



บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2566



เราสรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
เรามุ่งมั่นบริหารจัดการสินค้าและทรัพยากรบุคคล
อันเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม
เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ประการ ได้แก่

คนดี สินค้าดี สังคมดี



สารบัญ

สารจากประธานกรรมการบริหาร	4
ขอบเขตรายงาน.....	6
ภาพรวมธุรกิจ	10
วิสัยทัศน์ พันธกิจ	12

บริษัทกับความยั่งยืน

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	16
แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน.....	22
ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ.....	24

ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

การกำกับดูแลกิจการ.....	34
การบริหารด้านความเสี่ยง	35
การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.....	36
นโยบายทุจริตคอร์รัปชัน	40
ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	43
การวิจัยและพัฒนาอย่างยั่งยืน	44
ห่วงโซ่คุณค่า.....	48
นโยบายจัดซื้อจัดจ้าง	54



สร้างคุณค่าของคนดี สังคมดี สืบค้าดี

การบริหารและพัฒนาทักษะพนักงาน	59
การจัดการด้านสิทธิมนุษยชน	64
การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	70
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	72
นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความปลอดภัยทางไซเบอร์	78
การพัฒนาเพื่อสังคมที่ยั่งยืน	81

มิติสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม	87
การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	88
การบริหารจัดการด้านพลังงานเชื้อเพลิง	90
การบริหารจัดการด้านพลังงานไฟฟ้า	92
การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก	94
การบริหารจัดการขยะและของเสีย	96
การบริหารจัดการน้ำ	98
การเพิ่มพื้นที่สีเขียว	100

ภาคผนวก

ดัชนีชี้วัดตามกรอบ GRI	102
แบบสำรวจความคิดเห็น	110



สารจากผู้บริหาร

วิกฤตเศรษฐกิจในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างหนักในทุกภาคธุรกิจ สำหรับไอ.ซี.ซี. ก็เช่นกัน แม้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จะผ่อนคลายลงแล้ว แต่ได้ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พฤติกรรมการซื้อสินค้า ขณะที่ยกฤตสงครามทางการเมืองในต่างประเทศแม้จะไม่ส่งผลกระทบโดยตรง แต่ก็ส่งผลให้การนำเข้าวัตถุดิบ และส่งออกสินค้า มีความไม่คล่องตัว อีกทั้งผลจากสงครามยังทำให้ราคาน้ำมันดิบตัวขึ้นสูง ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบโลจิสติกส์ของบริษัทฯ

ในปีที่ผ่านมาเราจึงพยายามอย่างหนัก เพื่อปรับตัวให้พร้อมรับมือจากเปลี่ยนแปลง ทั้งวิธีการบริหารธุรกิจ รวมถึงกระบวนการทำงานเพื่อลดความซ้ำซ้อนและเพื่อให้องค์กรสามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ขณะเดียวกันก็คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกมิติ (ESG: Environmental, Social, Governance)

“ Move Forward: Honest Sustainability ”

ก้าวสู่องค์กรที่ยั่งยืนอย่างจริงใจ

ด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มุ่งเน้นการดูแลสิ่งแวดล้อม ด้วยการส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และใช้หลัก Reduce: Reuse: Recycle อาทิ ลดการใช้วัสดุสิ้นเปลืองในสำนักงาน การใช้กระดาษรีไซเคิล การใช้หมึกจากธรรมชาติ และการแยกขยะเพื่อนำสิ่งที่นำกลับมาใช้อีกได้ ด้านภายนอกองค์กร บริษัทฯ มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงที่มาของวัตถุดิบหรือบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต (Carbon Footprint) ควบคู่ไปกับการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงาน การสื่อสารเพื่อลดการใช้พลังงาน และใช้ทรัพยากรที่มีอย่างคุ้มค่าที่สุด

ด้านสังคม บริษัทฯ ใส่ใจในการพัฒนาศักยภาพพนักงานให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จัดให้มีการทบทวนความรู้เพิ่มเติม (Reskill/Upskill) และกระบวนการแบ่งปัน/ถ่ายทอดทักษะต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจขององค์กรได้อย่างยั่งยืน และยังคงกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

อย่างต่อเนื่อง ตามปณิธานของดร.เทียม โชควัฒนา ผู้ก่อตั้ง เครือสหพัฒน์

ด้านธรรมาภิบาล บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาและสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เคารพในสิทธิมนุษยชนและความเท่าเทียมในทุกมิติ และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนพื้นฐานของความจริงใจ และซื่อสัตย์ รวมถึงกำหนดจรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหารและพนักงานอย่างชัดเจน โปร่งใส ตรวจสอบได้

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณ ผู้บริหารและพนักงานทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้ร่วมแรงร่วมใจกันฝ่าฟันในทุกอุปสรรค และร่วมสนับสนุนในทุกการเปลี่ยนแปลง ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องอีกทั้งในปีนี้และต่อ ๆ ไป

ธรรมรัตน์ โชควัฒนา
กรรมการผู้อำนวยการ
และประธานกรรมการบริหาร



ขอบเขตรายงาน

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อแสดงถึงผลการดำเนินงานของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ในรอบปี 2566 (1 มกราคม-31 ธันวาคม 2566) เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนอันเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามแผนแม่แบบการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 3 ประการ ได้แก่ “**คนดี สินค้าดี สังคมดี**” ทั้งนี้บริษัทฯ ได้จัดทำเผยแพร่ข้อมูลมาตั้งแต่ปี 2557 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 โดยอ้างอิงการจัดทำรายงานให้มีความสอดคล้องตามดัชนีชี้วัดของ GRI STANDARD และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)

เนื้อหาสาระและสาระสำคัญของรายงานปี 2566 มุ่งเน้นการดำเนินงานตามทิศทางการดำเนินธุรกิจ (วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์องค์กร) หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมของปรัชญาในการทำงาน รวมถึงการดูแลพนักงาน การพัฒนาพนักงานให้เป็นคนดี การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจและสร้างโอกาสให้กับสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมโยงบริบทดังกล่าวข้างต้นเข้ากับประเด็นความยั่งยืนสากลในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG)

ขอบเขตรายงาน :

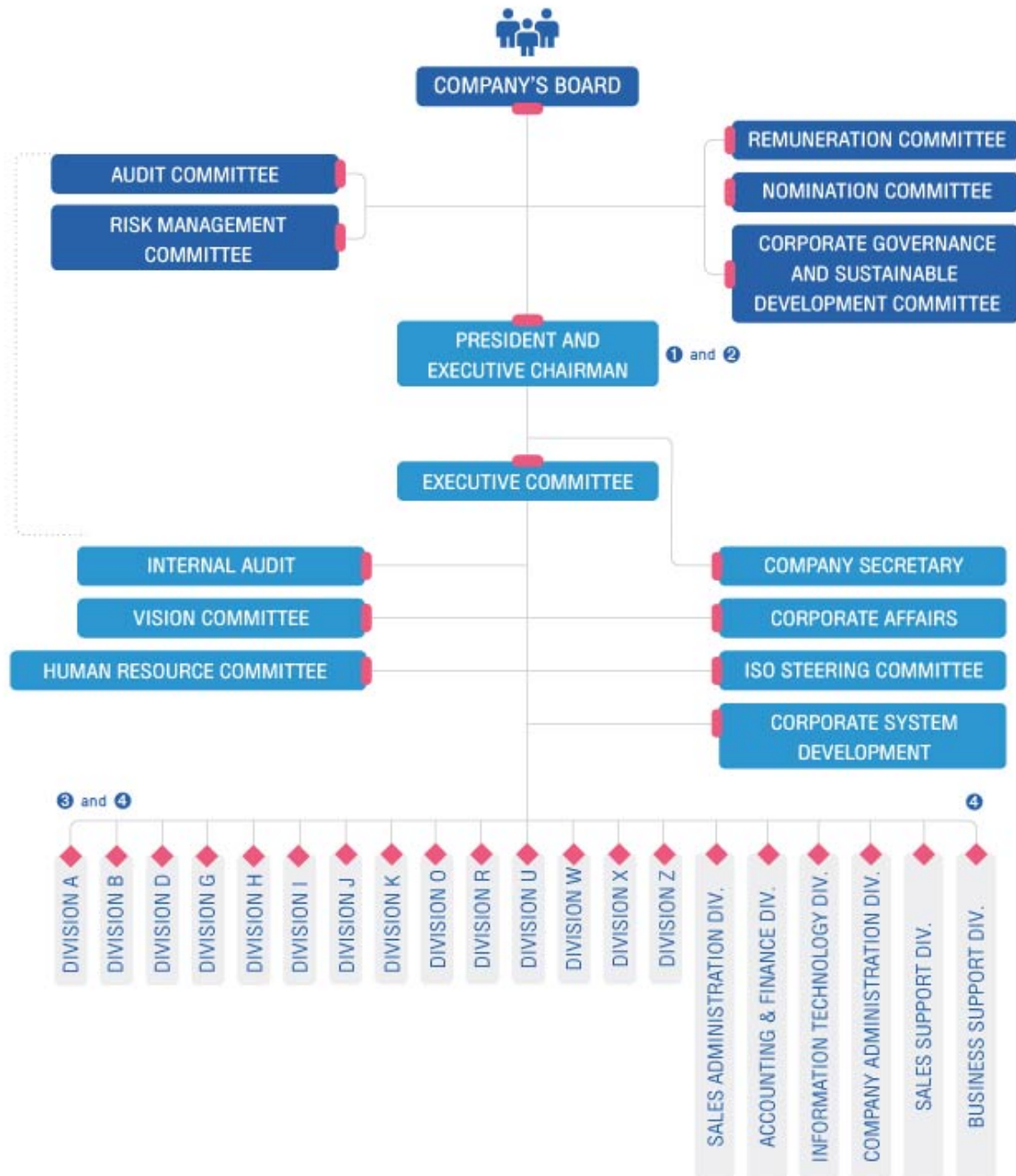
รายงานความยั่งยืนประจำปี 2566 ได้แสดงผลการดำเนินงาน จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในทุกกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ ครอบคลุมพื้นที่ปฏิบัติงานภายใต้การดูแลของบริษัทฯ และบริษัทฯ พันธมิตร 8 แห่ง กระจายตามภูมิภาค ดังนี้



หากมีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ กรุณาติดต่อ
ส่วนงานประชาสัมพันธ์กลาง ฝ่ายสำนักงานบริษัท
บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 530 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ 0-2293-9000 และอีเมล pr@icc.co.th

โครงสร้างองค์กร

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ ตามโครงสร้างการจัดองค์กรของบริษัท ณ 31 ธันวาคม 2566 และได้เผยแพร่ผ่านทาง Website ของบริษัท <http://www.icc.co.th>



① - ④ คือ ผู้บริหารของบริษัทตามประกาศคณะกรรมการ ก.ล.ด.



ข้อมูลองค์กร

2507

บริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นในปี 2507 โดยมีพนักงานเพียง 7 คน ภายใต้ชื่อห้างหุ้นส่วน จำกัด อินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ (เพียซ)

01

2513

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน “วาโก้” จากประเทศญี่ปุ่น

02

2518

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษ “แอร์โรว์” จากประเทศสหรัฐอเมริกา

03

2521

ได้รับอนุมัติจากกระทรวงการคลังให้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

04

2525

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฟชั่นสตรี “อิตคิน”

05

2527

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษ “กิลาริช” จากประเทศฝรั่งเศส

06

2531

พ.ศ. 2531 รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษและสตรี “ลาคอสท์” จากประเทศฝรั่งเศส

07

2534

พ.ศ. 2534 รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใช้ในภัตตาคารระดับโลก “มิซูโน่”

08

2537

จดทะเบียนแปรรูปเป็นบริษัท มหาชน จำกัด และได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

09

2539

เพื่อสะท้อนต้นกำเนิดและแนวคิดของบริษัทที่เป็น ASIAN อย่างเต็มตัว จึงได้มีการเปลี่ยนสัญลักษณ์ของบริษัทใหม่ โดย I แทนชื่อบริษัท ตัว C ซ้อนกัน 2 ตัวลักษณะคล้ายรูปโลกภายในประกอบด้วย มังกร แทนจักรราศี มะโรง หมายถึงปีที่ก่อตั้งบริษัท (พ.ศ. 2507) และ หนู แทนจักรราศี ชวด หมายถึงปีที่มีการเปลี่ยนชื่อ เมื่อรวมกันจะหมายถึง ความยิ่งใหญ่แห่งเอเชียที่มีอำนาจและมีสูง หนาเดียวกัน ก็มีความคล่องตัว พร้อมทั้งจะเผชิญหน้ากับทุกสถานการณ์ ด้วยความอดทน

10

2540

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษและสตรี “DAKS” จากประเทศอังกฤษ

11

2541

ริเริ่มมหกรรมส่งออกสินค้าในเครือสหพัฒน์ “สกรู๊ปเอ็กซ์พอร์ต’98” หรือ “สกรู๊ปแฟร์” ในปัจจุบัน

12



2542

เริ่มธุรกิจสินค้า BSC (BEST SELECTED COLLECTION)

2546

จัดตั้งโครงการ 108 SHOP เพื่อสนับสนุนการค้าปลีกของคนไทย และนำระบบ QRMS (Quick Response Marketing System) มาใช้ในการบริการการขาย โดยติดตั้งระบบ ณ จุดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ

2551

จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม S Channel

2561

ก่อตั้งศูนย์จัดจำหน่ายเครื่องสำอางภายใต้คอนเซ็ปต์สถานีแห่งความงาม Beauty Station

2564

ขยายช่องทางการขายโดยได้เปิดร้านค้าออนไลน์ ภายใต้ชื่อ iccshopping.com โดยรวบรวมโปรโมชันเด็ดจากสินค้าแบรนด์ดังในเครือสหพัฒน์ไว้อย่างครบครัน ให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบายตลอด 24 ชั่วโมง

2566

บริษัทฯ ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัท ฮิวแมนิก้า จำกัด (มหาชน) โดยมีเป้าหมายในการร่วมกันบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ผ่านการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในกระบวนการทำงาน เพื่อมุ่งสู่ Digital Transformation อย่างเต็มรูปแบบ

13

2545

จัดตั้ง His & Her Shop แห่งแรก ณ ศูนย์การค้าบิ๊กเจียง จ.หนองคาย

14

15

2547

จัดตั้งอาคารสำนักงานใหม่ด้วยโครงสร้างอาคารแฝดสูง 6 ชั้น ในบริเวณใกล้เคียงอาคารเดิม และยังคงใช้จนถึงปัจจุบัน และริเริ่มโครงการประกวดนวัตกรรมเครือสหพัฒน์ CHIRMAN AWARDS

16

17

2559

ขยายช่องทางการขายไปยังช่องทางออนไลน์ eThailandBEST.com และ จัดตั้งโครงการนวัตกรรม ICC INNOVATION AWARDS

18

19

2562

เซ็นสัญญาความร่วมมือกับ ADK Emotion Inc. รับสิทธิ์ดูแลลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์ Kumamon ในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ *(หมดสัญญาในปี 2565)

20

21

2565

His&Her ขยายช่องทางการขายเพื่อสอดรับไลฟ์สไตล์การช้อปปิ้งแบบใหม่ภายใต้ชื่อ At First "Inspiring Your Life" คอมมูนิตี้นักช้อปปิ้งที่กว่า 2,800 ตารางเมตร ที่รวบรวมแบรนด์ดัง อาทิ Lacoste, Guy Laroche, Daks, Naturalizer, Wacoal, BSC, Elle, Enfant และสินค้าไลฟ์สไตล์อีกมากมาย ที่ ชั้น G โซน A ศูนย์การค้าเอ็มบีเคเซ็นเตอร์

22

23

บริษัทโอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เต็มเต็มไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยอย่างครบครัน ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพระดับสากล ได้แก่

1. เครื่องสำอางและเครื่องหอม
2. เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ
3. เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี
4. เครื่องแต่งกายเด็ก
5. เครื่องหนังและเครื่องประดับ
6. เครื่องกีฬา
7. เครื่องใช้ภายในบ้าน





ภาพรวมธุรกิจ

รายละเอียดตัวเลขชี้วัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2566



การกำกับดูแลกิจการที่ดี

- **ไม่มี** กรณีทุจริตคอร์รัปชัน
- **ไม่มี** การกระทำผิดกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับองค์กร
- สนองนโยบายงดรับของขวัญในทุกเทศกาล
- เข้าร่วมและได้รับการต่ออายุสมาชิก CAC อย่างต่อเนื่อง

การเติบโตของธุรกิจ

รายละเอียดปรากฏในรายงานประจำปี 2566

2566 รายได้รวม (ประจำปี)

10,030 ล้านบาท

(เดือนมกราคม 2566 - ธันวาคม 2566 รวม 12 เดือน)

สัดส่วนรายได้
จากประเทศไทย



สัดส่วนรายได้
จากต่างประเทศ



เปรียบเทียบกับปี 2565

2565

รายได้รวม (ประจำปี)

9,471 ล้านบาท

(เดือนมกราคม 2565 - ธันวาคม 2565 รวม 12 เดือน)

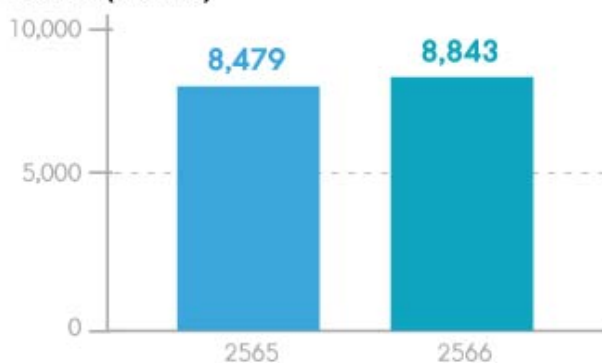
สัดส่วนรายได้
จากประเทศไทย



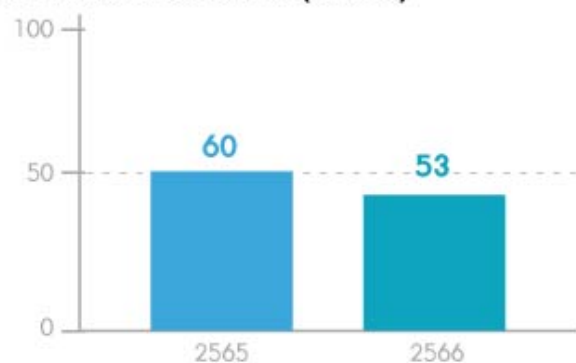
สัดส่วนรายได้
จากต่างประเทศ



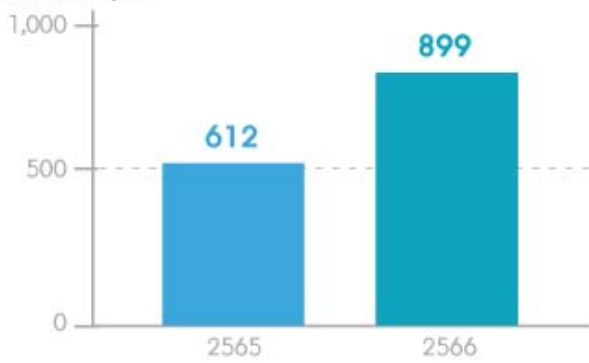
ยอดขาย (ล้านบาท)



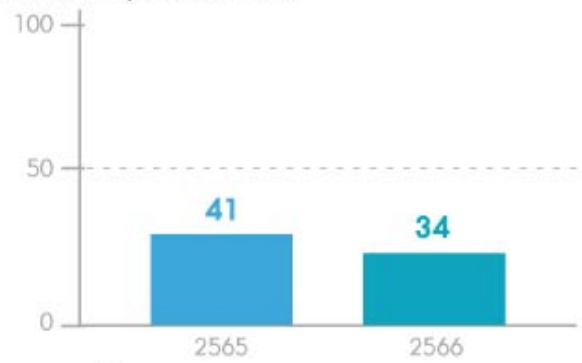
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน (ล้านบาท)



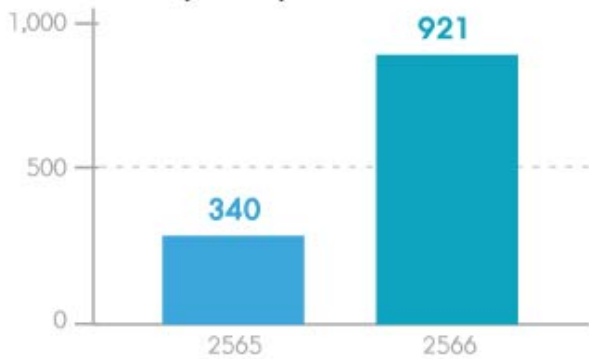
กำไร (บาทกม)



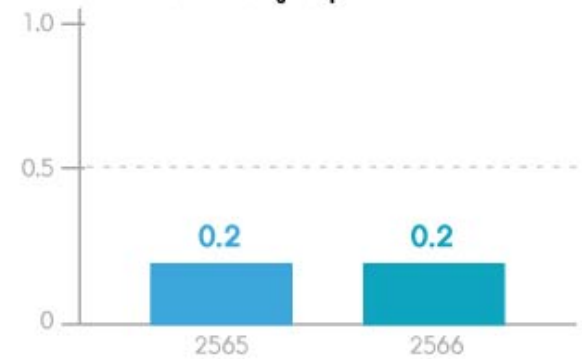
ภาษีเงินได้บุคคล (ล้านบาท)



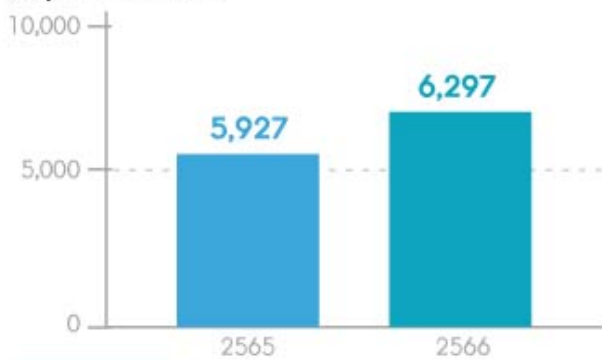
เงินปันผลประจำปี (ล้านบาท)



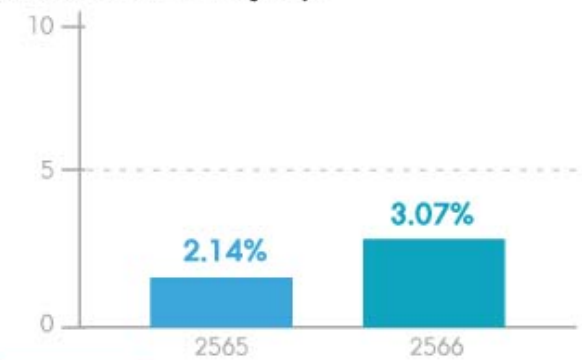
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น



ต้นทุนขาย (ล้านบาท)



อัตรามลกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น



สิ่งแวดล้อม

ปริมาณการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจก
2,053 ตันตัน
คาร์บอนไดออกไซด์

ลดการใช้พลังงานไฟ
ลดลง
0.48%

สัดส่วนการใช้
เชื้อเพลิงทดแทน
3.87%

ของเสียอันตราย
ที่นำไปฝังกลบ
เป็น **0**

ส่งต่อขยะเพื่อเข้าสู่
กระบวนการย่อยสลาย
3,047 กิโลกรัม

ปลูกต้นไม้
79 ไร่

สังคม

จำนวนผู้บาดเจ็บ
จากการทำงาน
ถึงขั้นเสียชีวิต
เป็นศูนย์



อัตราการบาดเจ็บจากการ
ทำงาน ถึงขั้นสูญเสียวันทำงาน
1.6669 ราย/
1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

จำนวนบุคลากร รวม **3,180** คน
-พนักงานชาย **2,096** คน
-พนักงานสำนักงาน **1,084** คน



สัดส่วนพนักงานหญิง
86.57%
คะแนนความพึงพอใจ
จากพนักงาน
100% พึงพอใจ



ส่งเสริม
การจัดการน้ำชุมชน
200 ครัวเรือน



วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม

ในฐานะผู้นำด้านการดำเนินธุรกิจ คณะกรรมการและผู้บริหารได้ดำเนินงานตามแบบแผนวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับการแข่งขันของตลาด และมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน

ในปี 2566 คณะกรรมการและผู้บริหารได้ร่วมพิจารณากบทวน กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และกลยุทธ์ เพื่อเป็นแผนงานในการดำเนินธุรกิจในระยะเวลา 3 ปี โดยจะเริ่มปรับใช้ในปี 2565-2567 ดังนี้



ปี 2565-2567

วิสัยทัศน์ :

มุ่งสู่การเป็นบริษัทของคนไทย ที่มีการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี ส่งมอบประสบการณ์ความสุข ความสวยงาม และความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

พันธกิจ :

1

พัฒนาโครงสร้างการดำเนินธุรกิจในทุกมิติ (New Model) ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง (Changes) ของตลาดและผู้บริโภค

2

พัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการ สร้างความสูงและความสวยงามเพื่อลูกค้า

3

พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายและทันสมัย ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

4

เพิ่มขีดความสามารถ และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านทัศนคติ วิธีคิด และวิธีการทำงาน ควบคู่กับการมีคุณธรรมและจริยธรรม

5

พัฒนาองค์กรภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม และนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สุจริต พัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ค่านิยมองค์กร



■ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ■

กลยุทธ์ การบริหารจัดการที่เน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว การจัดสรรบุคลากรให้สอดคล้องกับหน้าที่งาน รวมถึงการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุแท้จริง (Root Cause) เพื่อเกิดกระบวนการทำงานใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กลยุทธ์ พัฒนาระบบงานที่ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม และเหมาะสมกับแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ พัฒนาทักษะความรู้ความชำนาญใหม่ ๆ ที่ทันสมัยให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสร้างความรวดเร็ว (Speed) และความถูกต้อง (Accuracy) ในการทำงาน รวมถึงการบริหารจัดการเรื่องข้อมูล ทั้งภายในองค์กรและการเชื่อมประสานกับลูกค้า หรือพันธมิตรทางธุรกิจ



ICC

กับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เรามุ่งมั่นพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน โดยกำหนดกรอบการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ประการ ได้แก่ “คนดี สินค้าดี สังคมดี” เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN SDGs) 17 ประการ

Highlight

ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สำคัญ

- ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดอยู่ในระดับ “ดีเลิศ” (Excellent CG Scoring by alphabetical order) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7
- ผลการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2566 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย จัดอยู่ในระดับ “คะแนนเต็มร้อย ดีเยี่ยมสมควรเป็นตัวอย่าง” (ระดับ 5 เหรียญ) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
- บริษัทฯ ร่วมกับ บริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ภายใต้แบรนด์ SHELL RECHARGE ซึ่งถือเป็นสถานีชาร์จแห่งแรกในสำนักงานขององค์กร ภาคธุรกิจ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 90)
- บริษัทฯ นำคณะสื่อมวลชนร่วมเปิด 4 โรงงานการผลิต 4 แบรนด์ ในการดูแลของ BSC International ได้แก่ PURE CARE, ESSENCE, ผ้าขนหนู BSC BAMBOO และ ENFANT โฉวศักยภาพด้านความยั่งยืน ภายใต้นโยบาย “คนดี สินค้าดี สังคมดี” (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 46-47)





สรุปผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2566 (ESG Metrics)

มิติสิ่งแวดล้อม				
GRI Standards	ESG Indicators	Unit	1 ปี ก่อนรายงาน (e.g. 2565)	ปีที่รายงาน (e.g. 2566)
E1 นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม				
GRI 103	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	มี/ไม่มี	มี	มี
	จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	จำนวนกรณี	0	0
E2 การจัดการด้านพลังงาน				
GRI 302	แผนการจัดการด้านพลังงาน	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า	kWh	4,232,565	3,392,358
	ปริมาณการใช้เชื้อเพลิง	ลิตร	N/A	105,811.50
	ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	kWh	110,932.25	108,543.60
E3 การจัดการน้ำ				
GRI 303	แผนการจัดการน้ำ	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณการใช้น้ำ	ลูกบาศก์เมตร	53,745	85,408
E4 การจัดการขยะและของเสีย				
GRI 306	แผนการจัดการขยะและของเสีย	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณขยะและของเสีย	กิโลกรัม	1,179	3,047
E5 การจัดการก๊าซเรือนกระจก				
GRI 305	แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมของขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2	tCO ₂ e	N/A	2,053
	การทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยหน่วยงานภายนอก	มี/ไม่มี	ไม่มี	มี



บิตัสกม						
GRI Standards	ESG Indicators	Unit	1 ปี ก่อนรายงาน (e.g. 2565)		ปีที่รายงาน (e.g. 2566)	
S1 สิทธิมนุษยชน						
GRI 412 (Disclosure 405-1)	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน	มี/ไม่มี	มี		มี	
	สถิติพนักงานจำแนกตามเพศและสัญชาติ		หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
	จำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัท - ไทย	คน	2,932	444	2,753	427
		คน	2,932	444	2,753	427
	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาคและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0		0	
S2 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม						
GRI 401 (Disclosure 405-1)	สถิติพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ		หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
	- อายุน้อยกว่า 30ปี	คน	502	90	406	87
	- อายุ 30-50 ปี	คน	2,048	308	1,948	295
	- อายุมากกว่า 50 ปี	คน	382	46	399	45
	สถิติพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง		หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
	- ระดับปฏิบัติการ	คน	2,777	392	2,516	358
- ระดับบริหาร	คน	142	39	223	55	
- ผู้บริหารระดับสูง	คน	13	13	14	14	
GRI 405	จำนวนพนักงานผู้พิการและ/ผู้สูงอายุ	คน	15	3	16	3
การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน						
GRI 405	จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน	บาท	1,010,888,278		1,035,959,112	
	ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	%	79%		82%	
การพัฒนาพนักงาน						
GRI 404	แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี		มี	
	จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน	ชม./คน/ปี	2		7.7	



ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน				
GRI 403	แผนงาน หรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	มี/ไม่มี	มี	มี
	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	ครั้ง	3	2

การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน				
GRI 402	แผนการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี
	ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	%	1.98	5.03
GRI 407	จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0

S3 ความรับผิดชอบต่อลูกค้า /ผู้บริโภค

สิทธิผู้บริโภค				
GRI 102-43	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	มี/ไม่มี	มี	มี
	จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหลพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
GRI 418	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภคพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0

S4 ความรับผิดชอบต่อชุมชน/สังคม

GRI 413	นโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี
	แผนส่งเสริมการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี
	จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/สังคมพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0

มิติดูแลลูกค้าและเศรษฐกิจ

GRI Standards	ESG Indicators	Unit	1 ปี ก่อนรายงาน (e.g. 2565)	ปีที่รายงาน (e.g. 2566)
---------------	----------------	------	-----------------------------	-------------------------

G1 นโยบาย โครงสร้างและระบบกำกับดูแลกิจการ

จรรยาบรรณธุรกิจ

GRI 102-17	จรรยาบรรณธุรกิจ (code of conduct)	มี/ไม่มี	มี	มี
	นโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	มี/ไม่มี	มี	มี



GRI Standards	ESG Indicators	Unit	1 ปี ก่อน รายงาน (e.g. 2565)	ปีที่รายงาน (e.g. 2566)
GRI 102-17	จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
COM-G1 ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล				
Disclosure 418-1	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล	มี/ไม่มี	มี	มี
	ร้อยละของจำนวนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์	%	100	100
	มาตรการและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	มี/ไม่มี	มี	มี
Disclosure 418-1	ร้อยละพนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	%	100	100
	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์ พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
G2 นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน				
GRI 102-55	นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืนระดับองค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี
G3 การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน				
GRI 102-15	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปัจจัยความเสี่ยงและโอกาสจากประเด็นด้านความยั่งยืน (ESG risks)	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปัจจัยความเสี่ยงใหม่ (emerging risks) ที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคตอันใกล้	มี/ไม่มี	ไม่มี	มี
	แผนบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี
G4 การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน				
GRI 308	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี
	แผนบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี
GRI 414	จรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี
	ร้อยละของคู่ค้าสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	%	100	100





ความท้าทาย/โอกาส

พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โควิด-19 ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยมีแนวโน้มจับจ่ายสินค้าบนช่องทางออนไลน์มากขึ้น ขณะเดียวกันสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ เป็นสินค้าประเภทเกี่ยวกับสุขภาพและการป้องกันโรคระบาด ซึ่งบริษัทฯ ไม่ได้จัดจำหน่าย

แต่อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้มีการปรับตัวให้เข้ากับความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงนี้อยู่เสมอ โดยขยายประเภทของสินค้า และรูปแบบการจัดจำหน่าย ส่งผลให้ในปี 2566 เป็นปีที่บริษัทฯ มียอดขายออนไลน์อยู่ในระดับเติบโตดี ขณะเดียวกันยอดขายสินค้าออฟไลน์มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดที่คลี่คลายลง

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

ผู้บริโภคหันมาใส่ใจด้านสุขภาพและความปลอดภัยอย่างเข้มข้นมากขึ้น แม้ในปัจจุบันการแพร่ระบาดจะลดลง แต่การจัดจำหน่ายสินค้าที่หน้าร้านยังคงรักษามาตรการเข้มงวดในเรื่องความสะอาด ความปลอดภัย ตลอดจนการเพิ่มช่องทางที่หลากหลายในการชำระเงินเพื่ออำนวยความสะดวก และใส่ใจด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบุคคล (PDPA) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม

จากสภาพอากาศที่แปรปรวน และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรง ส่งผลให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใส่ใจในด้านความยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น ในปี 2566 บริษัทได้เน้นย้ำและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) รวมถึงปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค



แผนการดำเนินงานใน 2567

- ☉ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนแบบจริงจัง ลดการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนคัดเลือกว่างดุดิบจากธรรมชาติที่ระบุแหล่งที่มาอย่างชัดเจน และตรวจสอบได้
- ☉ นำนวัตกรรมมาปรับใช้กับสินค้าและบริการเพื่อสร้างความหลากหลายทางธุรกิจ ตอบสนองความต้องการ ลดปัญหาด้านแรงงาน และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- ☉ ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด ควบคุมห่วงโซ่อุปทาน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในองค์กร

รางวัลด้านสินค้าและบริการ



- Enfant Organic Plus Face & Body Sunscreen Milky ได้รับรางวัล MOMMY'S CHOICE สาขา BEST KIDS SUNSCREEN LOTION จาก Amarin Baby & Kids Awards 2023



- เสื้อผ้าสำหรับเด็ก Enfant ได้รับรางวัล EDITOR'S CHOICE สาขา BEST CHILDREN CLOTHES จาก Amarin Baby & Kids Awards 2023



- Baby Fabric Wash with Softener ได้รับรางวัล EDITOR'S CHOICE สาขา BEST NATURAL & ORGANIC BABY LAUNDRY DETERGENT จาก Amarin Baby & Kids Awards 2023



- The Best of PURE CARE BSC Nano White Intensive Moisturize ได้รับรางวัล The Best of SKINCARE ITEMS 2023 หมวด สกินแคร์ (Skincare) จาก The Best of Daily Beauty 2023 by Dailynews



แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ด้วยพันธกิจของบริษัทฯ ที่มุ่งมั่นพัฒนาองค์กรอย่างมีธรรมาภิบาล ธุรกิจมีการดำเนินเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมอบผลตอบแทนที่ดีและยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งด้าน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมขยายธุรกิจใหม่ ๆ พัฒนาบุคลากรและองค์กรอย่างต่อเนื่อง ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี เพื่อให้มีศักยภาพความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในการแข่งขัน

แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ



คนดี

สร้างคุณค่าคนดี : ประพฤติ ปฏิบัติตนเป็นคนดีบนพื้นฐานความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเอง องค์กร และสังคม



สินค้าดี

สร้างมูลค่าธุรกิจ : พัฒนาคุณภาพสินค้าบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



สังคมดี

สร้างโอกาสทางสังคม : สนับสนุนกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปสู่สังคมที่เข้มแข็ง

หลักคิดสู่ความสำเร็จ

1

ผู้เพื่อนะ

2

คิดบวก

3

วินัย

4

ศรัทธา

5

รวดเร็ว

6

ซื่อสัตย์เที่ยงตรง

7

สามัคคี

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

- มุ่งเน้นการสร้างคุณค่า และพัฒนาความยั่งยืนในทุกสถานการณ์ ในทุกธุรกิจทั้งต่อองค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- กำหนดจรรยาบรรณทางธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้อง ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปฏิบัติต่อลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม

เป้าหมายด้านความยั่งยืน

- ส่งมอบคุณภาพชีวิตที่ดีให้ผู้บริโภค โดยหลักการสำคัญของบริษัท “คนดี สินค้าดี สังคมดี”
- บริหารงานบนพื้นฐานแห่งความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม จริยธรรม ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล มั่นคง และเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน



บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบและนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยพิจารณาถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มต่าง ๆ โดยได้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ (Environmental Social and Governance: ESG) ที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม โดยได้กำหนดนโยบายการดำเนินงานในแต่ละมิติ ไว้ดังนี้

มิติธรรมาภิบาล

มุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการพัฒนาพนักงานให้เป็น “คนเก่ง” ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้าด้วย “สินค้าดี” ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองลูกค้าทุกรูปแบบ รวมถึงมุ่งพัฒนาเครือข่ายธุรกิจร่วมกับคู่ค้า ลูกค้า และพัฒนาปรับเปลี่ยนระบบการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ

- การดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การดำเนินธุรกิจอย่างมีความโปร่งใส



มิติสิ่งแวดล้อม

มุ่งมั่นสู่การเป็นองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการบริหารจัดการด้านพลังงาน น้ำ ของเสีย และขยะอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการปลูกฝังพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ให้มีจิตสำนึกในการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม

- การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
- ความหลากหลายทางชีวภาพ
- การจัดการด้านพลังงาน
- แหล่งน้ำและมลพิษ
- มลพิษทางอากาศ

มิติสังคม

มุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพและทักษะของพนักงาน ตลอดจนสังคม ให้เทียบพร้อมในด้านความรู้ ความสามารถ และปลูกฝังการสร้างจิตสำนึก “การให้” ซึ่งเป็นพื้นฐานของ “คนดี” เพื่อขับเคลื่อนสังคมที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน

- สิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- การส่งเสริมและพัฒนาทักษะแรงงาน
- ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์
- ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค



ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

บริษัทฯ ได้รวบรวมข้อมูลที่สำคัญทั้งในอุตสาหกรรมและแวดวงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ เพื่อนำมาทบทวนนโยบายหรือปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และยังคงความสามารถในการบรรลุเป้าหมายตามแผนพัฒนาที่ยั่งยืน (SD Roadmap) ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 3 ประการ ได้แก่ “คนดี สืบค้าดี สังคมดี” พร้อมทั้งเชื่อมโยงประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญขององค์กร กับมิติด้านความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งบริษัทฯ ได้จำแนกไว้ตามแนวทางของ GRI STANDARD และ SDGs



การกำหนดประเด็นสำคัญในรายงาน

บริษัทฯ ยึดหลักการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสำคัญ และพิจารณาปัจจัยที่ตอบสนองต่อมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อาจเกิดผลกระทบต่อประเด็นด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



การระบุประเด็น

พิจารณาจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ ผ่านกิจกรรมและโครงการในวาระต่าง ๆ ตลอดปี



ภายในองค์กร

ข้อมูลจากการประชุมผู้รับผิดชอบในประเด็นที่สำคัญกับความยั่งยืน และกลยุทธ์ของบริษัทฯ รวมทั้งการบริหารความเสี่ยงที่บริษัทฯ ต้องจัดการทั้งในระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว เพื่อบรรลุเป้าหมายที่บริษัทฯ กำหนดไว้



ภายนอกองค์กร

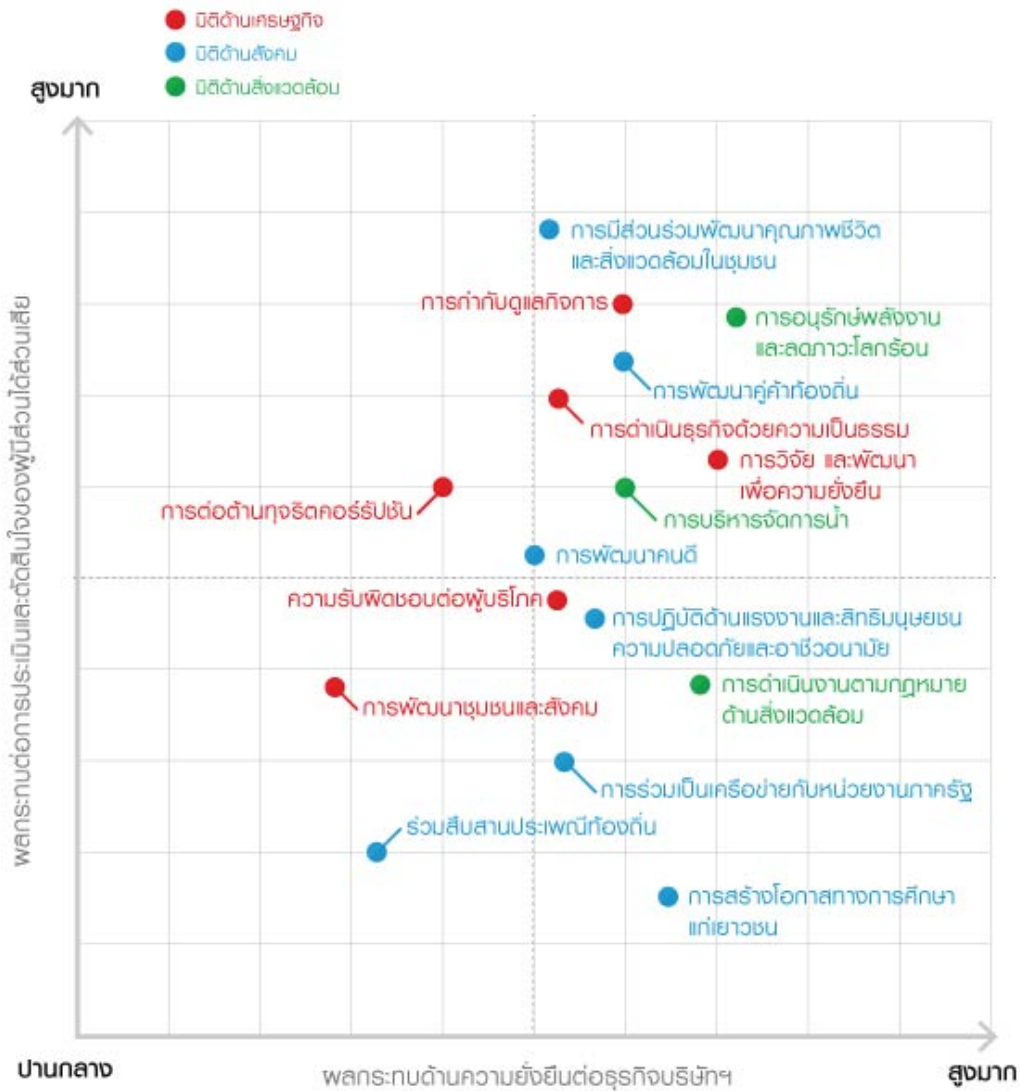
ข้อมูลจากการประชุมกับผู้รับผิดชอบในสายงานต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มต่อบริษัทฯ ด้วยการสำรวจความคิดเห็น หรือแบบประเมินผลด้านต่าง ๆ หรือจากการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นทางการ เช่น การเสวนาหารือ ประชุม สัมมนา หรือสัมภาษณ์ตามความเหมาะสมของแต่ละกลุ่ม



การจัดลำดับความสำคัญ

นำประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาวิเคราะห์เทียบเคียงกับความสอดคล้องในประเด็น และตัวชี้วัดตามแนวทาง GRI STANDARD และ SDGs แล้วจัดลำดับความสำคัญ และคัดเลือกข้อมูลที่มีอยู่ในความคาดหวังและความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ





ความมุ่งมั่นตามกรอบ SDGs

จากกรอบและเป้าหมายการดำเนินงานธุรกิจ บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN SDGs) ในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

บริษัทฯ กับความมุ่งมั่นตามกรอบ SDGs

ประเด็นสาระสำคัญ	SDGs	SDG Targets
สิ่งแวดล้อม		
การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ		1.5 สร้างภูมิคุ้มกันให้กับผู้ที่ยากจนและอยู่ในสถานการณ์เปราะบาง รวมทั้งลดและป้องกันความเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงของอากาศและภัยพิบัติทางเศรษฐกิจ
		9.4 ยกกระดับโครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืนโดยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการทางอุตสาหกรรมที่สะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
		12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
		13.3 พัฒนาการศึกษ การสร้างความตระหนักรู้ และขีดความสามารถในเรื่องการลดปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การปรับตัว การลดผลกระทบ และการเตือนภัยล่วงหน้า
การบริหารจัดการพลังงาน		7.1 สร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงบริการพลังงานสมัยใหม่ที่เชื่อถือได้ ในราคาที่สามารถซื้อหาได้ ภายในปี พ.ศ. 2573
		7.2 เพิ่มสัดส่วนของพลังงานทดแทนในการผสมผสานการใช้พลังงานของโลก
การบริหารจัดการน้ำ		6.3 ยกกระดับคุณภาพน้ำ โดยลดมลพิษ ขจัดการทิ้งขยะ และลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย ลดสัดส่วนน้ำเสียที่ไม่ผ่านกระบวนการลงครึ่งหนึ่ง และเพิ่มการนำกลับมาใช้ใหม่
		6.6 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในทุกภาคส่วน และสร้างหลักประกันว่าจะมีการใช้น้ำและจัดการน้ำที่ยั่งยืน เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนน้ำ และจำนวนประชาชนที่ประสบความทุกข์จากการขาดแคลนน้ำ
		12.4 มุ่งมั่นจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลดการปลดปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดินอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด
สุขภาพและความปลอดภัย		9.4 ยกกระดับโครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการทางอุตสาหกรรมที่สะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ประเด็นสาระสำคัญ	SDGs	SDG Targets
การบริหารจัดการขยะและของเสีย	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 	12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ 12.4 บรรลุการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลดการปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดินอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด 12.5 ลดการผลิตของเสียโดยให้มีการป้องกัน การลดปริมาณ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่
สังคัม		
การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน	5 GENDER EQUALITY  8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH  10 REDUCED INEQUALITIES 	5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิงในทุกที่ 5.2 ขจัดความรุนแรงทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิงทั้งในที่สาธารณะและที่ส่วนบุคคล รวมถึงการขจัดการค้ามนุษย์ การแสวงประโยชน์ทั้งทางเพศ และในรูปแบบอื่น 5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงจะมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ และมีโอกาสที่เท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกระดับของการตัดสินใจในเรื่องการเมือง เศรษฐกิจ และสาธารณะ 8.5 ส่งเสริมการจ้างงานเต็มที่มีผลผลิตภาพสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพ และให้มีการจ่ายค่าจ้างที่เท่าเทียม 8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคงสำหรับผู้ทำงานทุกคน รวมถึงผู้ทำงานต่างด้าว โดยเฉพาะหญิงต่างด้าว และผู้ทำงานเสี่ยงอันตราย 10.2 เสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมความครอบคลุมทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองสำหรับทุกคน โดยไม่คำนึงถึงอายุ เพศ ความพิการ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ แหล่งกำเนิด ศาสนา สถานะทางเศรษฐกิจ หรืออื่น ๆ 10.3 สร้างหลักประกันว่าทุกคนจะมีโอกาสที่เท่าเทียมและลดความไม่เสมอภาค รวมถึงโดยการขจัดกฎหมาย นโยบาย และแนวทางปฏิบัติที่เลือกปฏิบัติ และส่งเสริมการออกกฎหมาย นโยบาย และการปฏิบัติที่เหมาะสมในเรื่องดังกล่าว
การพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี	2 ZERO HUNGER  11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES 	2.1 ยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคนโดยเฉพาะคนที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบาง เพื่อให้ทุกคนได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยมีโภชนาการ และเพียงพอตลอดทั้งปี 11.7 จัดให้มีการเข้าถึงพื้นที่สีเขียว ที่ปลอดภัย ครอบคลุมและเข้าถึงได้โดยถ้วนหน้า โดยเฉพาะผู้หญิง เด็ก คนชรา และผู้มีความบกพร่องทางร่างกาย
สุขภาพและความปลอดภัย	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING  8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH  12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 	3.4 ลดการตายก่อนวัยอันควรจากโรคไม่ติดต่อให้ลดลงหนึ่งในสาม ผ่านทางการป้องกันและการรักษาโรค และส่งเสริมสุขภาพจิตและความเป็นอยู่ที่ดี 8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคงสำหรับผู้ทำงานทุกคน รวมถึงผู้ทำงานต่างด้าว โดยเฉพาะหญิงต่างด้าว และผู้ทำงานเสี่ยงอันตราย 12.8 สร้างหลักประกันว่าประชาชนในทุกแห่งมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมีความตระหนักถึงการพัฒนายั่งยืนและวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับธรรมชาติ



