environmental activities. In addition, the Company and Turtle customers have donated THB 50,000 received



from donation boxes in all branches of Turtle Shop without deducting expenses to the development of the Sea Turtle Conservation Center Royal Thai Navy.

5.2 WASTE AND WATER MANAGEMENT

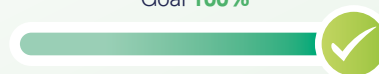
(GRI 3-3, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5)



Progress Towards 2024/25 Goals

Adjust waste disposal methods from landfilling or incineration to recycling at a rate of 30% of total waste

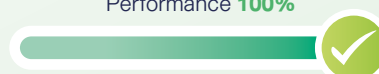
Goal **100%**



Long-Term Sustainable Development Goals From 2020/21 - 2024/25

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

Performance **100%**



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 3R



Reduce



Reuse

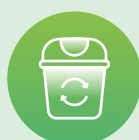


Recycle



Please scan this QR code for the Environmental Policy.

Waste Management Performance in 2024/25



62 tonnes

Total Waste
(Hazardous and non-hazardous)



31% Recycled Waste



Waste Reduction Projects

VGI realises the importance of using resources efficiently and supporting Thai education. Therefore, we have donated used equipment from the shareholders' meeting, including standees and inkjet materials, to Assumption Thonburi School, with the objective of using them for teaching and learning, such as classroom decoration, school activities and practical learning. This also promotes the reuse of equipment that is still in good condition, to reduce waste and create tangible value for society.



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.



Waste Segregation

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

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 2024/25, 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. Last year, VGI supported the community with over THB 100,000 in employment opportunities.





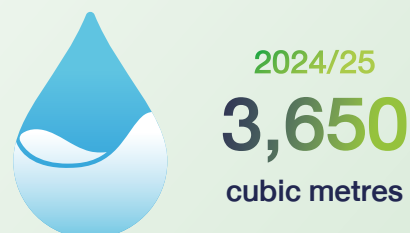
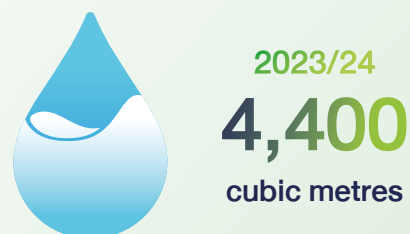
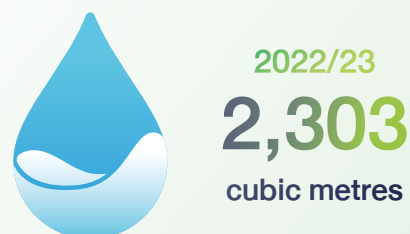
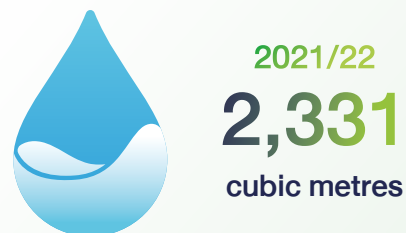
Super Turtle Invites the Public to Save the Environment by Reducing the Use of Single-Use Plastic

Super 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 in 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.

Water Management

Since VGI's core business is providing Offline-to-Online solutions, water is only used from the office building where the Company is located. VGI has continuously communicated to employees about water conservation and efficient water usage. VGI's water consumption comes entirely from tap water, with 3,650 cubic metres of water used in FY 2024/25.

Water Consumption FY 2021/22 – FY 2024/25



06

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน SUSTAINABILITY PERFORMANCE

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



6.1 ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (SUSTAINABILITY PERFORMANCE REPORT)

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ประจำปี 2567/68 ของ VGI ได้มีการจัดทำเป็นเอกสารแยกและแสดงไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยท่านสามารถสแกนคิวอาร์โค้ดด้านล่าง

VGI's Sustainability Performance Report FY 2024/25 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.



Sustainability Performance FY 2024/25



6.2 ดัชนีชี้วัดตามมาตรฐาน GRI (GRI CONTENT INDEX)

ดัชนีชี้วัดตามมาตรฐาน GRI (Global Reporting Initiative) ของรายงานความยั่งยืนประจำปี 2567/68 ของ VGI ได้รายงานไว้บนหน้าเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยท่านสามารถอ่านหรือดาวน์โหลดได้โดยการสแกนคิวอาร์โค้ดด้านล่าง

The GRI (Global Reporting Initiative) Content Index for FY 2024/25 has been meticulously reported and is now available for viewing on VGI's website. Stakeholders and individuals interested in the index can access the report by scanning the QR code provided below.



GRI CONTENT INDEX FY 2024/25



6.3 การรับรองจากหน่วยงานภายนอก (INDEPENDENT ASSURANCE STATEMENT)



LRQA Independent Assurance Statement Relating to VGI PUBLIC COMPANY LIMITED's Sustainability Report for the FY 2024/25

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

Terms of engagement

LRQA (Thailand) Limited was commissioned by VGI PUBLIC COMPANY LIMITED (VGI) to provide independent assurance on its sustainability report FY 2024/25 for the period from 1 April 2024 to 31 March 2025 ("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 material issues based on a set of unbiased criteria and qualitative impact valuation.
- Responsiveness: VGI has addressed the concerns of stakeholders in relation to GHG emissions, media content as well as OH&S.
- Impact: VGI has processes to evaluate impacts related to climate change and other ESG negative significant impacts.
- Reliability: Data management systems are properly defined for the selected environmental and social indicators.

LRQA's standards, competence and independence

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

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

Dated: 18 June 2025

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: BGK000001221

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 2025.

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน (Reader Opinion Survey)

ข้อเสนอแนะของผู้อ่านที่มีต่อรายงานความยั่งยืนประจำปี 2567/68 จะนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืนในอนาคต
Your views and suggestions for FY 2024/25 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) ☐ ผู้ค้า (Supplier) ☐ หน่วยงานของรัฐ (Government Agency)
☐ สื่อมวลชน (Media) ☐ พนักงานของบริษัทฯ (Employee) ☐ ชุมชนใกล้เคียง (Communities)
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
(Other – please specify)

3. ความพึงพอใจต่อรูปแบบรายงานความยั่งยืนประจำปี 2567/68 (Please rate your satisfaction for the presentation of 2024/25 Sustainability Report.)

ความสมบูรณ์ของรายงาน (Content Completeness)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)
ประเด็นของรายงาน (Reporting Topics/Issues)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)
เนื้อหาเข้าใจง่าย (Ease of Understanding)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)
การออกแบบรูปเล่ม (Report Design)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)
ความพึงพอใจต่อรายงานโดยรวม (Overall Satisfaction)	☐ มาก (High)	☐ ปานกลาง (Medium)	☐ น้อย (Low)

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

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)
การจัดการของเสีย (Waste 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.

.....
.....

VGI ขอขอบพระคุณอย่างสูงสำหรับความร่วมมือ
VGI greatly appreciates your valuable feedback.

กรุณาส่งแบบสอบถามมาที่:

ฝ่ายเลขานุการบริษัท

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

1000/9 อาคารบีทีเอส วิชั่นปาร์ค - 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, Chatuchak, Bangkok 10900

Telephone number: +66 (0) 2273 8884

Email: companysecretary@vgi.co.th

**INSPIRING FOR
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