ประเด็นสาระสำคัญ	SDGs	SDG Targets
การพัฒนาทักษะบุคลากร	  	<p>4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางด้านเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ</p> <p>4.7 สร้างหลักประกันว่าผู้เรียนทุกคนได้รับความรู้และทักษะที่จำเป็นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงการศึกษาสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนและการมีวิถีชีวิตที่ยั่งยืน สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาคระหว่างเพศ การส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความสงบสุขและการไม่ใช้ความรุนแรง การเป็นพลเมืองของโลก และความชื่นชมในความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการที่วัฒนธรรมมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน</p> <p>5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงจะมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ และมีโอกาสที่เท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกระดับของการตัดสินใจในเรื่องการเมือง เศรษฐกิจ และสาธารณะ</p> <p>10.2 เสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมความครอบคลุมทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองสำหรับทุกคน โดยไม่คำนึงถึงอายุ เพศ ความพิการ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ แหล่งกำเนิด ศาสนา สถานะทางเศรษฐกิจ หรืออื่น ๆ</p>
การพัฒนาชุมชน	  	<p>1.4 สร้างหลักประกันว่าชายและหญิงทุกคน โดยเฉพาะผู้ที่ยากจนและเปราะบาง มีสิทธิเท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากร รวมถึงการเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐาน การเป็นเจ้าของและมีสิทธิในที่ดิน และทรัพย์สินในรูปแบบอื่น มรดก ทรัพยากรธรรมชาติ เทคโนโลยีใหม่ที่เหมาะสม และบริการทางการเงิน ซึ่งรวมถึงระบบการเงินระดับฐานราก</p> <p>4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางด้านเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ</p> <p>4.7 สร้างหลักประกันว่าผู้เรียนทุกคนได้รับความรู้และทักษะที่จำเป็นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงการศึกษาสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนและการมีวิถีชีวิตที่ยั่งยืน สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาคระหว่างเพศ การส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความสงบสุขและการไม่ใช้ความรุนแรง การเป็นพลเมืองของโลก และความชื่นชมในความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการที่วัฒนธรรมมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน</p> <p>8.6 ลดสัดส่วนของเยาวชนที่ไม่มีงานทำ ที่ไม่มีการศึกษา และที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม</p>
ความร่วมมือเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ		<p>17.6 ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศและในภูมิภาค และการเข้าถึงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี นวัตกรรม และยกระดับการแบ่งปันความรู้ ตามเงื่อนไขที่ตกลงร่วมกัน โดยรวมถึงผ่านการพัฒนาการประสานงานระหว่างกลไกที่มีอยู่เดิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับของสหประชาชาติ และผ่านทางกลไกอำนาจความสะอาดด้านเทคโนโลยีของโลก</p> <p>17.9 เพิ่มพูนการสนับสนุนระหว่างประเทศสำหรับการดำเนินการด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถที่มีประสิทธิภาพเพื่อดำเนินงานในทุกเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน</p>
การสร้างโอกาสทางการศึกษา		<p>4.1 สร้างหลักประกันว่าเด็กชายและเด็กหญิงทุกคนจะสำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ เท่าเทียม และไม่มีความใช้จ่าย นำไปสู่ผลลัพธ์ทางการเรียนที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>4.3 ให้ชายและหญิงทุกคนเข้าถึงการศึกษาวิชาเทคนิคอาชีวศึกษา อุดมศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัย ในราคาที่ทุกคนเข้าถึงได้และมีคุณภาพ</p> <p>4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางด้านเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ</p>
การสืบสานประเพณีและวัฒนธรรม		<p>11.4 เสริมความพยายามที่จะปกป้องและคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติของโลก</p>

ประเด็นสาระสำคัญ	SDGs	SDG Targets
ธรรมาภิบาล		
การกำกับดูแลกิจการที่ดี	 	<p>16.3 ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าทุกคนสามารถเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียม</p> <p>16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ</p> <p>16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และมีความเป็นตัวแทนที่ดี ในทุกระดับการตัดสินใจ</p> <p>17.10 ส่งเสริมระบบการค้าพหุภาคีที่เป็นสากล มิกติกา เปิดกว้าง ไม่เลือกปฏิบัติ และเสมอภาค ภายใต้องค์การการค้าโลก โดยรวมถึงผ่านข้อสรุปของการเจรจาภายใต้วาระการพัฒนารอบโดฮา</p> <p>17.13 เพิ่มทุนเสถียรภาพเศรษฐกิจมหภาคของโลก โดยรวมถึงผ่านทาง การประสานงานนโยบาย และความสอดคล้องเชิงนโยบาย</p> <p>17.14 ยกกระดับความสอดคล้องเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน</p>
ห่วงโซ่คุณค่า	   	<p>8.2 ส่งเสริมการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการสร้างความหลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นภาคการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และใช้แรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>9.2 ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืนและให้เพิ่มส่วนแบ่งของภาคอุตสาหกรรมในการจ้างงานและผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ</p> <p>9.4 ยกกระดับโครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืนโดยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการทางอุตสาหกรรมที่สะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น</p> <p>12.8 สร้างหลักประกันว่าประชาชนในทุกแห่งมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมีความตระหนักถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนและวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับธรรมชาติ</p> <p>15.2 ส่งเสริมการดำเนินการด้านการบริหารจัดการป่าไม้ทุกประเภทอย่างยั่งยืน หยุดยั้งการตัดไม้ทำลายป่า ฟื้นฟูป่าที่เสื่อมโทรม และเพิ่มการปลูกป่าและฟื้นฟูป่าทั่วโลกอย่างจริงจัง</p>
การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม		<p>10.4 นำนโยบาย โดยเฉพาะนโยบายการคลัง ค่าจ้าง และการคุ้มครองทางสังคมมาใช้ และให้บรรลุความเสมอภาคยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง</p>



ประเด็นสาระสำคัญ	SDGs	SDG Targets
ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค		9.4 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืนโดยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการทางอุตสาหกรรมที่สะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
		12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
		12.5 ลดการเกิดของเสียโดยให้มีการป้องกัน การลดปริมาณ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่
		14.1 ป้องกันและลดมลพิษทางทะเลทุกประเภทอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะจากกิจกรรมบนแผ่นดิน รวมถึงขยะในทะเลและมลพิษจากอาหาร
การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน		15.2 ส่งเสริมการดำเนินการด้านการบริหารจัดการป่าไม้ทุกประเภทอย่างยั่งยืน หยุดยั้งการตัดไม้ทำลายป่า ฟื้นฟูป่าที่เสื่อมโทรม และเพิ่มการปลูกป่าและฟื้นฟูป่าทั่วโลกอย่างจริงจัง
		16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ
		16.6 พัฒนาสถาบันที่มีประสิทธิผล มีความรับผิดชอบ และโปร่งใสในทุกระดับ
การบริหารความเสี่ยง		16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และมีความเป็นตัวแทนที่ดี ในทุกระดับการตัดสินใจ
		12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
		12.4 บรรลุการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปลดปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดินอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบทางลบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด
		12.7 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐที่ยั่งยืน ตามนโยบายและการให้ลำดับความสำคัญของประเทศ
การพัฒนาศักยภาพคู่ค้า		16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ
		16.6 พัฒนาสถาบันที่มีประสิทธิผล มีความรับผิดชอบ และโปร่งใสในทุกระดับ
		8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพการสร้างงานที่สมควรความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม
		12.6 สนับสนุนให้บริษัท โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติและบริษัทขนาดใหญ่ รับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนไปใช้ และบูรณาการข้อมูลด้านความยั่งยืนไว้ในรอบการรายงานของบริษัทเหล่านั้น

ประเด็นสาระสำคัญ	SDGs	SDG Targets
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	  	<p>2.3 เพิ่มความสามารถในการผลิตทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก โดยเฉพาะผู้หญิง คนพื้นเมือง เกษตรแบบครอบครัว เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ และชาวประมง ให้เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า โดยรวมถึงการเข้าถึงที่ดิน ทรัพยากรและปัจจัยการผลิต ความรู้ บริการทางการเงิน ตลาด และโอกาสสำหรับการเพิ่มมูลค่าและการจ้างงานนอกพื้นที่การเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ อย่างปลอดภัยและเท่าเทียม</p> <p>9.2 ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน</p> <p>12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>12.3 ลดของเสียอาหาร (food waste) ของโลกลงครึ่งหนึ่งในระดับค้าปลีกและผู้บริโภค และลดการสูญเสียอาหาร (food loss) ตลอดการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว</p>
ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว	 	<p>16.6 พัฒนาสถาบันที่มีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบ และโปร่งใสในทุกระดับ</p> <p>16.10 สร้างหลักประกันว่าสาธารณชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีการปกป้องเสรีภาพขั้นพื้นฐาน ตามกฎหมายภายในประเทศและความตกลงระหว่างประเทศ</p> <p>17.6 ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศและในภูมิภาคแบบเหนือ-ใต้ ได้-ได้ และไตรภาคี และการเข้าถึงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม และยกระดับการแบ่งปันความรู้ตามเงื่อนไขที่ตกลงร่วมกัน โดยรวมถึงผ่านการพัฒนาการประสานงานระหว่างกลไกที่มีอยู่เดิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับของสหประชาชาติ และผ่านทางกลไกอำนาจความสะอาดด้านของโลก</p>
การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	 	<p>16.2 ยุติการข่มเหง การแสวงหาประโยชน์อย่างไม่ถูกต้อง การค้ามนุษย์ และความรุนแรงและการทรมานทุกรูปแบบที่มีต่อเด็ก</p> <p>16.3 ส่งเสริมหลักนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าทุกคนสามารถเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียม</p> <p>16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ</p> <p>16.6 พัฒนาสถาบันที่มีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบ และโปร่งใสในทุกระดับ</p> <p>16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และมีความเป็นตัวแทนที่ดี ในทุกระดับการตัดสินใจ</p> <p>17.16 ยกกระดับหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยส่งเสริมความร่วมมือจากภาคส่วนที่หลากหลายซึ่งจะระดมและแบ่งปันความรู้ ความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี และทรัพยากรทางการเงิน เพื่อจะสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา</p> <p>17.17 สนับสนุนและส่งเสริมหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาครัฐ-ภาคเอกชน และประชาสังคม โดยสร้างบนประสบการณ์และกลยุทธ์ด้านทรัพยากรของหุ้นส่วน</p>
การวิจัยและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน	 	<p>8.2 ส่งเสริมการมีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการสร้างความหลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นภาคการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และใช้แรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>9.5 เพิ่มพูนการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ระดับขีดความสามารถทางเทคโนโลยีของภาคอุตสาหกรรมในทุกประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา และจัดการส่งเสริมนวัตกรรมและให้เพิ่มจำนวนผู้ทำงานวิจัยและพัฒนาภายในองค์กรให้มากขึ้น</p>

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน
ด้วยการพัฒนาพนักงานให้เป็น “คนเก่ง” ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่า
แก่ลูกค้าด้วยแบรนด์ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองลูกค้าทุกรูปแบบ
มุ่งเน้นพัฒนาเครือข่ายธุรกิจ ร่วมกับคู่ค้าและลูกค้าในหลากหลายช่องทาง
รวมทั้งพัฒนาปรับเปลี่ยนระบบและกระบวนการทำงาน
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยั่งยืน



หลักคิดสู่ความสำเร็จ

เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และพันธกิจ บริษัทฯ ได้กำหนด หลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนในองค์กรยึดถือในการปฏิบัติร่วมกัน ดังนี้

หลักคิดสู่ความสำเร็จ
บริษัท ไอ.ซี.อี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

ยกยอและก้าวไกล เติบโตเกินเป้าหมาย

- ผู้เพื่อชม
- คิดบวก
- วินัย
- ศรัทธา
- รวดเร็ว
- ซื่อสัตย์ เที่ยงตรง
- สามัคคี

รายละเอียดเพิ่มเติม SCAN HERE

• ผู้เพื่อชม:

เสริมสร้างอุดมการณ์ให้พนักงานมีความเป็นน้ำใจ ด้วยการคิดวางแผนกลยุทธ์ที่จะต่อสู้ในธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ติดตามผล และเปิดใจรับการปรับแผนการทำงานอยู่เสมอเพื่อชัยชนะทางธุรกิจ

• คิดบวก

เสริมสร้างอุดมการณ์ให้พนักงานเกิดความคิดเชิงบวก ไม่มีอะไรที่จะหยุดยั้งความสำเร็จอย่างไม่มีเงื่อนไข

• วินัย

สร้างวินัยในการทำงาน รวมถึงการสื่อสาร และการปฏิบัติงานด้วยความเที่ยงตรง แก่องค์กร พร้อมติดตามผลปฏิบัติงาน และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

• ศรัทธา

เสริมทัศนคติแก่พนักงานให้เกิดความศรัทธาต่อตนเองและผู้อื่นเพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความเชื่อมั่น ความผูกพัน และบรรลุเป้าหมายในการทำงาน รวมถึงกระทำความดีทั้งต่อตนเองและผู้อื่น

• รวดเร็ว

พัฒนาบุคลากรให้เกิดความตระหนักถึงการตอบสนองที่รวดเร็วในการให้บริการ และตัดสินใจ โดยยึดคุณค่าของลูกค้า ด้วยความสมดุลกับความเป็นพนักงานอย่างเป็นรูปธรรม

• ซื่อสัตย์ เที่ยงตรง

ปลูกฝังให้พนักงานมีความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น องค์กร สังคม รวมถึงประเทศชาติทั้งในที่ลับและในที่แจ้ง

• สามัคคี

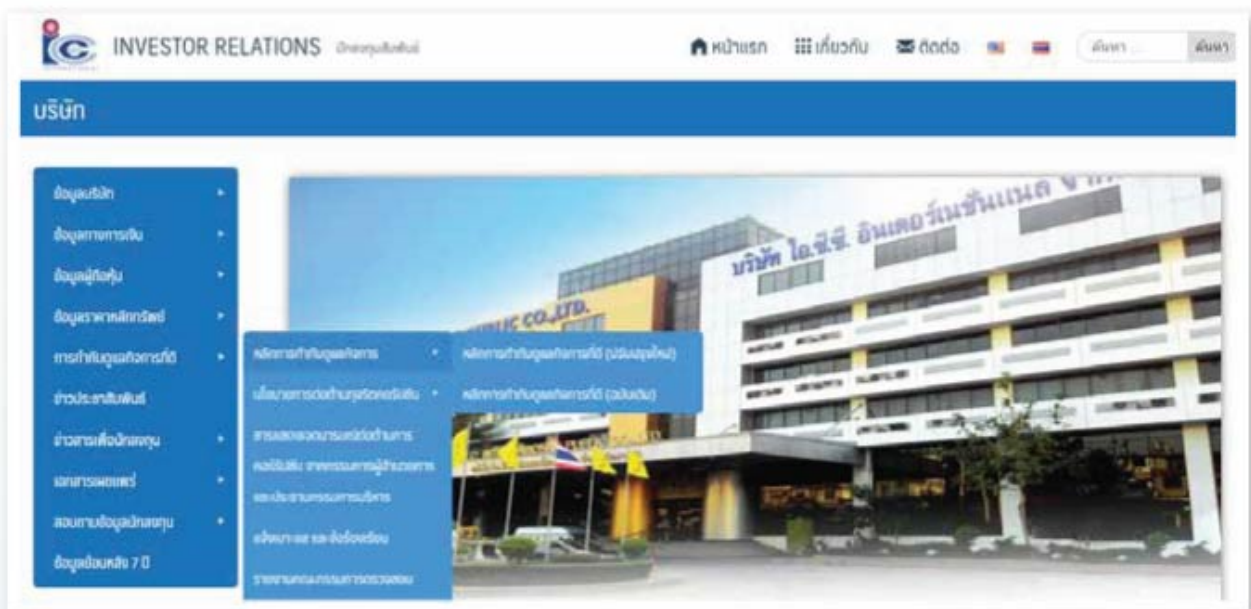
สร้างวิสัยทัศน์มุ่งไปในทิศทางเดียวกับองค์กร ด้วยความร่วมแรงร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมทำเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร





การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดีและได้จัดทำ “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี” (The Good Corporate Governance Principles) อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร และเป็นข้อพึงปฏิบัติของกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานในการดำเนินธุรกิจ โดยมีความเชื่อมั่นว่าการมีระบบการบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ตลอดจนมีการถ่วงดุลอำนาจ และระบบการควบคุมภายในที่มีความเพียงพอและเหมาะสมควบคู่ไปกับการเคารพสิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างให้องค์กรมีภูมิคุ้มกันที่ดี และสร้างความเจริญเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืนในระยะยาว



หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

1. บริษัทฯ ได้จัดทำคู่มือนโยบายหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อเผยแพร่กับสาธารณชนผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ และแจกไปยังกรรมการ ผู้บริหาร และคู่ค้า
2. นำเสนอวิดิทัศน์หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่
3. อบรมพนักงานทุกคน พร้อมมีข้อกำหนดให้พนักงานทุกคนทำแบบทดสอบทบทวนข้อมูล ผ่านระบบ e-learning
4. เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของบริษัท www.icc.co.th บนคอลัมน์ “นักลงทุนสัมพันธ์” และ “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

การบริหารจัดการด้านความเสี่ยง

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงขององค์กร จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้น โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการบริหารความเสี่ยงในระดับปฏิบัติการ โดยประเมินความเสี่ยงด้านขั้นตอนการปฏิบัติ (Operational Risk) ความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ความเสี่ยงการทุจริตภายในองค์กร (Fraud Risk) และความเสี่ยงการทุจริตคอร์รัปชัน (Corruption Risk) ความเสี่ยงเกี่ยวกับ Ransom ware ฯลฯ โดยได้กำหนดวิธีการดำเนินการ การติดตาม และสร้างเครื่องมือ ดังนี้



การดำเนินงานในปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ สนับสนุนการดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และยังคงมุ่งมั่นดำเนินการตามกรอบการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้บุคลากรในองค์กรสามารถปฏิบัติงานและลดความเสี่ยงต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(รายละเอียดเพิ่มเติม ดูได้ที่ แบบ 56-1 One-Report ประจำปี 2566)

ความมุ่งหวัง

บริษัทฯ มีแผนปรับโครงสร้างการจัดการภายในองค์กร ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในปี 2567 บริษัทฯ จะเน้นการปฏิบัติงานด้วยความกระชับ เพื่อลดความซ้ำซ้อน และลดความเสี่ยงในทุกมิติ เพื่อขับเคลื่อนบริษัทฯ ไปสู่ความสำเร็จต่อไป



การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ตระหนักดีว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของการดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ ได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงมีการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อจัดทำแผนงานตอบสนองที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจกับทุกฝ่าย ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง รวมถึงได้มีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



พนักงาน

- ค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเหมาะสม
- มีแผนในการอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถ
- มีความทัดเทียมและโอกาสในความก้าวหน้า
- ดูแลเรื่องความปลอดภัยและคุณภาพชีวิต

ความคาดหวัง

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถตามแผนประจำปี
- รับฟังความคิดเห็น หรือข้อร้องเรียนพนักงาน (The Voice-QR code)
- วารสารสายใย (วารสารภายในองค์กร)
- การสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Broadcasting และ Webmail Intranet และ Line group



ผู้ถือหุ้น

- ให้ผลตอบแทนการลงทุนที่สูงและต่อเนื่อง
- ผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างมั่นคง
- บริหารงานด้วยความโปร่งใส เป็นธรรมตามหลักบรรษัทภิบาล
- การเปิดเผยข้อมูล

- ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี
- การแถลงผลการดำเนินงานรายไตรมาสภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด
- การตอบข้อซักถามทางโทรศัพท์ อีเมลรายงานประจำปี
- จัดงาน “นักวิเคราะห์ นักลงทุนพบเครือข่ายพัฒนา” เป็นประจำทุกปี

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ลูกค้า

- ได้รับข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง
- ราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสม
- ได้รับสินค้าและบริการที่มีความเหมาะสม
- มีสินค้าที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นทางเลือก
- การรับประกันสินค้าและบริการ
- การรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า

ความคาดหวัง

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การเข้าพบลูกค้า
- การจัดงานแสดงและจัดจำหน่าย
- การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ
- การทำกิจกรรมร่วมกับลูกค้า
- จัดตั้ง ICC Call Center บริการศูนย์ข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์
- การมีช่องทางให้ลูกค้าได้แสดงข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน



ผู้ค้า

- ปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อตกลงเงื่อนไขทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง
- สร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกัน
- แลกเปลี่ยนความรู้ ร่วมกันพัฒนาสินค้าและบริการ เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ

- การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ
- การจัดประชุมคู่ค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อส่งเสริมและชี้แจงแนวทางการดำเนินงาน
- การเยี่ยมเยียนคู่ค้าเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
- การมีช่องทางการรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน
- การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์เป็นประจำ
- การทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อจัดทำกรอบความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจการแข่งขันทางการค้าที่สุจริต รวมถึงหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าของลูกค้าที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนและละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ความคาดหวัง

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร



คู่แข่ง

- ดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความ เป็นธรรม โปร่งใส ปฏิบัติตามกรอบ การแข่งขันที่ดีและสุจริต

- การสร้างเงื่อนไขในการแข่งขันที่เป็น ธรรมร่วมกัน



เจ้าหนี้เงินกู้

- ปฏิบัติตามสัญญา ชื้อดตกลงอย่าง ชัดเจน และเป็นธรรม
- แจ้งให้เจ้าหนี้เงินกู้ทราบล่วงหน้าหาก ไม่สามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันใน สัญญาเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไข โดยใช้หลักความสมเหตุสมผล
- จ่ายชำระดอกเบี้ยและคืนเงินต้น ตรงตามกำหนดเวลากับเจ้าหนี้เงินกู้ ตลอดมา

- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อ ร้องเรียน



ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

- สินค้าและบริการที่เหมาะสมกับการ ดำรงชีวิตประจำวัน
- ให้ความรู้ ความเข้าใจด้านสุขภาพ
- ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงผลกระทบต่อ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

- การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ
- การมีช่องทางการรับข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน



เจ้าหนี้การค้า

- สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขและ ชื้อดตกลงของสัญญา โดยใช้วิธีการ โอนเงินผ่านธนาคารในระบบ Media Clearing กำหนดการรับวางบิลและ โอนจ่ายเงิน

- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อ ร้องเรียน

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ลูกหนี้

- ปฏิบัติตามสัญญา ชำระคืนอย่างชัดเจนและเป็นธรรม

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน



ภาครัฐ

- ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
- ร่วมมือและสนับสนุนการพัฒนาโครงการและกิจกรรมสาธารณประโยชน์

- ชำระภาษีถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลาตามข้อกำหนดของกฎหมาย
- ร่วมประชุมให้ข้อคิดเห็น และสนับสนุนกิจกรรมภาครัฐอย่างต่อเนื่อง



สื่อมวลชน

- การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์

- ดำเนินการสื่อสารถึงสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ
- นำสื่อมวลชนเยี่ยมชมกิจกรรม หรือ การดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านต่าง ๆ
- สนับสนุนและมีส่วนร่วมร่วมกับกิจกรรมของสื่อมวลชน

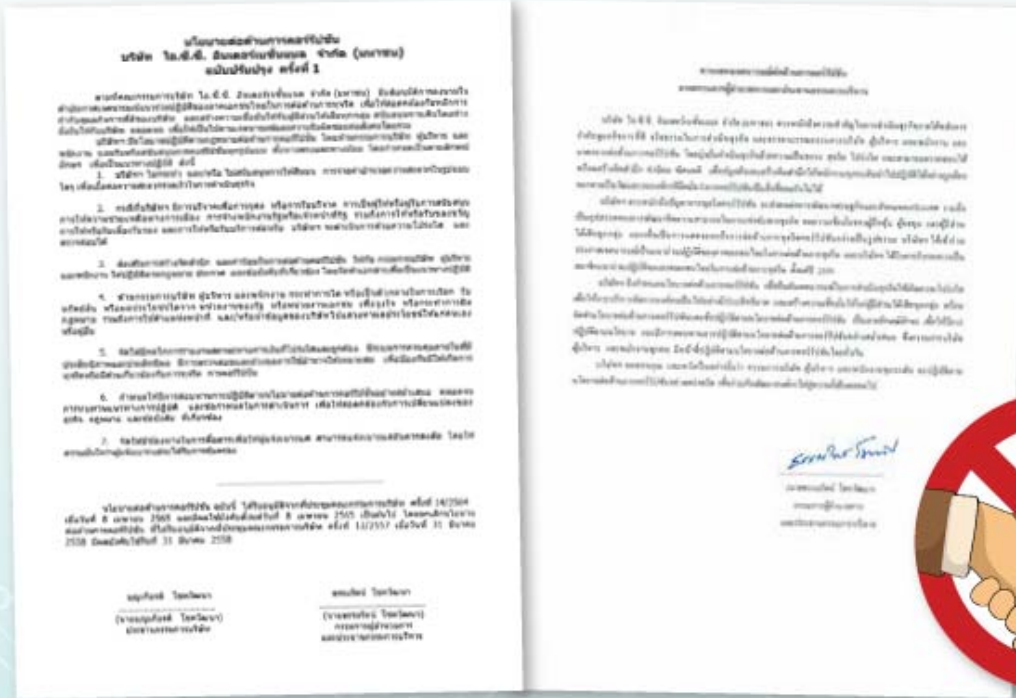




นโยบายต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

“ความซื่อสัตย์” เป็น 1 ในหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการของบริษัทฯ การให้ความสำคัญในด้านการจัดการภายใน และดำเนินธุรกิจจึงยึดมั่นแนวทางการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษร และเริ่มสื่อสารให้ “จดเว้นการให้ของขวัญแก่กรรมการบริษัทฯ ผู้บริหาร หรือพนักงานของบริษัทในทุกโอกาส” ไปยังพนักงาน คู่ค้า และบุคคลภายนอกที่ติดต่อกิจการกับบริษัทฯ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งการติดประกาศ จดหมาย อีเมล และเว็บไซต์ เป็นต้น

รวมถึงกำหนดให้มีระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสชัดเจนและเป็นธรรม มีข้อกำหนดในการเสนองานจัดซื้อจัดจ้าง และมีแนวทางการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสสำหรับคู่ค้าอย่างชัดเจน มีการจัดทำทะเบียนราคากลางของวัสดุ อุปกรณ์ การเปรียบเทียบราคาจัดซื้อ การประกวดราคาจัดจ้างการก่อสร้าง หรือตกแต่งร้านทั้งในกรณีปกติและกรณีเร่งด่วน ซึ่งผู้บริหารและพนักงานมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามระบบที่วางไว้อย่างเคร่งครัด กรณีตรวจพบการไม่ปฏิบัติตามระบบโดยเจตนาทุจริต ถือเป็นความผิดร้ายแรงทางวินัยของบริษัทฯ



ทั้งนี้ ยังได้มีการสื่อสารนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันผ่านช่องทางการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร อาทิ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ระบบ Intranet และ ระบบ e-learning การจัดกิจกรรม “คนนี่สิ...ICC Click Like” เป็นประจำทุกเดือน เพื่อยกย่องผู้ที่กระทำความดีหรือมีความซื่อสัตย์สุจริต การอบรมและทดสอบเกี่ยวกับ “นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน” ผ่านระบบ e-learning สำหรับพนักงานทุกคน รวมถึงเผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.icc.co.th



การแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน

บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียน เมื่อพบเรื่องที่น่าจะเป็นการกระทำผิดกฎหมาย การทุจริต หรือประพฤติมิชอบของพนักงานในบริษัท ตลอดจนพฤติกรรมที่อาจเป็นปัญหาและก่อให้เกิดความเสียหาย โดยผ่านช่องทางและกระบวนการที่บริษัทกำหนด



หากพบเห็น มีหลักฐาน หรือมีข้อสงสัยว่ามีพนักงานหรือบุคคลซึ่งกระทำในนามบริษัทไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการให้สินบนหรือคอร์รัปชันทั้งทางตรงและทางอ้อม การทุจริต การกระทำความผิดกฎหมาย การไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณ กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน การไม่ได้รับความเป็นธรรมในการปฏิบัติงาน สามารถแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียนผ่านช่องทางดังต่อไปนี้

- คณะกรรมการตรวจสอบทาง e-mail: iccauditcommittee@icc.co.th
- ผ่านทางไปรษณีย์ ตู้ไปณ. 22 ปณ. ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
- ร้องเรียนโดยตรงด้วยวาจา หรือทำเป็นหนังสือถึงผู้รับข้อร้องเรียน
- ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ โทรศัพท์ 0-2294-4999
- เลขานุการบริษัท โทรศัพท์ 0-2295-0688



มาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีมาตรการคุ้มครองผู้ที่แจ้งข้อมูลหรือให้เบาะแส โดยจะเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องไว้เป็นความลับ และจะคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ร้องเรียนเว้นแต่กรณีที่ต้องเปิดเผยตามที่กฎหมายกำหนด และหากการแจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียนให้ถ้อยคำ หรือให้ข้อมูลใด ๆ ที่พิสูจน์ได้ว่าเป็นการกระทำโดยไม่สุจริต อันส่งผลให้บุคคลหรือบริษัท ได้รับความเสียหาย กรณีเป็นพนักงานของบริษัท จะได้รับการลงโทษทางวินัยตามกฎหมายของบริษัท และ/หรือ ดำเนินคดีตามกฎหมาย แต่หากเป็นบุคคลภายนอกที่กระทำ ทางบริษัทสงวนสิทธิ์ในการดำเนินคดีตามกฎหมายกับบุคคลนั้น ๆ



การดำเนินธุรกิจ ด้วยความเป็นธรรม



บริษัทฯ มุ่งเน้นในการประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม มีจรรยาบรรณ และตั้งมั่นที่จะ
แข่งขันทางการค้าตามหลักจริยธรรมในการประกอบการการค้า กฎหมาย และหลักการแข่งขันทางการค้าอย่าง
เสมอภาคกัน รวมถึงปฏิเสธพฤติกรรมที่จะขัดขวางการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม เช่น การแสวงหาข้อมูลที่เป็น
ความลับของคู่แข่งทางการค้า การเรียก รับ และให้ผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่ถูกต้อง และไม่สุจริต

บริษัทฯ มีแนวปฏิบัติที่ไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่มีการลอกเลียนแบบ หรือ
นำทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาใช้ในธุรกิจโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยในปี 2559 บริษัทฯ ได้ริเริ่มให้มีการ
จัดประกวดนวัตกรรมไอ.ซี.ซี. (รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้ที่หน้า 44-45) และสนับสนุนให้พนักงานส่ง
นวัตกรรมเข้าประกวดในเวทีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทฯ ตระหนักว่าความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญ อันนำมาสู่ความสำเร็จของบริษัทฯ อย่างยั่งยืน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

- 1 ดำเนินธุรกิจด้านการผลิต จำหน่ายสินค้า และบริการที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 2 ดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่น พัฒนาสินค้า และบริการ คิดค้นนวัตกรรมเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้า และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจโดยไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง
- 3 ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือความซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม และไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของลูกค้า รักษาความลับทางการค้าของลูกค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
- 4 ไม่เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดที่ไม่สุจริตจากลูกค้า ทั้งทางตรงและทางอ้อม
- 5 ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้า ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามได้ ให้รีบแจ้งลูกค้าล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
- 6 จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร “ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์” เพื่อให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม





การวิจัยและพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

ในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่น และความงาม รวมถึงสินค้าอุปโภค บริโภคชั้นนำในประเทศไทย บริษัทฯ มุ่งมั่นในการค้นคว้าวิจัย และพัฒนานวัตกรรมด้านสินค้าและบริการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลให้แก่องค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงได้ริเริ่มโครงการประกวดนวัตกรรมไอ.ซี.ซี. เป็นครั้งแรกในปี 2559 โดยผู้ผ่านเข้ารอบจะได้เป็นตัวแทนบริษัทฯ ในการประกวดนวัตกรรมเครือข่าย (Chairman Awards) ซึ่งจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี

นอกจากนี้ ในฐานะที่บริษัทฯ เป็นผู้ริเริ่มจัดประกวดโครงการด้านนวัตกรรมประจำเครือข่าย ได้จัดทำเว็บไซต์ www.sahainnovation.icc.co.th ขึ้น ในปี 2564 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในเครือข่าย รวมถึงองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำข้อมูลเพื่อใช้ในการประกวด โดยพนักงานในเครือข่าย และบุคคลทั่วไป สามารถเข้าชมเว็บไซต์ได้



ซึ่งในปี 2566 บริษัทฯ ได้ส่งเข้าประกวดในโครงการ นวัตกรรมเครือข่ายพัฒนา (Chairman Awards) ประจำปี 2566 (ครั้งที่ 19) จำนวนผลงานที่เข้าประกวด และได้รับรางวัล ดังนี้

ผลงานที่เข้าร่วมและได้รับรางวัล 2564-2566 (*ย้อนหลัง 3 ปี)

ประเภท / ปี	2564	2565	2566
จำนวนผลงานที่เข้าร่วมประกวด Innovation Awards	78	84	88
จำนวนผลงานที่เข้าร่วม แบ่งตามประเภทผลงาน			
• Product	19	21	19
• Production	16	25	27
• Energy Saving & Global Warming & Environment	10	2	8
• System & Process	11	11	13
• Sales & Marketing	7	5	3
• Services & Personality	3	3	1
• Corporate Social Responsibility (CSR)	3	4	3
• Petty Awards	9	13	14
จำนวนผลงานที่เข้าร่วมประกวด Chairman Awards			
• เฉพาะบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)	7	4	1
• บริษัทในเครือสหพัฒน์	71	80	87



เป้าหมายการดำเนินงานในอนาคต

ไม่หยุดที่จะพัฒนา ตลอดจนปรับปรุงเว็บไซต์ www.sahainnovation.icc.co.th ให้มีความทันสมัยเพื่อรองรับกระแสความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอยู่เสมอ เพื่อให้พนักงานในบริษัทฯ ในเครือข่าย ตลอดจนบุคคลทั่วไปได้ประโยชน์จากการเข้าถึงความรู้ด้านนวัตกรรม

ผลักดันให้ทุกฝ่ายคิดและสร้างนวัตกรรมในทุกมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติ ESG เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ ต่อเครือ และต่อสังคมอย่างยั่งยืน



BSC INTERNATIONAL

เราเลือกสรรสิ่งที่ดีที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภคได้สิ่งที่ดีที่สุด

ภายใต้สโลแกน **BEST SELECTED COLLECTION – BSC**

บริษัทฯ ในฐานะผู้ทำการตลาด และจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค-บริโภคชั้นนำ กว่า 100 แบนด์ พาคนซื้อมวลชน ไซส์ศักยภาพด้านความยั่งยืน นำเสนอ 4 ผลิตภัณฑ์ จาก 4 โรงงานการผลิต ภายใต้การดูแลของ BSC International (บีเอสซี อินเตอร์เนชั่นแนล)

ผลิตภัณฑ์ซักผ้า Essence

โดย บริษัท ไลอ้อน (ประเทศไทย) จำกัด ตั้งอยู่ภายในสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี ปัจจุบันได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 : วัฒนธรรมสีเขียว ตามโครงการของกระทรวงอุตสาหกรรม ตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) มุ่งเน้นการลดเขยปริมาณปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากการใช้พลังงานไฟฟ้าในการผลิตสินค้าทั้งหมดให้เท่ากับศูนย์ ด้วยคาร์บอนเครดิตจาก Solar Farm ที่ได้รับรองจากโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (Thailand Voluntary Emission Reduction Program : T-VER)

ในส่วนของน้ำยาซัก ใช้สารประกอบ LAS-H (Linear Alkyl Benzene Sulfonic acid) และ P2B (Sodium Lauryl Ether Sulfate) ที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมี นอกจากนี้ยังมีการนำ Pigging System มาใช้ เพื่อลดการสูญเสียผลิตภัณฑ์น้ำยาซักผ้าตลอดกระบวนการ

แพคเกจจิ้ง บรรจุด้วยขวด Light Weight ที่ลดการใช้เม็ดพลาสติก สามารถพับเพื่อทำลาย ช่วยลดพื้นที่ทิ้งขยะ ทั้งยังมีอักษรเบรลล์บนขวด เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการทางสายตา ส่งเสริมและลดการใช้พลาสติกด้วยช้อนตักผงซักฟอก ที่ผลิตจากเยื่อกระดาษ ที่ทำให้ Recycle ได้แบบ 100%



ผ้าขนหนู BSC Bamboo

โดย บริษัท ราชอุชิโน้ จำกัด ตั้งอยู่ภายในสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี ที่ได้รับรางวัลและใบรับรอง ถึงระบบบริหารคุณภาพ ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมและผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากหลายองค์กร ด้านผลิตภัณฑ์ ใส่ใจในทุกมิติของผู้ใช้งาน ตั้งแต่วิธีการคัดเลือกวัตถุดิบอย่าง “เยื่อไผ่อร์แกนิก” ที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวด้านความนุ่ม อ่อนโยน ระบายอากาศได้ดี สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ ไม่ก่อให้เกิดมลพิษ ช่วยลดพลังงานการ



ปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดอายุการใช้งาน นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติพิเศษในการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO²) ได้มากกว่าต้นไม้ทั่วไป ถึง 4 เท่า

เครื่องแต่งกายเด็ก BSC Infant

โดย บริษัท ไทยวาโก้ (จำกัด) มหาชน โรงงานผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งประกอบด้วย ชุดชั้นในสตรี ชุดชั้นนอกลำลองสตรี และชุดเด็ก และเป็นโรงงานที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากลระดับ Go Green Factory และ Eco Factory ที่ให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อมและการใช้พลังงานทางเลือก เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนตลอดกระบวนการผลิต และการขนส่ง

ด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้าเด็ก แบรินด์จึงเน้นย้ำเรื่องความอ่อนโยน ปลอดภัย และความสะอาด ตั้งแต่การคัดเลือกที่มาของวัตถุดิบ โดยได้เลือกใช้ “เยื่อไม้ และ ฝ้ายบริสุทธิ์” ที่เป็น Biotechnology กล่าวคือ เป็นกรรมวิธีการปลูกแบบใช้น้ำน้อยที่สุด และไร้สารเคมี โดยทุกขั้นตอนผ่านการการวิจัยและพัฒนาจากห้อง Lab ที่ได้มาตรฐาน ผ่านกระบวนการฟอกย้อมเส้นใยด้วยจุลินทรีย์ที่ปลอดภัย มีขั้นตอนการตัดเย็บที่สะอาดและตรวจสอบความปนเปื้อนด้วยอุโมงค์ตรวจจับโลหะ ไปจนถึงการเลือกใช้ Packaging ที่ผู้ใช้งานสามารถนำไปใช้ซ้ำ หรือส่งต่อผลิตภัณฑ์จากรุ่นสู่รุ่น



เครื่องสำอาง BSC Pure Care



โดย บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล แลบบอราทอรีส์ จำกัด หรือ ILC โรงงานผลิตเครื่องสำอางแห่งแรกของประเทศไทย มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมความงามสู่ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ด้วยมาตรฐานระดับสากล และเทคโนโลยีขั้นสูง โดยตัวผลิตภัณฑ์ BSC Pure Care แนวคิดและวิธีการทำเครื่องสำอางแบบ Vegan ซึ่งเป็นเทรนด์ของตลาดเครื่องสำอางในปัจจุบัน และที่มาในการนำ “เกสรดอกบัวหลวง / มะกอกโอลีฟ และ หนุ่ยแฝก” มาวิจัยและพัฒนา ต่อยอดเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน ไม่มีส่วนผสมจากสัตว์ และไม่ทดลองกับสัตว์ จนผ่านการรับรองจากคลินิกผิวหนัง ประเทศเยอรมัน ว่าเป็นสารสกัดที่ปลอดภัยเหมาะสำหรับผิวแพ้ง่าย นอกจากนี้ส่วนผสมดังกล่าว ยังเป็นผลผลิตจากเกษตรกร ตามพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่น ส่งเสริมภูมิปัญญา ช่วยให้ชุมชนมีอาชีพ และรายได้ที่มั่นคง เป็นส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรอบชุมชนนั้น ๆ สุขภาพเป็นอยู่ที่ยั่งยืน



ห่วงโซ่คุณค่า

ปัจจัย



ทุนทางการเงิน

- มูลค่าหลักทรัพย์
34,816.31 ล้านบาท
- หนี้สิน 5,564.71 ล้านบาท
- ส่วนของผู้ถือหุ้น
29,180.36 ล้านบาท



ทุนการผลิต

- สินทรัพย์
- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์



ทุนทางบุคลากร

- จำนวนพนักงาน **3,180** คน
- ชั่วโมงในการฝึกอบรมเฉลี่ย (ต่อคน)
7.7 ชั่วโมง
- ค่าใช้จ่ายในการอบรม
1,491,515.18 บาท



ทุนทางปัญญา

- สร้างหลักสูตรที่เหมาะสม
สำหรับพนักงานในทุกระดับ
- สนับสนุนโครงการด้านนวัตกรรม
88 โครงการ



ทุนทางสังคม

- ความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- คู่ค้าใหม่ 5,399 ราย
เพิ่มขึ้น **6.52%**
- คู่ค้า ESG 45 ราย



ทุนทางสิ่งแวดล้อม

- การใช้ทรัพยากรน้ำ **85,408** ลูกบาศก์เมตร
- การใช้พลังงานไฟฟ้า **3,392,358** กิโลวัตต์/ชั่วโมง
- การใช้เชื้อเพลิง **105,811.50** ลิตร
- ปริมาณขยะและของเสียที่นำไปกำจัด
3,047 กิโลกรัม

การแบ่งปันคุณค่า



รายได้รวม
10,030 ล้านบาท



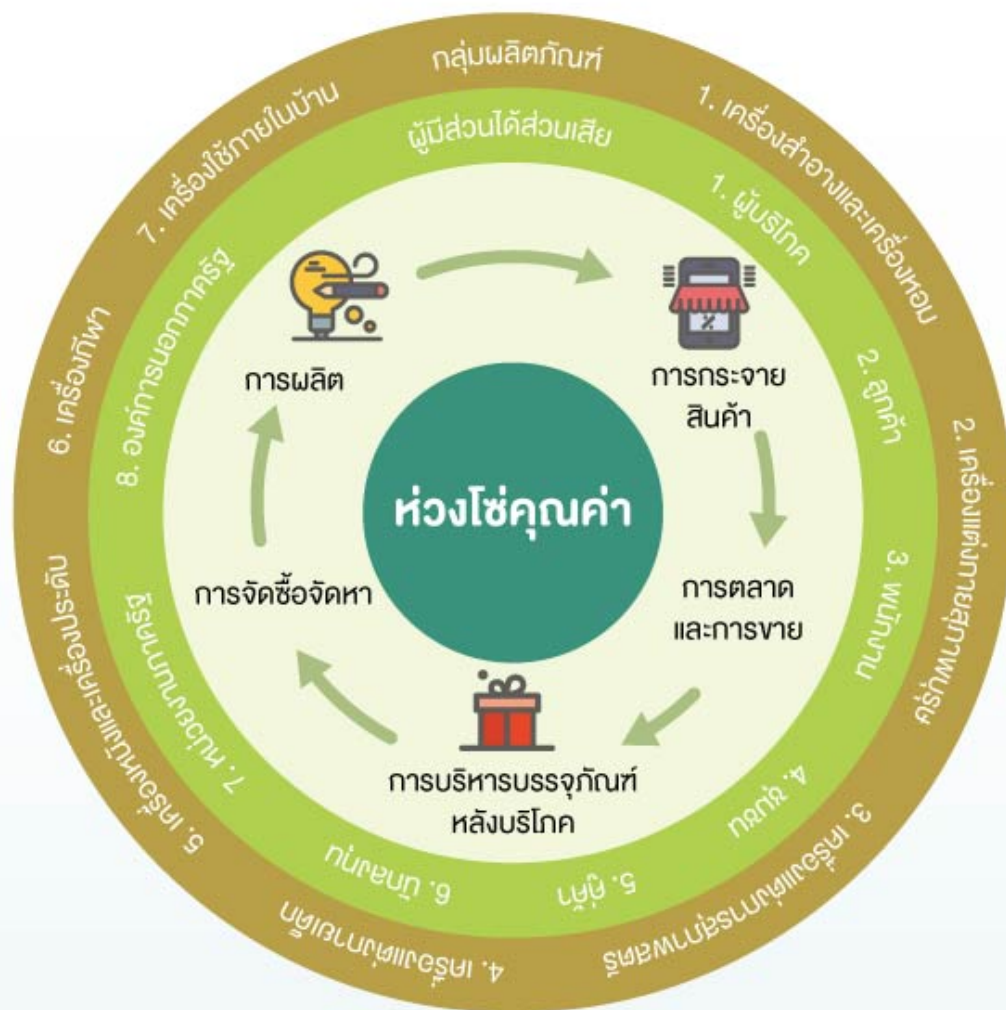
กำไรสุทธิ
897.22 ล้านบาท



อัตราการบาดเจ็บ
ถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)
1.6669/1,000,000 ชั่วโมง



ไม่มี การร้องเรียนเรื่องสิทธิมนุษยชน
ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ 5.03%



ปัจจุบันโครงสร้างธุรกิจของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 7 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. เครื่องสำอางและเครื่องหอม
2. เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ
3. เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี
4. เครื่องแต่งกายเด็ก
5. เครื่องหนังและเครื่องประดับ
6. เครื่องกีฬา
7. เครื่องใช้ภายในบ้าน





ห่วงโซ่คุณค่า

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นในทุกขั้นตอนและทุกกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และสร้างคุณค่าให้กับทุกสินค้าและบริการภายในบริษัทฯ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การจัดหาจัดซื้อ

ในฐานะผู้นำในการผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภค บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ด้วย

- พัฒนาศักยภาพคู่ค้าให้เติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ควบคู่ไปกับการพิจารณาตรวจสอบคุณภาพและกระบวนการจัดการเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน
- จัดตั้งกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมาตรฐาน คัดเลือกคู่ค้าเฉพาะที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าและบริการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์



การผลิต

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและใส่ใจในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนด้วย

- ควบคุมคุณภาพสินค้าให้ถูกต้องและเป็นไปตามข้อตกลงทางกฎหมายและมาตรฐานการจัดการต่าง ๆ ตามหลักสากล สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และผู้บริโภค เช่น ISO HACCAP เป็นต้น
- เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและปลอดภัย โดยคำนึงถึงสุขอนามัยที่ดีเป็นหลัก
- ใช้ทรัพยากรในการผลิตให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด รวมถึงมุ่งมั่นให้พนักงานในบริษัทคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ผ่านโครงการประกวดนวัตกรรมประจำปี เช่น INNOVATION

การกระจายสินค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศและต่างประเทศด้วย

- การส่งมอบสินค้าควบคู่ไปกับบริการอย่างมืออาชีพ
- ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจัดเก็บสินค้า และจัดการระบบขนส่งผ่านเครือข่ายโลจิสติกส์ของบริษัทฯ โดยครอบคลุมทั้งในและต่างประเทศ



การตลาดและการขาย

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภคผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพ เช่น

- บริการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และออฟไลน์ชั้นนำ เพื่อมุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำในกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค
- สร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีอย่างต่อเนื่อง
- สื่อสารและประชาสัมพันธ์ถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สิ่งแวดล้อม และสังคมผ่านโครงการ CSR ต่าง ๆ



การบริการหลังการขาย

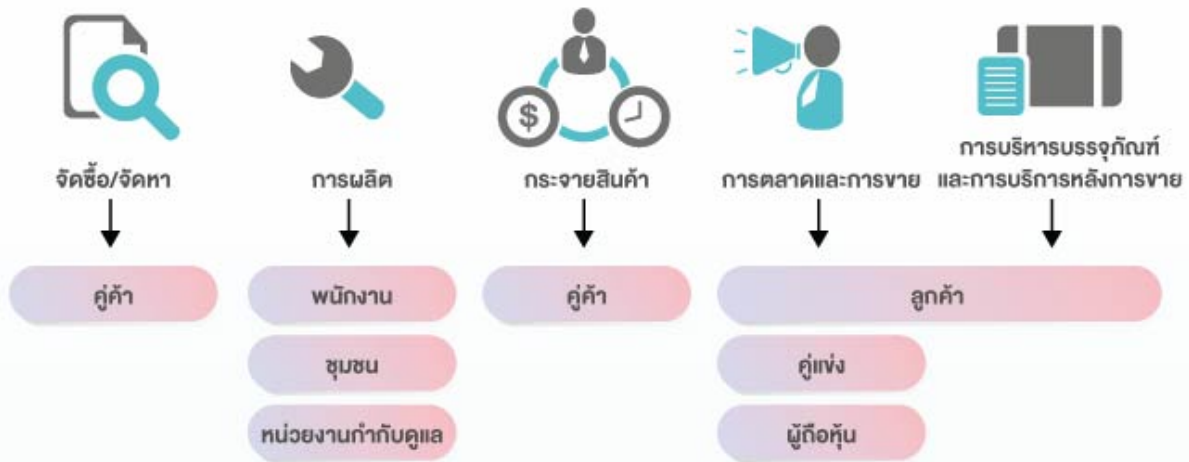
บริษัทฯ มุ่งมั่นส่งเสริมการสร้างความผูกพันหลังการขายและรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวกับคู่ค้า และลูกค้าด้วย

- จัดกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การจัดประชุมคู่ค้า เพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานร่วมกัน
- มุ่งมั่นพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงเลือกใช้วัสดุที่สามารถใช้ซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ตระหนักถึงการบริหารห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงส่งเสริมและสนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีธรรมาภิบาลที่ดี (Environmental Social and Governance: ESG) โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างให้เป็นไปอย่างยุติธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ เพื่อสร้างคุณค่าร่วมกับกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน



การพัฒนาคู่ค้าท้องถิ่น

“สร้างงาน สร้างอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงานในท้องถิ่น”

ด้วยธุรกิจของบริษัทฯ คือ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านเคาน์เตอร์ขายและร้านค้าทั่วประเทศ การจัดจ้างพนักงานในท้องถิ่นนับเป็นหนึ่งในนโยบายของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และพัฒนาศักยภาพแรงงานในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง รวมถึงการจัดจ้างซัพพลายเออร์ในท้องถิ่น เพื่อดำเนินงานตกแต่งร้านค้าที่เปิดให้บริการตามจังหวัดต่างๆ โดยกำหนดเป็นนโยบาย เพื่อเปิดโอกาสให้บริษัท หรือกิจการในท้องถิ่นแต่ละจังหวัดเข้าร่วมประกวดราคา



<p>รวมพนักงานขายทั้งหมด</p> <p>2,096 คน</p>	<p>เป็นพนักงานท้องถิ่นทั้งหมด</p> <p>1,427 คน</p> <p>เป็นพนักงานนอกท้องถิ่นทั้งหมด</p> <p>669 คน</p>	<p>คิดเป็น ร้อยละ 68.08 ของพนักงานทั้งหมด</p> <p>คิดเป็น ร้อยละ 31.92 ของพนักงานทั้งหมด</p>
--	--	---

*หมายเหตุ สามารถดูรายชื่อจังหวัดที่อยู่ในแต่ละภูมิภาคได้ที่หน้า 6 ขอบเขตรายงาน

เกร็ดการให้คะแนน

- Insd A** (85-100 คะแนน) ผลงานดี บริการดี ตรงต่อเวลา ราคายุติธรรม
- Insd B** (70-84 คะแนน) ผลงานพอใช้ ต้องปรับปรุงแก้ไขในหัวข้อที่ได้คะแนนต่ำ
- Insd C** (ต่ำกว่า 70 คะแนน) ต้องปรับปรุง และถูกปรับย้ายไปอยู่ในรายชื่อคู่ค้าสำรอง

หมายเหตุ*

คู่ค้าที่ได้คะแนนประเมินต่ำ บริษัทฯ จะให้เวลาในการปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด และหากคู่ค้าไม่แก้ไข บริษัทฯ จะยุติการเป็นคู่ค้าทันที

ผลการดำเนินงานด้านงานจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

- ในปี 2566 บริษัทมีคู่ค้าทั้งหมด จำนวน 5,399 ราย แบ่งเป็นคู่ค้าใหม่ จำนวน 352 ราย คิดเป็น 6.52% โดยแบ่งเป็น
 - คู่ค้ารายย่อย (บุคคลธรรมดา) 3 ราย คิดเป็น 0.85% ของจำนวนที่เพิ่มขึ้น
 - คู่ค้ารายใหญ่ (นิติบุคคล) 303 ราย คิดเป็น 86.08% ของจำนวนที่เพิ่มขึ้น
 - คู่ค้าภาครัฐ 46 ราย คิดเป็น 13.07% ของจำนวนที่เพิ่มขึ้น
- ในปี 2566 บริษัทสามารถประหยัดรายจ่ายได้ 270,749 บาท โดยเป็นกลุ่มงานจัดซื้อ จำนวน 79,530 บาท และกลุ่มงานจัดจ้างประหยัดได้ 191,219 บาท

การจัดซื้อ-จัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- งานพิมพ์ เปลี่ยนไปใช้หมึกพิมพ์รักษ์โลก (Soy ink) ที่ทำมาจากน้ำมันถั่วเหลืองชนิดเดียวกับที่ใช้ในการประกอบอาหาร และเปลี่ยนกระดาษธรรมดาเป็นกระดาษลูกฟูก หรือกระดาษรีไซเคิล และกระดาษกรีนการ์ด ซึ่งผลิตจากธรรมชาติ ย่อยสลายง่าย ไม่ก่อให้เกิดมลพิษในการทำลาย
- งานของขวัญและของสมนาคุณ ออกสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ให้แบรนด์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายง่าย หรือสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ใหม่
- งานผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่าย Infant หนึ่งในแบรนด์เสื้อผ้าและของใช้สำหรับเด็ก พัฒนาสินค้าในทุกกระบวนการผลิตให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็น Green Product, Green Material และ Green Factory (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 46-47)

เป้าหมายปี 2567

เพิ่มจำนวนคู่ค้าใหม่จากระบบไม่ต่ำกว่า 10% และคู่ค้าที่เข้าร่วมใหม่ต้องมีใบรับรองที่แสดงถึงการดำเนินกิจการอย่างมีธรรมาภิบาล คำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อชุมชน สังคม และมีความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม (ESG) มากกว่าจำนวน 20% ขึ้นไป ของจำนวนที่เพิ่มขึ้นทั้งหมด





การพัฒนาและดูแลพนักงานปี 2566

ตารางอัตราพนักงาน



พนักงานรวมทั้งหมด
3,180 คน



พนักงานสำนักงาน
1,084 คน



พนักงานขาย
2,096 คน



อายุพนักงานเฉลี่ย
ระหว่าง **30-50 ปี**



เป็นพนักงาน
สัญชาติไทย ทั้งหมด

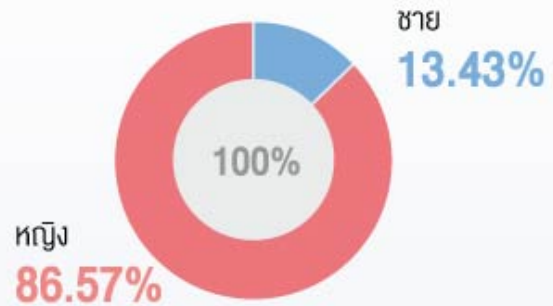
ตารางสถิติและอัตราพนักงาน จำแนกตามเพศ



ชาย
427 คน



หญิง
2,753 คน



พนักงานสำนักงาน:



ชาย
234 คน



หญิง
850 คน

พนักงานขาย:



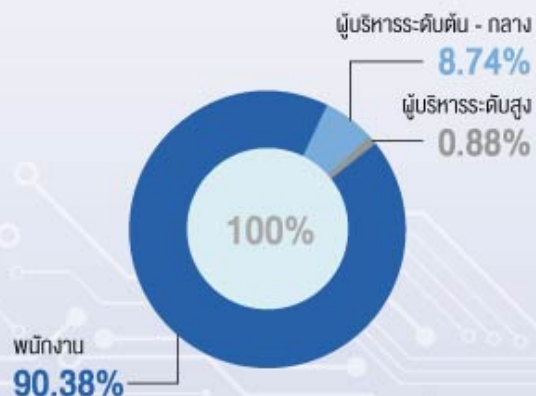
ชาย
193 คน



หญิง
1,903 คน

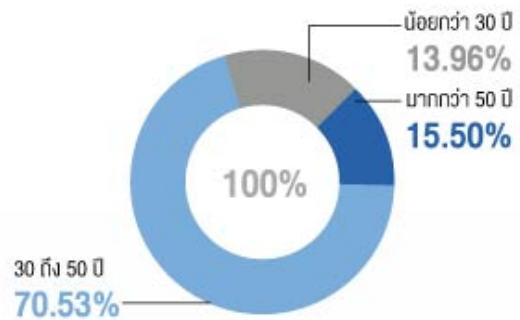
ตารางสถิติและอัตราพนักงาน จำแนกตามระดับ

อายุ	ชาย	หญิง
ผู้บริหารระดับสูง	14	14
ผู้บริหารระดับต้น - กลาง	55	223
พนักงาน	358	2,516
รวม	427	2,753



ตารางสถิติพนักงาน จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	ชาย	หญิง
มากกว่า 50 ปี	87	406
30 ถึง 50 ปี	295	1,948
น้อยกว่า 30 ปี	45	399
รวม	427	2,735



จำนวนผู้พิการ



จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน ทั้งหมด

1,035,959,112 บาท แบ่งเป็น
 พนักงานชาย **165,378,639 บาท**
 พนักงานหญิง **870,580,473 บาท**



จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิก
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

2,620 คน

คิดเป็น **82.39%** ของพนักงานทั้งหมด



จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก
สหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อพนักงาน

1,898 คน

คิดเป็น **59.69%** ของพนักงานทั้งหมด



อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน
ถึงขั้นหยุดงาน 2 ครั้ง

คิดเป็น **1.6669 LTIFR**

(กรณี 1 ครั้ง / 1,000,000 ชั่วโมง)



จำนวนชั่วโมงการอบรมเพื่อพัฒนา
ศักยภาพโดยเฉลี่ยของพนักงาน

24,237 ชั่วโมง

คิดเป็น **7.7 ชั่วโมง / คน / ปี**



สถิติการลาออกและการต่อเกษียณ

- การลาออกอย่างสมัครใจ
คิดเป็น ร้อยละ **5.03**
ของพนักงานทั้งหมด
- จำนวนพนักงานเกษียณ ทั้งสิ้น **51 คน**
ต่อเกษียณ **19 คน**
คิดเป็น **37.25%**
- จำนวนกรณีพิพาทด้านแรงงาน **ไม่มี**

อัตราการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพโดยเฉลี่ยของพนักงานจำแนกตามระดับ

ผู้บริหารระดับสูง	582	ชั่วโมง
ผู้บริหารระดับกลาง	1,767	ชั่วโมง
ผู้บริหารระดับต้น-กลาง	1,520	ชั่วโมง
พนักงาน	7,184	ชั่วโมง
พนักงานขาย	13,184	ชั่วโมง



จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการอบรม
เพื่อพัฒนาศักยภาพ

1,491,515.18 บาท

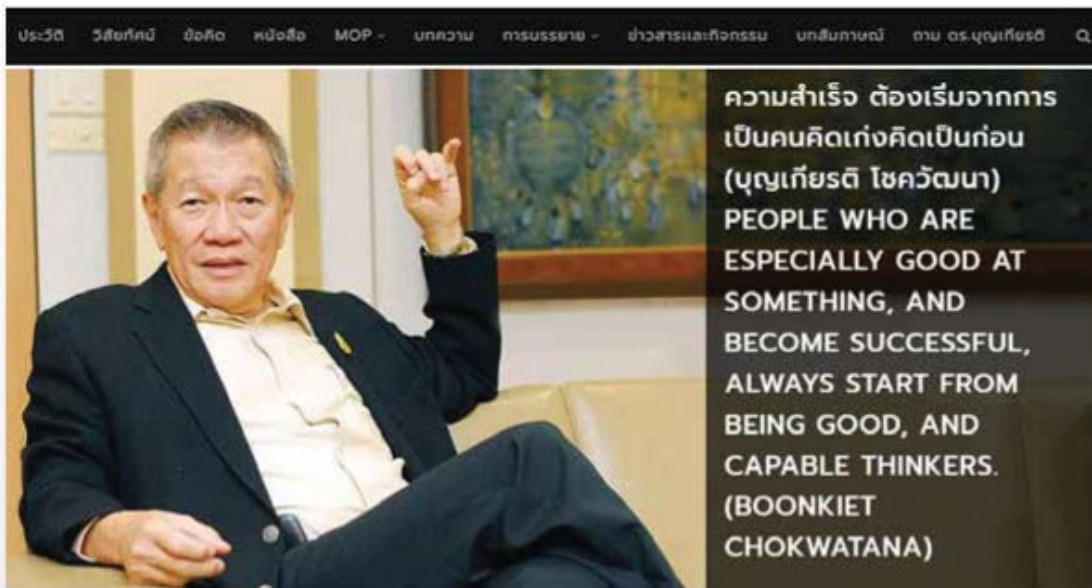


การให้

บริษัทฯ ในฐานะผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แพคเกจและความงามชั้นนำ นอกจากการดำเนินงานในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนโดยมีหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ เป็นแนวทางในการมุ่งสู่เป้าหมายแล้ว (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 33) การดำเนินพันธกิจด้านสังคมเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและไม่มองข้าม รวมถึงยังมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้บุคลากรภายในองค์กรมีจิตสำนึกของการเป็น “ผู้ให้” เป็นผู้มีจิตอาสา ด้วยการเป็นกำลังสำคัญในการให้ความช่วยเหลือ และริเริ่มในการจัดกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และสาธารณประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้ดำเนินงานภายใต้แนวคิดในเรื่อง “การให้” โดยมุ่งเน้นส่งเสริมการตระหนักรู้ สร้างความสามัคคี และศรัทธาให้กับบุคลากรภายในองค์กร ด้วยการเผยแพร่ปรัชญาของ ดร. เทียม โชควัฒนา ผู้ก่อตั้ง และการนำหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการของคุณบุญเกียรติ โชควัฒนา ประธานกรรมการ เผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ วารสารสายใย บอร์ดประชาสัมพันธ์ ประกาศเสียงตามสาย รวมถึงช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊กเพจ และไลน์ โดยได้มีการอัปเดตเพื่อให้ทันสมัยอยู่เสมอ

DR. BOONKIET CHOKWATANA



“การให้” เป็นพื้นฐานของ “คนดี” บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นในการปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงาน ด้วยแนวคิดเรื่อง “การให้ 5 ประการ” หนึ่งในปรัชญาในการดำเนินธุรกิจที่บริษัทฯ ยึดถือปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง



สแกน QR CODE เพื่อชมภาพยนตร์ชุด “การให้” ได้ที่นี่



“พนักงาน”

หัวใจสำคัญที่ขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนา “พนักงาน” ให้มีศักยภาพในการทำงานเป็นเลิศในทุกด้าน ไม่ใช่แค่องค์ความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน แต่ยังรวมถึงความตระหนักรู้คุณค่า และมุ่งมั่นสู่การเป็น “ผู้ให้” อย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยได้กำหนดนโยบายในการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบในทุกระดับ ตั้งแต่การรับพนักงาน การปฐมนิเทศ การจัดอบรมภายใน-ภายนอก และการประเมินผล เพื่อวัดประสิทธิภาพในการทำงานให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้



ผลการดำเนินงานในปี 2566

- จำนวนชั่วโมงการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพโดยเฉลี่ยของพนักงาน **24,237** ชั่วโมง คิดเป็น 7.7 ชั่วโมง / คน / ปี
- จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ **1,4,491,515.18** บาท

สถิติการอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากร

	2564		2565		2566	
	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน
พนักงานขาย	N/A	N/A	N/A	N/A	13,184	2,059
พนักงานประจำ	316	2,192	461	2,074	7,184	894
ผู้บริหารระดับต้น	72	315	146	163	1,520	124
ผู้บริหารระดับกลาง	21	182	141	85	1,767	39
ผู้บริหารระดับสูง	21	39	196	44	582	18

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นพัฒนา “พนักงานขาย” กำลังสำคัญในการสร้างกำไร โดยรักษาพนักงานขายที่เก่งให้อยู่กับองค์กร และพัฒนาให้เก่งมากขึ้น นอกจากนี้ยังสร้างให้คนเก่งกลายเป็นครูผู้สอนและพนักงานต้นแบบ เพื่อส่งต่อ และให้ความรู้แก่พนักงานรุ่นหลังให้เก่งตาม ส่งผลให้องค์กรเติบโตอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิดของการให้ความรู้ ผ่านโครงการอบรมที่จะสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กร



การพัฒนาศักยภาพและทักษะ โครงการ ICC Enter “train” ment

จากนโยบายบริษัทฯ ที่ต้องการปลูกฝังความคิดบวกให้กับพนักงานทั่วประเทศ ในช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่วนงานพัฒนาศักยภาพบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท จึงได้พัฒนาช่องทางการสื่อสารกับพนักงานทั่วประเทศขึ้นมาใหม่โดยจัดทำเฟชบุ๊กกลุ่มปิดในชื่อ “ดูแล้วรวย” ภายใต้คอนเซ็ปต์ Enter “train” ment เพื่อสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ กับพนักงานทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการอบรมแบบคลาสรูม

โครงการ ICC Enter “train” ment จึงได้ถูกจัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ปลูกฝังความคิดบวก และเพื่อเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่าง ๆ โดยพนักงานชายทั่วประเทศสามารถรับชมได้ผ่านทางสมาร์ทโฟนในทุกที่ ทุกเวลา

คอนเซ็ปต์



ปัจจุบันโครงการ ICC Enter “train” ment มีสมาชิกเข้าร่วมซึ่งเป็นพนักงานชาย จำนวนทั้งสิ้น 1,886 คน

เป้าหมายในปี 2566

โครงการ ICC Enter “train” ment” มีเป้าหมายในการพัฒนาให้เป็นช่องทางในการอบรมความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ใหม่ การขาย และการบริการ ตลอดจนการทำความเข้าใจเรื่องไอเท็มและStock Diff ระหว่างผู้ดูแลแบรนด์กับพนักงานชาย รวมถึงใช้เป็นช่องทางในการ Survey ความต้องการในการอบรมจากพนักงานชาย รวมถึงต่อยอดเนื้อหาการอบรมให้กับพนักงานชายอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาศักยภาพและทักษะ โครงการ Diamond Crown Awards

ริเริ่มขึ้นครั้งแรกในปี 2548 โดยส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท ได้คัดเลือกพนักงานขายผู้มีความสามารถมาร่วมโครงการ โดยมีแผนงานเพื่อกระตุ้น และติดตาม ให้พนักงานขายสามารถทำยอดขายให้เติบโตมากขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาหลักคิดวิธีการสร้างยอดขายและการบริการ โดยคุณสมบัติของพนักงานที่จะเข้าร่วมโครงการ จะต้องทำยอดขายได้ถึงเป้าหมายอย่างน้อย 9 เดือนในปีที่ผ่านมา และผู้ที่ได้รับรางวัลต้องสามารถทำยอดขายในปีที่ร่วมโครงการถึงเป้าหมายอย่างน้อย 9 ใน 12 เดือนขึ้นไป

วัตถุประสงค์โครงการ

1. สรรหาพนักงานขายที่มีความสามารถและพัฒนาให้เป็นพนักงานตัวอย่างทั้งการสร้างยอดขายและการบริการ
2. กระตุ้นการสร้างยอดขายของพนักงานขาย
3. สนับสนุนนโยบายส่งเสริมคนดีมีฝีมือของบริษัทฯ

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

ปี 2564

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 233 คน
ยอดขาย 744,359,068 ล้านบาท

2564

233
คน

744,359,068
ล้านบาท

ปี 2565

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 351 คน
ยอดขาย 785,544,248 ล้านบาท

2565

351
คน

785,544,248
ล้านบาท

ปี 2566

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 418 คน
ยอดขาย 1,295,005,589 ล้านบาท

2566

418
คน

1,295,005,589
ล้านบาท

ทั้งนี้การจัดตั้งโครงการ Diamond Crown Awards นั้นมีส่วนช่วยกระตุ้น และสร้างแรงบันดาลใจให้มีพนักงานขายเก่งมากยิ่งขึ้น ซึ่งโครงการนั้นนอกจากจะเป็นการเพิ่มศักยภาพทั้งส่วนบุคคลแล้ว ยังสามารถทำให้องค์กรเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



การพัฒนาศักยภาพและทักษะ

ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท ได้มีการจัดอบรม และพัฒนาพนักงาน ด้วยการนำเทคโนโลยี และ Application ต่าง ๆ เข้ามาใช้ควบคู่ไปกับการอบรมแบบออฟไลน์ และ Classroom โดยแบ่งออกเป็นโครงการ และหลักสูตร อบรมขั้นพื้นฐาน หลักสูตรเฉพาะสำหรับพนักงานขาย และหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะ (Up-skill & Re-skill)

โดยในปี 2566 มีการพัฒนาศักยภาพและทักษะของผู้บริหารและพนักงานทั้งหมด แบ่งเป็น

- การอบรมภายนอก สำหรับผู้บริหารระดับสูง จำนวน 7 หลักสูตร
- การอบรมภายนอก สำหรับผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 10 หลักสูตร
- การอบรมภายนอก สำหรับผู้บริหารระดับต้น จำนวน 5 หลักสูตร
- หลักสูตรสำหรับพนักงาน จำนวน 12 หลักสูตร
- หลักสูตรสำหรับพนักงานขาย จำนวน 6 หลักสูตร

หลักสูตรสำหรับผู้บริหาร

1. หลักสูตร “ความเข้าใจกระบวนการทำงานขององค์กร”

เพื่อให้ผู้บริหารระดับสูงมีความเข้าใจมาตรฐานการทำงานด้านสินค้า ด้านการขาย ด้านระบบงาน และสามารถเชื่อมโยงเทคโนโลยีระบบ กระบวนการทำงานของตนเอง และของหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุผล รวมถึงความสามารถในการมองภาพใหญ่ (Big Picture) และการคาดการณ์เพื่อเตรียมรองรับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งต่าง ๆ ต่อระบบและกระบวนการทำงาน



2. หลักสูตร “Management Development Program” (เฉพาะผู้บริหารระดับกลาง)

เพื่อให้ผู้บริหารระดับกลางมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารทีมงาน สามารถค้นหาจุดแข็ง-จุดอ่อน ของตนเองและทีมงาน เพื่อต่อยอดในการบริหารทีมงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย โดยวิทยากรภายนอก อาจารย์ชวัลลภ เหล่าพูนพัฒน์ และอาจารย์ปรีดีฤทัย ตั้งจิตญาณพัฒน์





3. หลักสูตร “การสื่อสารและการเจรจาต่อรองสำหรับผู้นำทีมขาย (อย่างมีกลยุทธ์) Communication & Negotiation Strategies”

เพื่อให้ผู้บริหารระดับต้นมีเข้าใจหลักการเจรจาต่อรองที่มีคุณภาพ มุ่งเกิดผลลัพธ์แบบ WIN WIN และเรียนรู้ทักษะการเจรจาต่อรอง รูปแบบการเจรจาในสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนสามารถนำไปใช้ในการทำงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยวิทยากรจากภายนอก ผศ.ดร. ธเนศ ศิริกิจ

หลักสูตรสำหรับพนักงาน

1. การสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยสารสนเทศ (Cyber Security)

เพื่อสร้างความเข้าใจถึงความเสี่ยงภัยคุกคามด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศให้กับผู้บริหารและพนักงานทุกคน และเพื่อเป็นแนวทางการควบคุมด้านความปลอดภัยสารสนเทศ และสามารถนำมาเชื่อมโยงกับการทำงานและชีวิตประจำวัน บริษัทฯ จึงได้จัดให้มีการอบรมโดยวิทยากรภายนอก คุณกันตินันท์ สังข์จันทร์ และคุณนิธิ สกุลพานิช



2. การบริการด้วยใจ สำหรับพนักงานบริการห้องประชุมและจัดเลี้ยง

เพื่อให้พนักงานบริการห้องประชุมและจัดเลี้ยงได้เรียนรู้วิธีการ ขั้นตอนการทำงาน พัฒนาทักษะและเสริมสร้างความมั่นใจในการบริการห้องประชุมและจัดเลี้ยง จึงจัดให้มีการอบรมขึ้นโดยวิทยากรภายใน



หลักสูตรสำหรับพนักงานขาย



ปฐมฤกษ์พนักงานขายใหม่ ประจำปี 2566

เพื่อพัฒนาพนักงานใหม่ให้มีความรู้ ความเข้าใจด้านการปฏิบัติงาน การขายสินค้า และการบริการเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด และสามารถนำไปปฏิบัติงาน ณ จุดขายได้อย่างถูกต้อง บริษัทฯ จึงจัดให้มีการจัดอบรมพนักงานใหม่ในทุกต้นเดือน โดยวิทยากรภายใน



การจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

จากแนวคิด “เพราะทุกคนคือเรา” บริษัทฯ จึงมีนโยบายให้ความสำคัญกับทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน มุ่งเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจในหลักสิทธิมนุษยชน ไม่จำกัดความเป็นอิสระ หรือความแตกต่างทางความคิด ความสมบูรณ์ของร่างกาย (ผู้พิการ) เพศ เชื้อชาติ ศาสนา การเมือง หรือเรื่องอื่นใด

รวมถึงหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือแตกแยก และจัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้พนักงาน หรือผู้ที่เชื่อว่าสิทธิของตนถูกละเมิด หรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม สามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่ และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

นโยบายสิทธิมนุษยชน

บริษัทได้กำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน โดยได้กำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ไม่กระทำการใด ๆ หรือไม่สนับสนุนกิจการที่จะละเมิดต่อสิทธิมนุษยชน
2. ให้ความรู้ความเข้าใจในหลักสิทธิมนุษยชนแก่พนักงาน เพื่อนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติงาน
3. ไม่จำกัดความเป็นอิสระ หรือความแตกต่างทางความคิด เพศ เชื้อชาติ ศาสนา การเมืองหรือเรื่องอื่นใด ทั้งนี้ พึงหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งหรือแตกแยก
4. จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้พนักงานหรือผู้ที่เชื่อว่าสิทธิของตนถูกละเมิดหรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมสามารถร้องเรียนต่อบริษัท และคำร้องเรียนพึงได้รับความเอาใจใส่ และดำเนินการอย่างเป็นธรรม



กรอบการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

เพื่อสร้างบริษัทฯ ให้เป็นองค์กรที่มีความเสมอภาค ด้วยการแสดงออกถึงการยอมรับในความแตกต่างหลากหลายของบุคคลในมิติต่าง ๆ โดยได้มีการวางกำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ การทำกิจการ และการสื่อสารภายใต้กรอบขององค์การสหประชาชาติ The Five Standards โดย UN Human Rights Officer of the High Commissioner ดังนี้

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชน



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้วางแผนจัดทำการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อประเมินโอกาสและระดับของผลกระทบด้านความเสี่ยง ที่อาจเกิดขึ้น

1. สร้างนโยบายที่พนักงานสามารถปฏิบัติใช้ได้จริง
2. สิทธิในการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ
3. สิทธิในการจ้างงานของพนักงานและคู่ค้า
4. สิทธิความหลากหลาย และเท่าเทียม
5. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
6. มลพิษและสภาพแวดล้อมในการทำงาน
7. การเลือกปฏิบัติ และการคุกคาม
8. การเคารพความเป็นส่วนตัว
9. สิทธิพื้นฐานของการเป็นพนักงานอย่างเท่าเทียม





การเคารพสิทธิมนุษยชน : ผู้พิการ

เพื่อให้ผู้พิการได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร บริษัทฯ ได้จัดสถานที่ทำงานที่อำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติต่อผู้พิการอย่างเท่าเทียม โดยในปี 2566 บริษัทฯ ไม่เพียงแต่รับผู้พิการเข้ามาทำงานในองค์กรเท่านั้น ยังจัดตั้งโครงการเพื่อสนับสนุนความสามารถ และสร้างโอกาสให้กับผู้พิการ และผู้ประสบปัญหาวิกฤตชีวิตทั้งร่างกายและจิตใจ ให้มีกำลังใจกลับสู่สังคมได้อย่างมีคุณค่าและมีความสุข โดยในปี 2558 บริษัทฯ ได้จัดสถานที่ทางเลือกให้กับผู้พิการ 2 ทางด้วยกัน คือ

1

เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีสมัครใจทำงาน
เข้าทำงานกับบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้
จัดอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น
ทางลาด และห้องน้ำสำหรับผู้พิการ

2

สำหรับผู้ไม่ประสงค์ทำงาน
บริษัทฯ ได้จัดทำสัมปทานสินค้า
เพื่อให้ผู้พิการนำไปขายสร้างอาชีพ
อย่างยั่งยืนต่อไป



ผลการดำเนินงานในปี 2566

บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตาม พรบ. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2540 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
ได้อย่างครบถ้วน โดยในปี 2566 บริษัทฯ มีพนักงานทั้งสิ้นจำนวน 3,180 คน ในจำนวนนี้เป็นผู้พิการจำนวน
19 คน โดยเป็นเพศชาย 3 คน และเป็นเพศหญิง 16 คน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีสัมปทานสินค้าให้กับผู้
พิการได้นำไปจัดจำหน่าย จำนวน 16 คน รวมผู้พิการทั้งสิ้น 35 คน

ผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+)



เพื่อให้เป็นไปตามกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน UN SDGs ในข้อ 5 ว่าด้วยความเท่าเทียมทางเพศ และเพื่อให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ สามารถทำงานได้อย่างมีความสุข บริษัทฯ จึงส่งเสริมสิทธิมนุษยชนของผู้มีความหลากหลายทางเพศอย่างเท่าเทียม โดยไม่จำกัดเพียงเพศกำเนิด เพื่อให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศสามารถแสดงออกทางเพศสภาพได้อย่างมีอิสระ ส่งเสริมผู้มีศักยภาพให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นในหน้าที่การงานโดยไม่ถูกเลือกปฏิบัติหรือกระทำอย่างไม่เป็นธรรม รวมถึงแสดงความยกย่องชื่นชมเมื่อผู้ันปฏิบัติตนเป็นแบบอย่าง

โดยในปี 2564 บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงปัญหาด้านสิทธิมนุษยชน และเล็งเห็นศักยภาพและความสามารถในการขับเคลื่อนธุรกิจของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ จึงได้จัดตั้งกลุ่ม BNBM หรือ Be Normal Be More ขึ้นภายในบริษัทฯ เพื่อรวบรวมพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศเข้าไว้ด้วยกัน และเพื่อประกาศเจตนารมณ์ในการเป็นบริษัทที่ดำเนินงานภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมุ่งมั่นให้พนักงานเคารพสิทธิมนุษยชนและสนับสนุนความเท่าเทียมในทุกรูปแบบ นอกจากนี้ยังได้จัดตั้งโปรเจกต์ BNBM-Big Data New Business Model เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร และเพื่อสร้างสรรคกิจกรรมต่าง ๆ ภายในและภายนอกบริษัท

เป้าหมายในปี 2567

เพื่อสร้างองค์กรที่เคารพสิทธิมนุษยชน บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติ เพื่อสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการยอมรับความแตกต่างทางเพศ และตระหนักถึงการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกรูปแบบ รวมถึงเพิ่มหัวข้อในการให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนและความเท่าเทียมทางเพศในหลักสูตรการฝึกอบรม



ส่งเสริมการทำงานของผู้สูงอายุ



ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยภาครัฐและเอกชนได้มีนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการเพื่อสอดรับกับกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่อง อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนผู้สูงอายุแห่งชาติและพระราชบัญญัติผู้สูงอายุแห่งชาติ ส่งผลให้ผู้สูงอายุที่อยู่ในวัยเกษียณมีแนวโน้มทำงานต่อเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ จึงได้เล็งเห็นความสำคัญของบุคลากรอันเป็นหัวใจหลัก จึงสนับสนุนและส่งเสริมการทำงานของผู้สูงอายุ โดยยึดหลัก ยืดหยุ่นและสมัครใจ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุที่มีความสามารถและสมรรถนะร่างกายที่เหมาะสมได้ทำงานต่อ เพื่อให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่า เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อุดมด้วยสุขภาพกายใจที่ดี และมีรายได้เลี้ยงชีพตนเองได้

ปี	คนเกษียณ / (คน)	จำนวนคนเกษียณที่สมัครใจทำงานต่อ	
		จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
2564	65	28	43.08
2565	53	22	41.51
2566	51	19	37.25

(ตารางแสดงการยืดอายุเกษียณปี 2564-2566 ของพนักงาน บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล)

การดำเนินงานในปี 2566

บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณค่า ความรู้ และประสบการณ์ของพนักงานที่เกษียณอายุ ซึ่งทำงานกับองค์กรมาอย่างยาวนาน โดยมีนโยบายที่ยืดหยุ่น เพื่อให้พนักงานต่อเกษียณสามารถเลือกวันทำงานได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ในปี 2539 บริษัทฯ ได้จัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และสหกรณ์ออมทรัพย์ สำหรับพนักงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมการออม และช่วยเหลือในกรณีที่พนักงานมีความจำเป็นด้านการเงิน และเพื่อเป็นค่าใช้จ่าย หรือหลักประกันสำหรับพนักงานหลังเกษียณ

เป้าหมายในปี 2567

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีจำนวนพนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี เป็นจำนวน 444 คน แบ่งเป็นผู้หญิง 399 คน และผู้ชาย 45 คน กระจายอยู่ในสายงานต่าง ๆ โดยบริษัทฯ ได้วางแผนการสืบทอดตำแหน่งสำหรับพนักงานอาวุโส เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเกษียณอายุ และเพื่อให้ส่งต่อองค์ความรู้ หน้าที่ ความรับผิดชอบให้แก่พนักงานอื่น ๆ เพื่อให้องค์กรยังสามารถขับเคลื่อนต่อไป

เชื่อมความสัมพันธ์ในองค์กร

เพราะ “พนักงาน” คือหัวใจหลักขององค์กร บริษัทฯ จึงมีนโยบายสนับสนุนให้จัดตั้งช่องทางในการติดต่อสื่อสารภายใน ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ในองค์กร ระหว่างบริษัทฯ กับพนักงาน และระหว่างพนักงานด้วยกันเอง ให้ได้รับ รู้ข่าวสาร ข้อมูลที่จำเป็น รวมถึงช่องทางในการร้องเรียน ผ่านโครงการที่หลากหลาย ดังนี้

ICCHR App

บริษัทฯ โดยส่วนงานบริหารทรัพยากรบุคคล ได้ดำเนินการร่วมกับส่วนงานเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนาระบบ ICCHR App ขึ้น เพื่อเชื่อมต่อความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและบริษัท ให้พนักงานเข้าถึงการใช้งานได้อย่างสะดวกสบายบนมือถือ ลดความยุ่งยาก ลดขั้นตอน และลดการใช้กระดาษ โดยแอปพลิเคชันดังกล่าวประกอบด้วยฟังก์ชันที่หลากหลายตามความต้องการที่ครอบคลุม เช่น การเช็คอินเข้า-ออก การตรวจสอบเงินเดือน และการสร้างใบลา เป็นต้น



สายใย E-Magazine



สายใย E-Magazine เป็นวารสารภายในสำหรับพนักงาน โดยพัฒนาจากสิ่งพิมพ์ในอดีต มาเป็นรูปแบบของ E-Book ปัจจุบัน มีวาระในการออกเป็นรายเดือน โดยพนักงานสามารถเข้าอ่านได้ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์บริษัท ไลน์ และ ICCHR App

The Voice

ในปี 2561 บริษัทฯ โดยส่วนงานประชาสัมพันธ์กลาง ฝ่ายสำนักงานบริษัท ได้จัดตั้งโครงการ “THE VOICE เพราะทุกเสียงมีความหมาย” ขึ้น เพื่อเป็นช่องทางให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็น แนะนำ ร้องเรียน หรือชมเชยผ่านการสแกน QR Code โดยทุกข้อความจะไม่ถูกเปิดเผยต่อสาธารณะ เพื่อรักษาผลประโยชน์ให้แก่ผู้แจ้ง และจะไม่ถูกเพิกเฉยหากข้อมูลเหล่านั้นเป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร

ในปี 2566 บริษัทฯ มีบุคลากร รวม 3,180 คน เป็นพนักงานชาย จำนวน 2,096 คน และพนักงานสำนักงาน จำนวน 1,084 คน ในจำนวนบุคลากรทั้งหมด ไม่พบ ข้อร้องเรียน ที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ





การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่า และเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของบริษัทฯ โดยกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติต่อพนักงาน ดังนี้

1. ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน ตลอดจนไม่เปิดเผยหรือส่งผ่านข้อมูล หรือความลับของพนักงานต่อบุคคลภายนอกหรือผู้ที่ไม่เกี่ยวข้อง

2. ปฏิบัติต่อพนักงานภายใต้กรอบกฎหมายระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัทฯ

3. ส่งเสริมความเท่าเทียมกันในการจ้างแรงงาน ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกันด้วยเหตุทางเพศ สีผิว เชื้อชาติ ศาสนา อายุ ความพิการ หรือสถานะอื่นใดที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงาน

4. สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการฝึกอบรม แลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคคลอย่างทั่วถึง สร้างความมั่นคงในอาชีพ และให้โอกาสในการเจริญก้าวหน้าตามศักยภาพของแต่ละคน

5. ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานและพัฒนาบริษัทฯ

6. ให้ผลตอบแทนด้วยความเป็นธรรม เหมาะสมตามความรู้ ความสามารถ หน้าทีความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงาน

7. จัดให้มีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมแก่พนักงาน อาทิ การรักษาพยาบาล กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ สหกรณ์ออมทรัพย์ สิทธิในการลาเพื่อปฏิบัติกิจกรรมตามศาสนาและลาคลอดบุตร เป็นต้น



ส่งเสริมความภักดีต่อองค์กร ด้วยนโยบายค่าตอบแทน

นอกจากเรื่องการพัฒนาพนักงานให้สามารถเติบโตในสายอาชีพแล้ว บริษัทฯ ยังเห็นความสำคัญของการดูแลพนักงานทุกคนในองค์กรด้วยการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม จัดตั้งนโยบายค่าตอบแทนพนักงาน หนึ่งในกลยุทธ์เพื่อรักษาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถให้อยู่กับองค์กร โดยผู้บริหารทุกฝ่ายจะทบทวนและเป็นผู้พิจารณาค่าตอบแทนในแต่ละปี โดยเปรียบเทียบค่าตอบแทนในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน ยึดหลักความเท่าเทียมกัน และได้จ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานในรูปแบบของเงินเดือน ค่าคอมมิชชั่น ค่าพาหนะ เบี้ยเลี้ยง ค่าล่วงเวลา เงินรางวัลเป้าหมาย และเงินอุดหนุน

ผลการดำเนินงานในปี 2566



จำนวนค่าตอบแทน

1,035,959,112 บาท

จำแนกตามบทบาท



พนักงานสำนักงาน

565,385,400 บาท



พนักงานขาย

470,573,712 บาท

จำแนกตามเพศ



พนักงานเพศชาย

165,378,639 บาท



พนักงานเพศหญิง

870,580,473 บาท

กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

ปัจจุบันมีพนักงานที่เป็นสมาชิก
ทั้งสิ้น 2,620 คน

คิดเป็นร้อยละ



สหกรณ์ออมทรัพย์

ปัจจุบันมีพนักงานเป็นสมาชิก
ทั้งสิ้น 1,898 คน

คิดเป็นร้อยละ



สวัสดิการอื่น ๆ

ตัวเลขค่าตอบแทนในการจ่ายเงินเดือน ประจำปี 2566 คิดเป็น 5% ของเงินเดือน

ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบรายงานประจำปี 56-1One-Report



อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทฯ ตระหนักถึงความปลอดภัยของพนักงาน อันเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ดังนั้น บริษัทจึงใส่ใจในด้านสุขภาพของพนักงานอย่างเข้มงวด รวมถึงให้ความสำคัญกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานเป็นสำคัญ

นโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

- ติดตามและสำรวจการแพร่กระจายของโรคติดต่อต่าง ๆ
- รวบรวม ติดตาม และวิเคราะห์ผลการดำเนินธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดจากความไม่สมบูรณ์ในอาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- ร่วมมือกับภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานในองค์กรและประชาชนทั่วไป

มาตรการจัดการด้านความเสี่ยงที่มีผลต่อความยั่งยืน (ESG)

1. จัดให้มีการตรวจสุขภาพพนักงาน รวมถึงการฉีดวัคซีนฟรีในกลุ่มโรคติดต่อ และกลุ่มโรคที่ต้องการการป้องกัน
2. ดำเนินการตรวจวัด และวิเคราะห์สภาวะการทำงานของระบบการทำงานภายในตัวอาคาร เช่น ระบบไฟส่องสว่าง ระบบน้ำและการบำบัดน้ำเสีย ระบบเครื่องทำความเย็นและปรับอากาศ เป็นต้น
3. แต่งตั้งเจ้าหน้าที่ในการดูแลด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย
4. จัดทำคู่มือ และจัดอบรมด้านความปลอดภัยให้กับพนักงาน
5. จัดทำแผนฉุกเฉินกรณีเกิดเหตุเพลิงไหม้ และจัดฝึกซ้อมอพยพหนีไฟให้กับพนักงานเป็นประจำทุกปี

ผลการดำเนินงานในปี 2566

อาคารสถานที่

1. จัดให้มีการทำความสะอาดบริเวณจุดสัมผัสต่าง ๆ ด้วยแอลกอฮอล์ และน้ำยาฆ่าเชื้อโรค เป็นประจำ
2. บำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ ระบบกรองอากาศ ให้อยู่ในสถานะปกติ พร้อมใช้งานอยู่เสมอ
3. ฉีดน้ำยาฆ่าเชื้อโรคในการทำความสะอาดห้องประชุมก่อนและหลังการประชุมทุกครั้ง รวมถึงจัดให้มีแม่บ้านคอยทำความสะอาดบริเวณโต๊ะทำงานของพนักงานในทุกวันหลังเลิกงาน
4. จัดให้มีจุดบริการเจลล้างมือบริเวณประตูทางเข้า-ออกอาคารสำนักงาน หน้าลิฟต์โดยสาร และบริเวณที่มีคนใช้บริการจำนวนมาก

สุขอนามัยส่วนบุคคล

1. ประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทราบ และเข้าใจแนวทางปฏิบัติ เพื่อป้องกันโรคติดต่อ โดยจัดทำโปสเตอร์เพื่อติดตั้งตามจุดต่าง ๆ และสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น กำหนดเป็นภาพหน้าจอคอมพิวเตอร์, บอร์ดประกาศ และ Line@ เป็นต้น
2. รณรงค์ให้พนักงานรักษาความสะอาดอยู่เสมอ
3. พนักงานที่มีอาการป่วย หรือมีพฤติกรรมนำสงสัย ให้แจ้งผู้บังคับบัญชาเพื่อพบแพทย์ ลายเหตุ และปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์จนกว่าจะหายเป็นปกติ
4. จัดให้มีการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโรคติดต่อ และกลุ่มโรคที่ต้องการการป้องกันให้กับพนักงานสำนักงานใหญ่ และพนักงานชาย





การปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน

เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน บริษัทฯ โดยส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท จัดให้มีการฝึกอบรมและเรียนรู้การใช้งานเครื่อง AED อย่างถูกต้อง รวมถึงการทำ CPR ในหลักสูตร หลักการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน (CPD/AED/First Aid) ให้กับพนักงานจำนวน 40 คน จากสถาบัน Beat CPR Training Center เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ และทักษะสามารถนำไปช่วยเหลือผู้ประสบเหตุภายในองค์กร และในชีวิตประจำวัน



การป้องกันอัคคีภัยและอพยพหนีไฟ

เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัยและการอพยพหนีไฟ บริษัทฯ โดยส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท ได้จัดให้มีการฝึกอบรมการฝึกปฏิบัติการป้องกันอัคคีภัย และซักซ้อมแผนอพยพหนีไฟ จากสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้ยังจัดให้มีการทบทวนความรู้และทำแบบทดสอบแบบออนไลน์ผ่านระบบ E-learning โดยในปี 2566 พนักงานทุกคนสามารถผ่านการทดสอบได้ 100%

กลุ่มผู้เข้าอบรม	หัวข้อการอบรม	วัน/เวลา	ชื่อสถานที่อบรม	วิทยากร
ผู้บริหาร	- การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย - อัคคีภัย	วันจันทร์ 9-20 พฤษภาคม 2566	Online Room ICC e-Learning	ผู้บังคับการ ศูนย์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
ผู้ปฏิบัติงาน	- การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย - อัคคีภัย	วันพุธ 20 ตุลาคม 66 เวลา 9:00-12:00 น. (รวมค่าอาหาร 150 - 150 บาท)	Classroom 8 ชั้นที่ราบสูง 8	ผู้บังคับการ ศูนย์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร





แนวทางการจัดการในปี 2567



รถบริการพนักงาน

- ฆ่าเชื้อภายในรถทุกครั้ง ทั้งก่อนและหลัง
- จัดรับประทานอาหาร-เครื่องดื่มขณะโดยสาร



ลิฟต์โดยสาร

- จัดระยะห่างภายในลิฟต์ โดยสารครั้งละไม่เกิน 4 คน
- จัดวางเครื่องจ่ายแอลกอฮอล์อัตโนมัติหน้าลิฟต์ทุกชั้น



โต๊ะทำงาน

- จัดให้มีการทำความสะอาดในทุกวันหลังเลิกงาน
- ออกมาตรการให้ทุกฝ่าย ทำ 5 ส. และเก็บของบนโต๊ะให้เรียบร้อยหลังเลิกงานทุกวัน



ห้องรับประทานอาหาร

- กำหนดให้นั่งรับประทานอาหารโต๊ะละ 2 คน และจัดระยะสับหว่างเพื่อรักษาระยะห่าง และงดการรวมกลุ่ม



พื้นที่สำหรับบุคคลภายนอก

- กำหนดพื้นที่นั่งรอสำหรับบุคคลภายนอก
- กำหนดจุดรับ-ส่งพัสดุ ไปรษณีย์ ไว้ด้านนอกตัวอาคาร และงดรับฝากพัสดุส่วนตัวในทุกกรณี



การจับคู่

บริษัทฯ ระบุเป็นกฎข้อบังคับในการสมัครงาน สำหรับตำแหน่งงานที่จำเป็นต้องใช้การขับขี่ ยานพาหนะ รวมถึงมีมาตรการในการตรวจสอบ และสำรวจใบอนุญาตขับขี่รถของพนักงาน อย่างเคร่งครัด ในทุก ๆ ปี

นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูลที่ได้รับ และใช้งาน โดยเฉพาะข้อมูลส่วนบุคคล จึงได้จัดทำนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ผู้มาติดต่อภายนอก โดยกำหนดให้มีการประมวลผลข้อมูลตามหลักเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับการบริหารจัดการตามมาตรการที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่ได้รับและถูกนำไปใช้งาน บริษัทฯ ได้ดำเนินการภายใต้ระเบียบการปฏิบัติอย่างถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

และเพื่อเป็นการประกาศเจตนารมณ์ในการตระหนักถึงข้อมูลและความเป็นส่วนตัว บริษัทฯ ได้ออกประกาศนโยบายความเป็นส่วนตัวไว้ โดยแสดงบนเว็บไซต์บริษัท www.icc.co.th ดังนี้

- นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ประกาศความเป็นส่วนตัว สำหรับลูกค้า คู่ค้า และผู้มาติดต่อภายนอก
- ประกาศความเป็นส่วนตัว สำหรับพนักงาน และผู้สมัครงาน

หากมีข้อซักถามเกี่ยวกับนโยบาย
คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สามารถติดต่อได้ที่ :
บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
ที่อยู่: 530 ซ. สารประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพธิ์พวง
เวทยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์: 0-2294-4999 (ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์)
และ 0-2293-9000 ต่อ 108
สำหรับพนักงานและผู้สมัครงานเท่านั้น





ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์



เพราะการบริการคือหัวใจสำคัญในการทำธุรกิจบริษัทไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) จึงไม่เพียงแต่จัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นและความงามที่คำนึงถึงคุณภาพสินค้าที่ดี ราคาที่เป็นธรรม และความรับผิดชอบต่อที่มีต่อทุกผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเท่านั้น เรายังคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดจากสินค้าและการให้บริการทั้งขณะใช้สินค้าและหลังการขายอีกด้วย

ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้จัดตั้ง “ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์” ขึ้น เพื่อเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับบริษัทฯ ในการรับข้อร้องเรียน รวมถึงคำติชม และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว และต่อยอดผลักดันธุรกิจให้ประสบความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน



และเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางในการติดต่อที่หลากหลาย โดยสามารถติดต่อศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ได้ตามช่องทางดังต่อไปนี้

- โทรศัพท์ 0-2294-4999 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น.
- จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) services@icc.co.th
- จดหมายธุรกิจตอบรับ ณ แคนเตอร์จัดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ สามารถนำส่งทางไปรษณีย์ได้โดยไม่คิดแถม

ผลการดำเนินงานในปี 2566

- พบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายในช่วงงานแฟร์ บริษัทฯ มีการแก้ปัญหาด้วยการนำข้อร้องเรียน ส่งต่อให้กับบริษัทผู้เช่าพื้นที่ และออกมาตรการในการคัดเลือกคู่ค้า (สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ การพัฒนาศักยภาพคู่ค้า หน้า 54-55) และปัญหาจากกลุ่มสินค้าที่นำมาจัดโปรโมชั่นราคาพิเศษ บริษัทฯ มีการแก้ปัญหาด้วยการนำข้อร้องเรียน ส่งต่อผู้ผลิตสินค้า เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และการจัดเก็บสินค้าให้มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น
- ร้องเรียนเกี่ยวกับการบริการของพนักงานขาย บริษัทฯ ได้ตั้งเตือนพนักงานคนดังกล่าว และได้นำหัวข้อในข้อร้องเรียนมาเป็นส่วนหนึ่งในการอบรมพนักงานขายใหม่ เพื่อป้องกันการเกิดความผิดซ้ำ และเพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานและการให้บริการของพนักงานขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เป้าหมาย

ในปี 2567 บริษัทฯ มุ่งหวังที่จะสร้างนวัตกรรมในการปรับปรุงและผลิตสินค้าใหม่ตลอดจนพัฒนามาตรฐานในการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทั้งขณะใช้สินค้าและหลังการขาย โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะไม่พบการร้องเรียนไม่ว่าในกรณีใด

การให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขาย

นอกเหนือจากการเปิดเผยข้อมูลสำคัญทางการเงิน บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการดำเนินงานที่ไม่ใช้การเงิน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในการบริการให้กับลูกค้า และถือว่าการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขัน บริษัทฯ จึงเน้นย้ำให้ “พนักงานขาย” ให้บริการต่อลูกค้าตามมาตรฐานการบริการ ณ จุดขายอย่างเคร่งครัด

บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายอยู่ที่ระดับร้อยละ 80 ขึ้นไป (คิดตามสัดส่วนคะแนนเตอร์ของแต่ละแบรนด์) โดยใน 1 ปี บริษัทฯ จะทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขาย จำนวน 2,000 ราย (ขั้นต่ำ 15 ราย / เคาเตอร์แบรนด์)

เกณฑ์ในการประเมิน



• สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

สอบถามทางโทรศัพท์จากกลุ่มลูกค้าสมาชิก His&Her ที่สะสมคะแนนจากการซื้อสินค้าภายใต้การจัดจำหน่ายของบริษัทฯ ในรอบ 3 เดือน (สุ่มประเมิน)



• สอบถามจากหน้าร้าน (On Site)

สอบถามจากลูกค้าที่นี้ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานขายภายในร้านค้า โดยไม่กำหนดว่าจะต้องซื้อสินค้าหรือไม่



• ออกแบบสอบถาม

ผู้รับผิดชอบในแต่ละผลิตภัณฑ์ออกแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความพึงพอใจในตัวสินค้า และบริการ ตลอดจนประสบการณ์ (Customer Journey) ในการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อนำคะแนนและความคิดเห็นมาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงความต้องการมากยิ่งขึ้น

เป้าหมายในปี 2567

บริษัทฯ ยังคงทบทวนระบบบริหารคุณภาพ เพื่อกำหนดแผนงานปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม



การดำเนินงานด้านความมั่นคง และความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี

บริษัทฯ ได้มีการเก็บรวบรวม ใช้ เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ภายใต้ความเคารพและตระหนักถึงความสำคัญและมุ่งมั่นปฏิบัติตามหลักกฎหมายในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 โดยบริษัทฯ ได้ออกหลักปฏิบัติในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ละบังคับใช้อย่างเคร่งครัด ดังนี้

หน่วยงานและบุคลากร

ก่อตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อกำหนดนโยบายและมาตรการด้านความมั่นคงและความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี และจัดตั้งคณะทำงานเพื่อทำหน้าที่ในการตรวจสอบความเสี่ยง เฝ้าระวัง โดยบริษัทจะทำการทบทวนนโยบาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือกรณีที่มีกฎหมายมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไข

ขั้นตอนการดำเนินงาน

จัดตั้งวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม และ/หรือใช้ข้อมูลส่วนบุคคล โดยมุ่งเน้นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจตามความเห็นชอบด้วยกฎหมาย และด้วยความระมัดระวัง ภายใต้มาตรฐานการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม

กำหนดมาตรการในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

โดยมุ่งเน้นให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและดำเนินการตามมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เห็นว่าจำเป็น และเหมาะสมสอดคล้องกับมาตรฐานการรักษาความลับ

กำหนดระยะเวลาการจัดเก็บข้อมูล

บริษัทฯ จะจัดเก็บข้อมูลตามระยะเวลาที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจตามวัตถุประสงค์ หรือระยะเวลาไม่เกิน 10 ปี ในกรณีมีข้อพิพาท และจะทำลาย/ลบ ข้อมูลดังกล่าวเมื่อหมดความจำเป็นหรือสิ้นสุดระยะเวลา

มาตรการรักษาความปลอดภัย

บริษัทฯ ได้จัดให้มีมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเหมาะสม โดยมีการบังคับใช้มาตรการดังกล่าวอย่างเคร่งครัดและทบทวนปรับปรุงมาตรการทั้งสองอย่างสม่ำเสมอ ดังนี้

- มาตรการเชิงเทคนิค (Technical Measure) เช่น การกำหนดรหัสผ่าน การเข้ารหัส (Secure Sockets Layer/SSL) ระบบรักษาความปลอดภัยของอุปกรณ์เครือข่าย เป็นต้น
- มาตรการเชิงบริหารจัดการ (Organizational Measure) เช่น การกำหนดนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ การรักษาความลับ การกำหนดสิทธิเข้าถึง การกำหนดหลักเกณฑ์ ข้อบังคับ การประเมินและจัดการความเสี่ยง เป็นต้น

กำหนดสิทธิในการเข้าถึง

บริษัทฯ กำหนดให้พนักงาน และบุคลากรในบริษัทฯ มีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยคำนึงถึงการรักษาความปลอดภัย และไม่นำข้อมูลที่ได้รับไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น หรือทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท ทั้งนี้ สิทธิของเจ้าของข้อมูลเป็นสิทธิตามกฎหมาย โดยเจ้าของข้อมูล สามารถขอใช้สิทธิต่าง ๆ ได้ภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมาย เช่น สิทธิในการเพิกถอนความยินยอม สิทธิในการขอเข้าถึง แก้ไข ระบุ ลบหรือโอนย้าย รวมถึงสิทธิในการยื่นข้อร้องเรียน คัดค้านการเปิดเผยหรือใช้ข้อมูลส่วนบุคคล

บทลงโทษ

บริษัทฯ ได้กำหนดบทลงโทษ สำหรับผู้ที่ฝ่าฝืนนโยบาย และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล โดยผู้นั้นจะต้องรับโทษทางวินัยตามระเบียบของบริษัทอย่างไม่มีการประนีประนอม รวมถึงอาจพิจารณาดำเนินคดีตามกฎหมายเพิ่มเติม ในกรณีที่ความผิดดังกล่าวก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัท และ/หรือบุคคลอื่นใด

การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

ทันทีที่ได้รับแจ้งหรือทราบถึงเหตุละเมิด บริษัทฯ จะดำเนินการแจ้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทราบภายใน 72 ชั่วโมง หรือในกรณีที่การละเมิดนั้นมีความเสี่ยงสูง บริษัทฯ จะดำเนินการแจ้งเหตุละเมิดพร้อมแนวทางเยียวยาเหตุละเมิดดังกล่าวให้เจ้าของข้อมูลทราบโดยไม่ชักช้า

รายละเอียดผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล

หากมีข้อซักถามเกี่ยวกับนโยบายด้านความมั่นคงและความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีของบริษัทฯ สามารถติดต่อได้ที่ ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ที่อยู่: 530 ซ. สาธุประดิษฐ์ 58 แขวง บางโพงพาง เขต ยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์: 0-294-4999 อีเมล: service@icc.co.th

(สามารถอ่านประกาศฯ ฉบับเต็มได้ที่ แบบรายงานประจำปี 56-1 One Report)





สานต่อเรื่อง “การให้” เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

เพื่อสานต่อแนวคิดในเรื่อง “การให้” ในทุกมิติ ในฐานะที่บริษัทประกอบธุรกิจครอบคลุมสินค้าทั้งเฟชั่นและความงามอย่างครบวงจรและหลากหลาย ทุกเพศ ทุกวัย ทุกช่วงอายุ เราจึงมุ่งมั่นส่งต่อการให้ไปยังกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรง เช่น ลูกค้า คู่ค้า ซัพพลายเออร์ พนักงาน และผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยอ้อม เช่น สังคม ภาครัฐ ภาคเอกชน อย่างเต็มความสามารถด้วยความสมัครใจ เพื่อพัฒนาคุณภาพของคน ชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน



การพัฒนาชุมชน และสังคม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อประเทศชาติ ชุมชน และสังคม ตลอดจน
ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งสังคมและส่วนรวมที่ดี โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ไม่ดำเนินธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อมลง ไม่ละเมิดสิทธิ
ของบุคคลอื่นที่อยู่ร่วมกันในชุมชนและสังคม

2. ปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อชุมชน
และสังคมโดยส่วนรวมให้เกิดขึ้นในบริษัทฯ และ
พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง

3. กำหนดให้มีมาตรการป้องกัน แก้ไขผลกระทบที่
เกิดขึ้นต่อชุมชนและสังคมอันเนื่องมาจากการ
ดำเนินงานของบริษัทฯ

4. ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและขนบ-
ธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น

5. ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการพัฒนาชุมชน

6. ให้การสนับสนุนในกิจกรรมที่ก่อให้เกิด
สาธารณประโยชน์

7. สร้างรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดย
สนับสนุนการจ้างงานและผลิตภัณฑที่ผลิตจาก
ชุมชน

8. สร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างบริษัท
กับชุมชนและสังคม บนพื้นฐานของความถูกต้อง
โปร่งใสเป็นธรรม



หลากหลายกิจกรรมภายในเพื่อชาว ICC

“ให้ชีวิต” ด้วยการบริจาคโลหิต

ส่งเสริมพนักงานให้รู้จัก “การให้” แก่ผู้อื่น ด้วยกิจกรรมบริจาคโลหิตกับสภากาชาดไทย “1 คนให้ หลายคนรับ” เป็นประจำทุกปี ปีละ 4 ครั้ง หรือ ทุกๆ 3 เดือน ซึ่งในปี 2566 มีพนักงานเข้าร่วมลงทะเบียนบริจาคโลหิต จำนวน 351 คน มีจำนวนผู้ที่สามารถบริจาคโลหิตได้ 351 ยูนิท หรือ 140,400 ซีซี

“ให้สิริ” ในการลาเพื่อปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา

บริษัทฯ เห็นความสำคัญในการทำนุบำรุงศาสนา จึงให้สิทธิพนักงานได้ลาปฏิบัติธรรมตามศาสนาของตนได้ ปีละ 5 วัน นอกจากนี้ยังส่งเสริมกิจกรรมศาสนกุศลต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เช่น การจัดกิจกรรมการตักบาตร ข้าวสาร อาหารแห้ง ถวายแด่พระภิกษุในวันสำคัญตามวาระ เพื่อความเป็นสิริมงคล สืบสานขนบธรรมเนียมประเพณี อันดีงาม และถวายเป็นพุทธบูชา

สานต่อความศรัทธา “อี กง เกียน ไท้”

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการสืบสานพุทธศาสนา โดยสนับสนุนให้ผู้บริหาร และพนักงานในบริษัทและในเครือข่าย ร่วมบริจาคตามกำลังศรัทธา เพื่อร่วมสร้าง และทำนุบำรุงวิหารกวนอิม “อี กง เกียน ไท้” เพื่อเป็นที่ประดิษฐานองค์พระโพธิสัตว์กวนอิม ปางประทับบนแท่นมังกร ณ สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ตำบลนนทรี อำเภอ กบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี

สำหรับอาคารวิหาร เริ่มต้นก่อสร้างในปี พ.ศ. 2558 และได้ดำเนินการก่อสร้างเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน โดยปี 2566 ถือเป็นปีที่ 9 ของการก่อสร้าง ปัจจุบันเปิดให้เข้าสักการะได้ทุกวันไม่มีวันหยุด และยังสามารถร่วมบริจาคตามกำลังทรัพย์ได้ที่

มูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนา
เลขที่บัญชี 068-292-0498 ธนาคาร
ไทยพาณิชย์ สาขาสาธุประดิษฐ์ หรือ
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
0-2290-9000



ICC ร่วมใจ แบ่งปันการให้สู่ภายนอก



(1) โครงการสานพลังประชารัฐ : สถานศึกษาต้นแบบทวิภาคีสานพลังประชารัฐ (Excellent Model School) บริษัท ไอ.ซี.ซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ร่วมมือกับวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี จัดโครงการสถานศึกษาต้นแบบทวิภาคี สานพลังประชารัฐ (Excellent Model School) เพื่อพัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการตลาด อย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งเน้นพัฒนาให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สัมผัสประสบการณ์การทำงานจริง และมีโอกาสได้ทำงานร่วมกับแบรนด์สินค้าชั้นนำ อาทิเช่น เสื้อผ้าบุรุษ Arrow, เสื้อผ้าสตรี DAKS, ชุดชั้นในชาย Guy Laroche, เสื้อผ้าเด็ก Enfent และรองเท้า Naturalizer เป็นต้น



(2) โครงการประกวดดนตรีไทย มหาวิทยาลัยบูรพา

บริษัทฯ ได้สนับสนุนคณะดนตรีและการแสดง มหาวิทยาลัยบูรพา ในการจัดงานประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียนภาคตะวันออก เพื่อชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นประจำทุกปี ต่อเนื่องเป็นปีที่ 39 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจรรโลงศิลปวัฒนธรรม กระตุ้นให้มีการฝึกหัด และสืบสานดนตรีไทย โดยในปี 2566 ได้มีการจัดประกวดในรูปแบบออนไลน์ เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมผู้เข้าประกวดทั้งสิ้น 500 คนจากโรงเรียนทั่วประเทศตะวันออก

การประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียนภาคตะวันออก เป็นโครงการที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องกันมาเป็นประจำทุกปี จึงไม่เพียงแต่เพียงการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมเท่านั้น ยังสร้างความสัมพันธ์ และส่งเสริมความสามัคคี กระตุ้นให้เยาวชนตื่นตัวในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของชาติสืบไป



(3) ARTY PROFESSIONAL จัดประกวด METaverse BEAUTY CHALLENGE

เครื่องสำอาง ARTY PROFESSIONAL by BSC บริษัทฯ โดย ดร.จันจิรา จันทรโณม ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายเครื่องสำอางและน้ำหอม , คุณอนุรักษ์ โกศลโชติชโลธร ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ และ คุณตรีมิตร อีธนาอุดมวิชัย Creative make up Director เครื่องสำอางที่อยู่เบื้องหลังการแต่งหน้าวงการแฟชั่นต่าง ๆ มากมาย จัดประกวด เปิดโอกาสให้คนที่รักในการแต่งหน้า ไม่จำกัดเพศ ไม่จำกัดอายุ ทุกคนเท่าเทียม เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การแต่งหน้าสไตล์ใหม่ ๆ ที่ออกมาดูสวย ทันสมัย ชิงเงินรางวัลและของรางวัล รวมมูลค่ากว่า 2 แสนบาท



(4) โครงการจัดหาและสนับสนุนรถเข็นและอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการสำหรับเด็กและคนพิการ (RICD Wheelchair Project)

บริษัทฯ สนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งรถเข็นหรืออุปกรณ์ช่วยเหลือผู้พิการที่ได้รับบริจาคจากองค์กรในประเทศและต่างประเทศให้กับสถาบันพัฒนาการเด็ก รานนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุขโครงการในพระราชูปถัมภ์ ในพระนามาภิไธยสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งดำเนินงานมาตั้งแต่ปี 2554 จนถึงปัจจุบัน

ในปี 2566 (มกราคม-ธันวาคม) ได้สนับสนุนเงินจำนวน 195,107.43 บาท เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการขนส่งและจ้างงานในท้องถิ่นเพื่อช่วยงานมูลนิธิฯ ในการตัดเย็บวัสดุสำหรับรถเข็น และได้ดำเนินการตามแผนงานมอบรถเข็น และอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการ จำนวนทั้งสิ้น 618 รายการ



(5) สนับสนุนทุกความสวยอย่างมั่นใจ ด้วย Arty Professional

เพื่อเสริมสร้างความสวย และสะท้อนตัวตนได้อย่างมั่นใจ เครื่องสำอาง Arty Professional by BSC ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้สนับสนุนแต่งหน้าให้กับดารานักแสดง ตลอดจนศิลปินที่เข้าร่วมงานประกาศรางวัล “คม ชัด ลึก อวอร์ด ครั้งที่ 19” และในการประกวด “Miss LGBT 2023”



(6) โครงการ “วาก็โบว์ชมพู สู้มะเร็งเต้านม”

ผลิตภัณฑ์วาก็ โบว์ชมพู เดินหน้าช่วยลดอัตราการเสียชีวิตไทยจากมะเร็งเต้านม ส่งกิจกรรมภายใต้โครงการ “วาก็ โบว์ชมพู สู้มะเร็งเต้านม” ต่อเนื่องยาวนานกว่า 24 ปี โดยในปี 2566 ได้จัดกิจกรรมในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่

- สนับสนุนการตรวจแมมโมแกรมใน 9 โรงพยาบาลฯ ละ 30 คน โดยมีทั้งหญิงไทยที่ตรวจคลำพบก้อนบริเวณเต้านมจากการร่วมกิจกรรมที่วาก็จัดขึ้น และหญิงไทยที่ตรวจคัดกรองพบก้อนและมีปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ
- จัดทำหมวกเพื่อมอบให้กับผู้ป่วยมะเร็งเต้านมที่อยู่ระหว่างการรักษาตัวด้วยเคมีบำบัด โดยมอบผ่านตัวแทนโรงพยาบาล จำนวน 9 แห่ง โรงพยาบาลละ 300 ใบ รวมเป็นมูลค่าเงินของการสนับสนุนโรงพยาบาลละ 100,000 บาท
- จัดกิจกรรมตรวจเต้านมให้ผู้หญิงในชุมชนย่านสาทร จำนวน 120 คน พร้อมบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม สอนวิธีการดูแลตนเองให้ห่างไกลจากมะเร็งเต้านม พร้อมสาธิตการตรวจหาความผิดปกติของเต้านมด้วยตนเอง โดยทีมแพทย์และพยาบาลจากโรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์ พร้อมฝึกปฏิบัติการตรวจเต้านมด้วยตนเอง และตรวจคัดกรองเต้านมโดยพยาบาลผู้เชี่ยวชาญ
- บริจาคเงินให้มูลนิธิกาญจนบารมี วงเงิน จำนวน 200,000 บาท และบริจาคเงินให้แก่ชมรมมะเร็งเต้านมแห่งประเทศไทย จำนวน 100,000 บาท เพื่อใช้สำหรับดูแลผู้ป่วยมะเร็งเต้านมที่ยากไร้

นอกจากนี้ โครงการวาก็โบว์ชมพูสู้มะเร็งเต้านมในปี 2566 สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรีนารีรัตนราชกัญญา ได้ทรงออกแบบ Balancing Bra ซึ่งเป็นชุดชั้นในสำหรับผู้ผ่านการผ่าตัดมะเร็งเต้านมร่วมกับผลิตภัณฑ์วาก็ Wacoal X SIRIVANNAVARI “PRINCESS COLLECTION” และทรงเป็นผู้ออกแบบสร้างสรรค์และถ่ายภาพแคมเปญโฆษณาของคอลเลกชันพิเศษนี้ด้วยพระองค์เองภายใต้แนวคิด “Empowering Women with Love” มอบพลังความรักให้แก่ผู้หญิงทุกคน ทุกเชื้อชาติ ทุกรูปร่าง ให้สามารถส่งต่อพลังบวก พลังความรักและกำลังใจให้แก่กันและกันซึ่งเป็นแนวคิดหลักของโครงการนี้ โดยนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่าย “PRINCESS COLLECTION” ร่วมสมทบทุนบริจาคให้กับองค์กรที่ช่วยเหลือผู้ป่วยมะเร็งเต้านมให้แก่มูลนิธิกาญจนบารมี และสถาบันมะเร็งแห่งชาติ

การจัดการด้านความยั่งยืน ในมิติสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นสู่การเป็นองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการบริหารจัดการด้านพลังงาน น้ำ ของเสีย และขยะอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการปลูกฝังให้พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีจิตสำนึกในการรักษาสีงแวดล้อม



นโยบายสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ใฝ่ใจ และดูแลในทุกกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย และการให้บริการในทุกผลิตภัณฑ์มาอย่างยาวนาน รวมถึงคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและพลังงาน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องตามกฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการทบทวน และประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
2. สร้างนวัตกรรมองค์กรและสร้างจิตสำนึกให้พนักงานทุกระดับ เกิดความร่วมมือ และความรับผิดชอบต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน
3. ส่งเสริมให้ความรู้ และฝึกอบรมแก่พนักงานทุกคนในเรื่องสิ่งแวดล้อม ผ่านระบบ e-learning อันประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม และการประหยัดพลังงาน พร้อมแบบทดสอบความเข้าใจซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินงาน และผลักดันให้เป็นหัวข้อหนึ่งในการอบรมพนักงานใหม่
4. ส่งเสริมระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด มีมาตรการบำบัดและฟื้นฟู การทดแทน การเฝ้าระวังดูแล และป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
5. มีระบบคัดเลือกคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานที่ดำเนินธุรกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
6. ส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ปี 2566 **ไม่มี** ข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชนใกล้เคียงบริษัทฯ

ปี 2566 **ไม่มี** กรณีละเมิดกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ



การบริหารและจัดการ ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ในฐานะผู้ผลิตสินค้าด้านแพคเกจจิ้งและความงาม เราตระหนักถึงความสำคัญในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเรามีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานตามกรอบการบริหารและจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อสะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคม จากต้นน้ำสู่ปลายน้ำตั้งแต่การคัดเลือกคู่ค้า สรรหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดส่ง และบริการหลังการขาย

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องและแนวทางการแก้ปัญหา

• การใช้พลังงานภายในองค์กร

ปัญหา	แนวทางการบริหารจัดการ
1. ปัญหาการใช้ไฟฟ้าและพลังงานอย่างไม่มีรู้คุณค่า	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการประหยัดพลังงาน ด้วยการจัดอบรมด้านสิ่งแวดล้อม ศึกษาและหามาตรการการประหยัดพลังงานในรูปแบบต่าง ๆ
2. ปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการใช้พลังงานฟอสซิล	<ul style="list-style-type: none"> พิจารณาเลือกใช้พลังงานสะอาด หรือพลังงานทดแทน

• ขยะและการจัดการของเสีย

ปัญหา	แนวทางการบริหารจัดการ
1. ปัญหาการกำจัดขยะในองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> ปลูกจิตสำนึกในการลดปริมาณขยะและของเสียด้วยแนวคิด 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) ส่งเสริมการใช้วัสดุอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งขวดน้ำพลาสติก และกระดาษ ปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ หีบห่อที่ใช้ในการขนส่ง มีส่วนร่วมในการสร้างจิตสำนึก โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค

• การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ปัญหา	แนวทางการบริหารจัดการ
1. ปัญหาภาวะโลกร้อน	<ul style="list-style-type: none"> ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากองค์กรอย่างจริงจัง ทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. ปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ	<ul style="list-style-type: none"> การจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์

• การใช้น้ำ

ปัญหา	แนวทางการบริหารจัดการ
1. ปัญหาการขาดแคลนน้ำ	• ส่งเสริมการใช้น้ำอย่างประหยัดและรู้คุณค่า
2. ปัญหาคุณภาพน้ำเสื่อมโทรม	• บำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยสู่สาธารณะ • ร่วมกับภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนโครงการสร้างแหล่งน้ำสะอาด
3. ปัญหาการเข้าถึงแหล่งน้ำ	• อนุรักษ์และพัฒนาแหล่งต้นน้ำ • ส่งเสริมให้ชุมชนมีแหล่งน้ำเป็นของตนเอง

• ความหลากหลายทางชีวภาพ

ปัญหา	แนวทางการบริหารจัดการ
1. ปัญหาสัตว์สูญพันธุ์	• อนุรักษ์และส่งเสริมแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม • ฟื้นฟูแหล่งที่อยู่อาศัย
2. ปัญหาตัดไม้ทำลายป่า	• ส่งเสริมกิจกรรมการปลูกป่าและฟื้นฟูป่า • ฟื้นฟูแหล่งต้นน้ำด้วยการพัฒนาลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
3. ปัญหาการขาดแคลนวัตถุชีว	• ส่งเสริมการทำเกษตรกรรมแบบยั่งยืน • สร้างแหล่งเกษตรกรรม • สรรหาวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ



การจัดการด้านพลังงาน
ติดตั้งปลั๊กสำหรับจุดชาร์จรถไฟฟ้า **6** คัน
สำรวจพื้นที่เพื่อติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งสิ้น (เฉพาะประเภทที่ 1+2)
จำนวน 2,053 Ton CO₂e

การจัดการขยะ:
ส่งต่อขยะเพื่อเข้าสู่กระบวนการย่อยสลาย **3,047** กิโลกรัม

-  กล่องกระดาษ **736** กิโลกรัม
-  กระดาษสีขาวที่ผ่านการย่อยสลาย **505** กิโลกรัม
-  เศษกระดาษอื่น ๆ **1,584** กิโลกรัม
-  ขวดพลาสติก **222** กิโลกรัม
-  แปรรูปขวด ได้ **26** กิโลกรัม

การใช้ไฟฟ้า
ในปี 2565 บริษัทฯสามารถ
ลดการใช้พลังงานได้ **0.48%** 

 ติดตั้งโซลาร์เซลล์
ช่วยประหยัดพลังงานได้
3.66% ต่อเดือน

การใช้น้ำ
บำบัดน้ำเสีย **10,950** ลูกบาศก์เมตร
เฉลี่ย **913** ลูกบาศก์เมตร / เดือน 



พัฒนาที่ดินเปล่า เพื่อเป็นพื้นที่ทางการเกษตร

รวมทั้งสิ้น **309** ไร่

ให้เช่าเพื่อทำการเกษตร **251** ไร่

ปลูกต้นไม้ทดแทน **75** ไร่

จำนวน **4,670** ต้น

- ยูคาลิปตัส 2,880 ต้น
- สักทอง 1,000 ต้น
- มะม่วง 650 ต้น
- มะพร้าว 140 ต้น
- เติง, ริง 18-0-0 ไร่



การบริหารจัดการ ด้านพลังงานเชื้อเพลิง

บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลากหลายประเภท รวมถึงเป็นผู้ให้บริการให้การจัดส่งสินค้าต่างๆ เพื่อให้ถึงมือลูกค้าโดยสวัสดิภาพ ดังนั้น บริษัทฯ จึงตระหนักถึงการบริหารจัดการด้านพลังงานเชื้อเพลิงให้มีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในการปล่อยมลพิษทางอากาศในทุกกิจกรรม

กิจกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิง โดยสังเขป

- สวัสดิการน้ำมัน สำหรับรถผู้บริหาร
- สวัสดิการน้ำมันสำหรับพนักงานเพื่อใช้ในการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ
- ค่าเชื้อเพลิงสำหรับสาธารณูปโภคภายในบริษัท

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

กิจกรรมการใช้พลังงาน (แบ่งตามขอบเขตการใช้งาน)	ปริมาณการใช้ (ลิตร)
Stationary	
• การเผาไหม้น้ำมันดีเซลสำหรับ Fire Pump	-
• การเผาไหม้น้ำมันดีเซลสำหรับ Generator	369.76
• การเผาไหม้เบนซินสำหรับเครื่องตัดหญ้า	88.25
Mobile Combustion	
• การเผาไหม้น้ำมันดีเซล B7	93,320.33
• การเผาไหม้น้ำมันดีเซลเบนซิน B10	760.55
• การเผาไหม้น้ำมันเบนซิน Gasohol 91	2,046.10
• การเผาไหม้น้ำมันเบนซิน Gasohol 95	3,805.70



เป้าหมายปี 2567

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการใช้พลังงานทดแทน ซึ่งเป็นทางเลือกที่สร้างความยั่งยืนในด้านพลังงาน จึงได้ติดตั้งปลั๊กไฟแก่พนักงาน เพื่อใช้ในการเสียบที่ชาร์จสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า จำนวน 6 จุด และสนับสนุนให้พนักงานใช้รถยนต์ไฟฟ้าแทน นอกจากนี้ยังจัดให้มีโปรแกรมสำหรับพนักงานในการใช้บริการจุดชาร์จในราคาสวัสดิการเพื่อจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม



'ICC' จับมือ 'เชลล์ ประเทศไทย'

เปิดตัว SHELL RECHARGE แห่งแรก ในสำนักงานขององค์กรภาครัฐกิจ

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนการใช้พลังงานสะอาดและ
ยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ภายใต้แบรนด์ Shell Recharge ในบริเวณสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ซึ่งถือเป็นสถานีแห่งแรกของ
ประเทศไทย ที่ตั้งอยู่ในบริเวณสำนักงานขององค์กรภาครัฐกิจ เพื่อสนับสนุนและรณรงค์ให้พนักงานตระหนักถึงความ
สำคัญของการใช้พลังงานทางเลือก

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีความรับผิดชอบ โดยคำนึงถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วน
เสียในทุกมิติ ดังที่ปรากฏในโครงการต่าง ๆ อาทิ การติดตั้งโซลาร์เซลล์ บริเวณหลังคาอาคารต่าง ๆ เพื่อเป็นการใช้พลังงาน
ทางเลือกให้มากขึ้น การปรับภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมภายใน-นอกอาคารสำนักงาน และอีกหลายโครงการที่กำลังอยู่
ในแผนงาน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคม "ไร้คาร์บอน" อย่างยั่งยืน



การจัดการด้านพลังงานไฟฟ้า

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้บริษัทฯ ต้องลดปริมาณค่าใช้จ่ายลงในหลายส่วน รวมถึงการหาผู้เช่า เพื่อช่วยแบ่งเบาเรื่องค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน แต่อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ยังคงมีมาตรการในการกำกับดูแลการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยกระทบต่อการดำเนินงานน้อยที่สุด ดังนี้

- ปรับเวลาปิดอาคารสำนักงานเร็วขึ้น 1 ชั่วโมง
- ปรับเวลาในการเปิด-ปิดเครื่องปรับอากาศ เพื่อให้ชั่วโมงในการทำงานลดลง
- เปิดใช้งานพลังงานไฟฟ้าเฉพาะจุดที่จำเป็นเท่านั้น

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

ปริมาณการใช้ไฟฟ้า

บริษัทฯ ใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งสิ้น **4,417,000 KWh**

ในจำนวนนี้ เมื่อหักจำนวนการใช้พลังงานไฟฟ้าจาก
24 บริษัทผู้เช่าพื้นที่

เสียค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานไฟฟ้า
เป็นจำนวน **18,975,232 บาท**

รวมการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งสิ้น

3,392,358 KWh



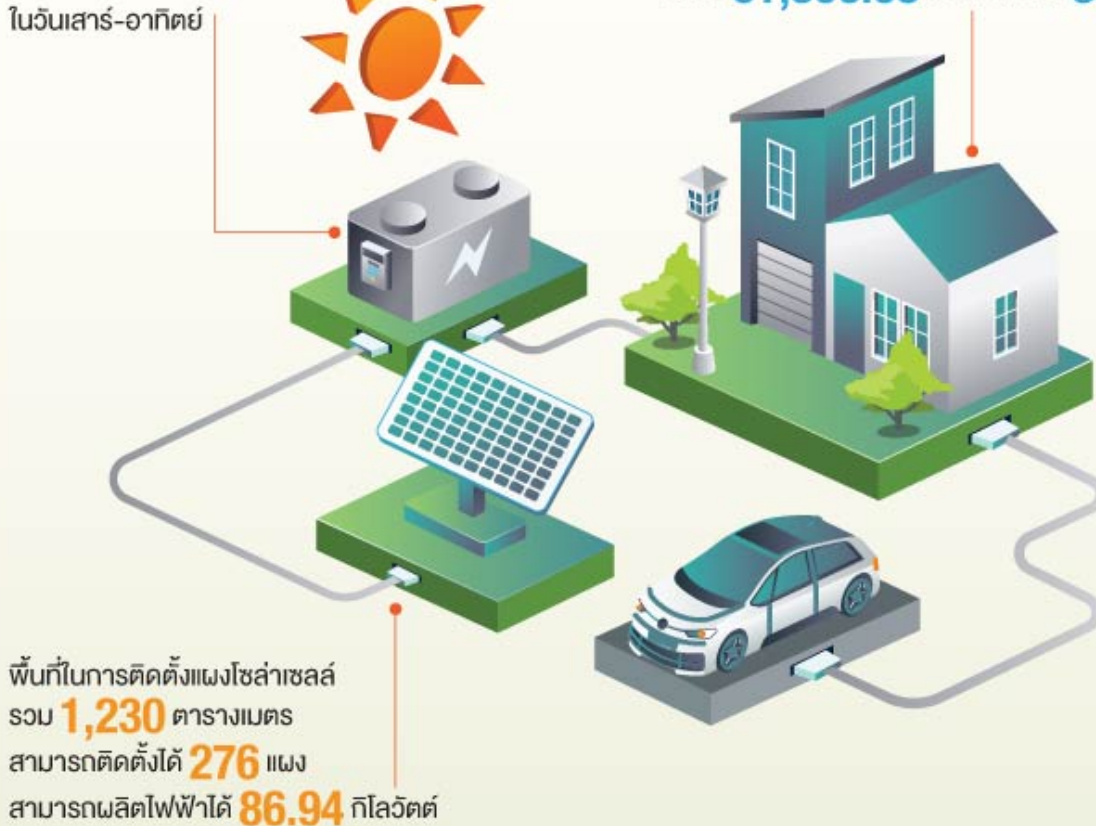
เพิ่มขึ้นจากปี 2565 จำนวน **16.31%**
เป็นผลเนื่องจากค่า FT และจำนวนผู้เช่าเพิ่ม

ปริมาณการผลิตไฟฟ้าใช้เอง

ในปี 2559 บริษัทฯ ได้จัดทำโครงการระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) ด้วยการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารที่ทำการบริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ กรุงเทพฯ ด้วยรูปแบบหลังคาเมทัลชีท

ปัจจุบัน บริษัทฯ ใช้ไฟฟ้า
ประมาณ **700** กิโลวัตต์ในวันธรรมดา
และ **150** กิโลวัตต์
ในวันเสาร์-อาทิตย์

ในปี 2566 สามารถนำพลังงานแสงอาทิตย์
มาผลิตไฟฟ้าได้ **108,543.6** KWh
คิดเป็นเงินที่ประหยัดได้ **735,673.01** บาท / ปี
เฉลี่ย **61,306.08** ต่อเดือน หรือ **3.87%**



เป้าหมายการดำเนินงานปี 2567

และเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางความยั่งยืนตามหลักสากล และนโยบายสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการใช้พลังงานทดแทน ซึ่งเป็นทางเลือกที่สร้างความยั่งยืนในด้านพลังงาน จึงได้ติดตั้งปลั๊กไฟแก่พนักงานเพื่อใช้ในการเสียบที่ชาร์จสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า จำนวน 6 จุด โดยในปี 2567 บริษัทฯ มี เป้าหมายในการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคา บริเวณคลังสินค้าของบริษัท ซึ่งคาดการณ์ว่าจะช่วยให้สามารถประหยัดค่าไฟได้ราว 10%



การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

ตลอดระยะเวลาในการดำเนินงาน บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อทุกมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นทรัพยากรตามธรรมชาติที่มีอย่างจำกัด และเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางในการจัดทำแบบรายงานประจำปี 56-1 One Report เรื่องการจัดทำรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการสำหรับบริษัทจดทะเบียน และเพื่อลดความเสี่ยงของบริษัทฯ จากผลกระทบที่เกิดจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม

เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการตระหนักถึงปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในปี 2566 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อใช้ในการยื่นเรื่องขอการทวนสอบข้อมูลและขอรับรองข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากผู้ทวนสอบที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจาก องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (อบก.) หรือเทียบเท่า โดยสามารถเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวได้เบื้องต้น ดังนี้

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากขอบเขต ประเภทที่ 1	ปริมาณการใช้ (ลิตร)	ปริมาณการปล่อย GHG (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)
Stationary		
การเผาไหม้น้ำมันดีเซล	369.76	1.00
การเผาไหม้น้ำมันเบนซิน	88.25	0.19
Mobile Combustion		
การเผาไหม้น้ำมันดีเซล	93,128.09	254.34
การเผาไหม้น้ำมันเบนซิน	12,093.79	53.59
Fugitive		
การรั่วไหลก๊าซมีเทน (CH ₄) จากห้องน้ำ	2,582.18	72.30
การรั่วไหลสารทำความเย็นชนิด R134a ของตู้เย็นและตู้กดน้ำ	ไม่มีการซื้อหรือเติมในปีนี้	
การรั่วไหลสารทำความเย็นชนิด R407C ของเครื่อง Generator	ไม่มีการซื้อหรือเติมในปีนี้	



แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากขอบเขต ประเภทที่ 2	ปริมาณการใช้ (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	ปริมาณการปล่อย GHG (ดับ คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)
การใช้ไฟฟ้าจากการไฟฟ้านครหลวง	3,392,358	1,695.84

แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากขอบเขต ประเภทที่ 3	ปริมาณการใช้ (กิโลเมตร)	ปริมาณการปล่อย GHG (ดับ คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)
การขนส่ง		ไม่ได้รายงานในฉบับนี้

นอกจากนี้ยังมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากขอบเขตการดำเนินงานประเภทที่รายงานแยกเพิ่มเติมอีก ดังนี้

แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณการใช้ (กิโลกรัม)	ปริมาณการปล่อย GHG (ดับ คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)
การรั่วไหลของสารทำความเย็นชนิด R22 สำหรับเครื่องปรับอากาศ	298	524.48

ดัชนีความเข้มข้นของคาร์บอน

แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณ	หน่วย
ประเภทที่ 1	357.0	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ประเภทที่ 2	1,696.00	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ประเภทที่ 3	ไม่ได้รายงานในฉบับนี้	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ผลรวม (ประเภทที่ 1+2)	2,053	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ผลรวม (ประเภทที่ 1+2+3)	2,053	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ทั้งนี้ ณ วันที่รายงาน ปริมาณการใช้งานและปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นตัวเลขที่ผ่านการทวนสอบคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรเบื้องต้น ก่อนนำไปตรวจสอบความถูกต้องและรับการยืนยันในกระบวนการสุดท้ายโดยผู้ทบทวนอิสระ (Independent Reviewer)





การจัดการปัญหาขยะ

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้ดำเนินงานเพื่อปลูกจิตสำนึกพนักงานให้ใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ผ่านการรณรงค์ต่าง ๆ รวมถึงการคัดแยกขยะ

ภายใต้แนวคิด 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle)

แนวทางในการจัดการ

- คัดแยกประเภทของกระดาษที่ใช้จนแล้ว ออกจากขยะประเภทอื่น โดยการนำกระดาษที่ใช้แล้ว 1 หน้า มาหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycle) รวมถึงแปรรูปเป็นกระดาษโน้ต / สมุดโน้ตแทนการใช้โฟสต์อิท (Reused)
- สำหรับกระดาษที่เป็นเอกสารสำคัญ คัดแยกเพื่อทำลายด้วยเครื่องย่อยกระดาษ เพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล และเพื่อเป็นการเคารพข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
- นำเอาช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนการใช้กระดาษ (Paperless) ในทุกส่วนงาน ส่งผลให้จำนวนการใช้กระดาษ และยอดสั่งซื้อกระดาษสำหรับใช้ภายในบริษัทฯ ลดลงอย่างมีนัยยะ
- ขยะอิเล็กทรอนิกส์บริษัทฯ ได้มีการตรวจสอบสภาพการใช้งานตามวาระประจำปี และคัดอุปกรณ์ที่ไม่สามารถซ่อมบำรุงได้แล้ว ส่งต่อยังโรงงานที่มีกระบวนการรีไซเคิลขยะอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ
- บริจาคและจัดจำหน่ายให้กับแหล่งทำลาย เพื่อนำขยะเข้าสู่กระบวนการย่อยสลายอย่างถูกวิธีต่อไป



การดำเนินงานในปี 2566

ประเภทของกระดาษที่ผ่านการคัดแยก ประกอบด้วย



กล่องกระดาษ
จำนวน **736** กิโลกรัม



กระดาษสีขาว
จำนวน **505** กิโลกรัม



เศษกระดาษ
จำนวน **1,584** กิโลกรัม



ขวดพลาสติก
จำนวน **222** กิโลกรัม



โครงการ “ขวดเหลือใช้ให้ราณะ”

ส่วนงานประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสำนักงานบริษัท ได้จัดตั้งจุดรับบริจาคขวดน้ำเหลือใช้ บริเวณหน้าห้องน้ำของทุกชั้น ในอาคารสำนักงานใหญ่ และบริเวณศูนย์อาหาร และจัดทำโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทิ้งขวดพลาสติกได้อย่างถูกวิธี โดยเริ่มจากการ แยกฝา แยกฉลาก และบีบขวด



ส่งต่อขวดพลาสติกเพื่อแปรรูป

ส่วนงานประชาสัมพันธ์ ร่วมกับส่วนงานธุรการ ฝ่ายสำนักงานบริษัท นำขวดพลาสติกส่วนหนึ่งที่ได้จากโครงการ “ขวดเหลือใช้ให้ราณะ” นำไปมอบให้กับวัดจากแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดย “ขวดพลาสติก” จะถูกนำไปแปรรูปเป็นเส้นใยสำหรับผลิตจีวรพระ และเสื้อผ้าต่าง ๆ “ฉลาก” จะนำไปหลอมกลับมาเป็นพลังงานเชื้อเพลิง และ “ฝา” ถูกนำไปหลอมเป็นของใช้พลาสติกอีกครั้ง ทดแทนการสร้างใหม่



โครงการรับบริจาคปฏิทินตั้งโต๊ะเพื่อคนตาบอด

ฝ่ายสำนักงานบริษัท ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการรับบริจาคปฏิทินใช้แล้วจากพนักงานภายในบริษัท และบริษัทในเครือ เพื่อนำไปบริจาคให้กับหน่วยงานที่ต้องการ ซึ่งในปี 2566 ได้นำปฏิทินเก่าไปมอบให้กับฝ่ายรักษาความสะอาด สำนักงานเขตยานนาวา เพื่อนำไปบริจาคยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป โดยปฏิทินเหล่านี้จะนำกลับมาใช้ใหม่ให้คนตาบอดได้มีสมุดสำหรับจดบันทึก และอีกส่วนหนึ่งจะถูกจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับศูนย์ฯ ในการจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็น เพื่อบำรุงรักษาสาธารณูปโภคอื่น ๆ ต่อไป



การจัดการน้ำ

ทรัพยากรน้ำ เป็นทรัพยากรที่สำคัญ และเป็นสิ่งที่จำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์และสัตว์ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าวและมีความมุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ขณะเดียวกันก็ควบคุมดูแลไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อมโดยรอบจากการปล่อยน้ำเสีย โดยบริษัทฯ ได้จัดทำการบำบัดน้ำเสีย จากกิจกรรมอาคารสำนักงาน ภายใต้มาตรฐานคุณภาพน้ำตามกฎหมายกำหนด ก่อนปล่อยลงสู่แหล่งตามธรรมชาติ เพื่อให้ชุมชนได้นำกลับมาหมุนเวียนใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การนำมารดน้ำต้นไม้ การนำมาทำความสะอาด นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้พนักงานเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำด้วยวิธีการต่าง ๆ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เพิ่มมาตรการในการจัดการน้ำ โดยตรวจเช็คมิเตอร์น้ำทุกวัน เพื่อสังเกตปริมาณของการใช้น้ำในแต่ละวัน และเพื่อเป็นการป้องกันกรณีหากมีการรั่วไหลของน้ำจะจะสามารถจัดการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันก่วงที

ปี 2565

บริษัทฯ ใช้น้ำ **53,745** ลบ.ม.
ค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำ
เป็นเงิน **839,102** บาท

ปี 2566

บริษัทฯ ใช้น้ำ **85,408** ลบ.ม.
ค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำ
เป็นเงิน **1,364,179.55** บาท



เพิ่มขึ้น **503,939.59** บาท หรือ **58.58%**
(ทั้งนี้เป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนบริษัทผู้เช่าภายในพื้นที่บริษัท)

การจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรน้ำ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นหลักในการดำรงชีวิต ทำการเกษตร และการประกอบธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันน้ำหรือแหล่งน้ำสะอาดมีความเสี่ยงต่อการขาดแคลนโดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกลความจริง และพื้นที่แห้งแล้ง ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งการดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการบำบัดน้ำเสีย

บริษัทฯ ได้ติดตั้งเครื่องบำบัดน้ำเสีย โดยตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่า ตลอดจนศึกษากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดการปล่อยน้ำเสียสู่ลำธารสาธารณะ และบำบัดเพื่อนำกลับมาใช้ในองค์กร

การดำเนินงานในปี 2566

บำบัดน้ำเสีย

10,950 ลบ.ม.

เฉลี่ยบำบัดได้

913 ลบ.ม. / เดือน

น้ำที่บำบัดแล้ว ถูกนำมาใช้

ในการรดน้ำต้นไม้ ล้างรถ

ล้างพื้น ในบริเวณโดยรอบ

บริษัทฯ

บางส่วน

ถูกปล่อยลงสู่

ลำธารสาธารณะ



ชุมชนเพชรน้ำหนึ่ง
ตำบลกลัดหลวง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี



โครงการ “W B G น้ำคือชีวิต”

บริษัทฯ ได้จัดทำ คอลเลกชันพิเศษ W B G เพื่อสนับสนุน มูลนิธิอุทกพัฒน์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ในการบริหารจัดการน้ำชุมชน อย่างต่อเนื่องมาตลอด ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2560 โดยนำรายได้ไม่หักค่าใช้จ่ายจากการจัดงานแฟชั่นกาล่าดินเนอร์การกุศลร่วมกับมูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนา และ บริษัทในเครือสหพัฒน์ จำนวน 3,325,999 บาท ร่วมสนับสนุน “โครงการสระน้ำเพื่อชีวิต อุทิศถวาย พ่อของแผ่นดิน” ของมูลนิธิอุทกพัฒน์ ส่งผลให้ชุมชนต่างๆ ที่ร่วมโครงการมีแหล่งน้ำสำรอง สามารถวางแผนการเพาะปลูก มีบัญชีการผลิต รวมกลุ่มการผลิต ลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน มีรายได้ตลอดปี ทั้งพาดตนเองได้อย่างยั่งยืน

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 W B G ยังได้สนับสนุนกิจกรรมของมูลนิธิอุทกพัฒน์ มาอย่างต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ที่ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแบบรวมกลุ่มโครงการเพชรน้ำหนึ่ง อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี ซึ่งเดิมเป็นสนามกอล์ฟร้าง ไม่สามารถกักเก็บน้ำไว้ใช้ประโยชน์ในพื้นที่ บริษัทได้ร่วมพัฒนาแหล่งน้ำ การเกษตรตามแนวทฤษฎีใหม่ สร้างหอเก็บน้ำต่างระดับ สร้างอาคารบรรจุและเก็บรักษาผลผลิต และในปี พ.ศ. 2566 บริษัท ฯ สนับสนุนงบประมาณ 878,700 บาท เพื่อการพัฒนาโครงสร้างเชื่อมโยงระบบน้ำและการติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์สำหรับอาคารบรรจุและเก็บรักษาผลผลิต ส่งผลให้ชุมชนมีแหล่งน้ำเพียงพอในการทำการเกษตรและอุปโภคบริโภค ทำให้มีรายได้ที่มั่นคงด้วยศาสตร์ของพระราชา จนประสบความสำเร็จในปัจจุบัน

บริษัทฯ ยังคงตั้งมั่นที่จะสานต่อการทำงานร่วมกับมูลนิธิอุทกพัฒน์ สนับสนุนชุมชนเพชรน้ำหนึ่ง และชุมชนอื่น ๆ ต่อไป



การเพิ่มพื้นที่สีเขียว

การเพิ่มพื้นที่สีเขียว เป็นหนึ่งในการกิจที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ เนื่องจากพบว่าในปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังประสบกับปัญหาขาดแคลนพื้นที่สีเขียว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัทฯ สำนักงานใหญ่ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งมั่นในการสร้าง และสนับสนุนกิจกรรมเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวทั้งในองค์กร รวมถึงการมีส่วนร่วมกับชุมชน และหน่วยงานในการฟื้นฟู ดูแล และรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อคงสภาพความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศดั้งเดิม



เป้าหมายในการดำเนินงาน

1. บริหารจัดการพื้นที่สีเขียวทั้งในและนอกองค์กร
2. จัดสรรพื้นที่สีเขียวที่เข้าถึงได้ ทุกเพศ ทุกวัย โดยร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน
3. หมั่นตรวจสอบ ดูแลเพื่อให้พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์อยู่เสมอ
4. ปลูกลงไม้เพิ่มขึ้นในทุกปี เพื่อเป็นสาธารณประโยชน์แก่ชุมชน และส่วนรวม



ดัชนีชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนระดับสากล

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION			ASSURANCE
		AR	SR	REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	79	7-13				
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	79	7				
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	15	6				
	2-4 Restatements of information						
	2-5 External assurance						
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	12-14, 16-27	48-51				
	2-7 Employees	92	56-57				
	2-8 Workers who are not employees	58-75					
	2-9 Governance structure and composition	79	7				
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	237					
	2-11 Chair of the highest governance body		4-5				
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	240-241	35				
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts		7				
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	240-241	4-5				
	2-15 Conflicts of interest	113-122					
	2-16 Communication of critical concerns		76				
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body						

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION			ASSURANCE
		AR	SR	REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	101					
	2-19 Remuneration policies	87, 238	71				
	2-20 Process to determine remuneration	87, 238					
	2-21 Annual total compensation ratio	105-106	71				
	2-22 Statement on sustainable development strategy	41	87				
	2-23 Policy commitments	41-42	88-89				
	2-24 Embedding policy commitments	41-42	75, 78-79				
	2-25 Processes to remediate negative impacts						
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	111	75-76				
	2-27 Compliance with laws and regulations	39	40-41				
	2-28 Membership associations						
	2-29 Approach to stakeholder engagement	58-114	36-39				
	2-30 Collective bargaining agreements						
	3-1 Process to determine material topics						
3-2 List of material topics							
3-3 Management of material topics							
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed						
	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change		20				
	201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plans	70-71,92	68				
	201-4 Financial assistance received from government						



GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION			ASSURANCE
		AR	SR	REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
GRI 202: Market Presence 2016	202-1 Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	92					
	202-2 Proportion of senior management hired from the local community		56-57				
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016	203-1 Infrastructure investments and services supported						
	203-2 Significant indirect economic impacts		20				
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers						
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Operations assessed for risks related to corruption	70, 110-111	40-41				
	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	110-111	40-41				
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	111					
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices						
	207-1 Approach to tax						
GRI 207: Tax 2019	207-2 Tax governance, control, and risk management						
	207-3 Stakeholder engagement and management of concerns related to tax		36-39				
	207-4 Country-by-country reporting						
	301-1 Materials used by weight or volume						
GRI 301: Materials 2016	301-2 Recycled input materials used						
	301-3 Reclaimed products and their packaging materials						

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION			ASSURANCE
		AR	SR	REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization		90-93				
	302-2 Energy consumption outside of the organization		92-93				
	302-3 Energy intensity						
	302-4 Reduction of energy consumption		88-89				
	302-5 Reductions in energy requirements of products and services						
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource		99				
	303-2 Management of water discharge-related impacts		98-99				
	303-3 Water withdrawal						
	303-4 Water discharge		98-99				
	303-5 Water consumption		98-99				
GRI 304: Biodiversity 2016	304-1 Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas						
	304-2 Significant impacts of activities, products and services on biodiversity						
	304-3 Habitats protected or restored						
	304-4 IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations						



GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION			ASSURANCE
		AR	SR	REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions		94				
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions		95				
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions			Not Report in This Issue			
	305-4 GHG emissions intensity		95				
	305-5 Reduction of GHG emissions						
	305-6 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)						
	305-7 Nitrogen oxides (NOx), sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions						
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts		96-97				
	306-2 Management of significant waste-related impacts		96-97				
	306-3 Waste generated		96-97, 98-99				
	306-4 Waste diverted from disposal		96-97				
	306-5 Waste directed to disposal		96-97				
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria						
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken						
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover						
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	69-70, 92	56-57, 71				
	401-3 Parental leave		70-71				
GRI 402: Labor/Management Relations 2016	402-1 Minimum notice periods regarding operational changes						

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION			ASSURANCE
		AR	SR	REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system		72-74				
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation						
	403-3 Occupational health services	69-70, 92	72-74				
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety						
	403-5 Worker training on occupational health and safety		73				
	403-6 Promotion of worker health		72-74				
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships		72-74				
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	69-70, 92					
	403-9 Work-related injuries	69-70	57				
	403-10 Work-related ill health						
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee		59				
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	97-99	60-63				
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews						
	405-1 Diversity of governance bodies and employees		56-57, 67				
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men						
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken						



GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION			ASSURANCE
		AR	SR	REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016	407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk						
GRI 408: Child Labor 2016	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor						
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor						
GRI 410: Security Practices 2016	410-1 Security personnel trained in human rights policies or procedures						
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016							
GRI 413: Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs 413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities		81, 82-85				
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria 414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken						
GRI 415: Public Policy 2016	415-1 Political contributions						
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories 416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services		44, 77				

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION			ASSURANCE
		AR	SR	REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labeling		43				
	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling						
	417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communications						
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data						

แบบสำรวจความคิดเห็น

ข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน ที่มีต่อรายงานความยั่งยืนประจำปี 2566 ฉบับนี้จะนำมาใช้เพื่อการปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบในการเปิดเผยข้อมูล และเพื่อพัฒนาในการจัดทำรายงานฉบับต่อไป กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่หน้าช่องสี่เหลี่ยม หรือแสดงความคิดเห็นในช่องว่างที่กำหนดไว้

1. ข้อมูลพื้นฐาน

- เพศหญิง เพศชาย ไม่ระบุ

2. กรุณาระบุประเภทของผู้อ่าน

- พนักงาน ลูกค้า นักลงทุนและผู้ถือหุ้น พันธมิตรทางธุรกิจ
 คู่ค้า ภาครัฐ เจ้าหนี้และสถาบันการเงิน สังคมและชุมชน
 สื่อมวลชน อื่น ๆ โปรดระบุ

3. ท่านได้รับข้อมูลด้านความยั่งยืนปี 2566 ฉบับนี้ ผ่านช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เว็บไซต์ของบริษัทฯ งานสัมมนา พนักงานของบริษัทฯ
 อื่น ๆ โปรดระบุ

4. ท่านอ่านรายงานความยั่งยืนปี 2566 ฉบับนี้ เพื่อวัตถุประสงค์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพื่อศึกษาข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน
 เพื่อใช้ประกอบเป็นแนวทางในการจัดทำรายงานความยั่งยืนในองค์กรของท่าน
 เพื่อศึกษาและทำวิจัย
 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสมัครเข้าทำงาน
 อื่น ๆ โปรดระบุ

5. กรุณาระบุความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืนปี 2566 ฉบับนี้

	มาก	ปานกลาง	น้อย	ควรปรับปรุง
หลังจากอ่านข้อมูลที่เปิดเผยแล้ว ท่านมีความเข้าใจในบริษัทฯ มากขึ้นเพียงใด				
ข้อมูลที่เปิดเผยตรงกับความต้องการเพียงใด				
ความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อการเปิดเผยของรายงาน ฉบับนี้ เพียงใด				



เราสรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน



บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

530 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ : (662) 293-9000, (662) 293-9300

เว็บไซต์ : <http://www.icc.co.th> อีเมล : webmaster@icc.co.th

นายทะเบียนบริษัท : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ (662) 009-9000

