



บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน
2567



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



**“ คนดี
สินค้าดี
สังคมดี ”**



สารบัญ

รู้จัก ไอ.ซี.ซี.

สารจากประธานกรรมการบริหาร	4
ขอบเขตรายงาน	6
ภาพรวมธุรกิจ	10
วิสัยทัศน์ พันธกิจ	12

บริษัทกับความยั่งยืน

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	16
แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน	24
ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ	26

ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

การกำกับดูแลกิจการ	31
การบริหารจัดการด้านความเสี่ยง	32
การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย	33
นโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	36
ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคร	39
การวิจัยและพัฒนาเพื่อความยั่งยืน	40
ห่วงโซ่คุณค่า	42
นโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน	48



สร้างคุณค่าของคนดี สังคมดี สืบคำดี

การพัฒนาศักยภาพและทักษะพนักงาน	54
การจัดการด้านสิทธิมนุษยชน	56
การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	62
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	64
นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	67
การพัฒนาเพื่อสังคมที่ยั่งยืน	73

มิติสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม	82
การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	83
การบริหารจัดการด้านพลังงานเชื้อเพลิง	86
การบริหารจัดการด้านพลังงานไฟฟ้า	87
การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก	88
การบริหารจัดการขยะและของเสีย	90
การบริหารจัดการน้ำ	93
การเพิ่มพื้นที่สีเขียว	96

ภาคผนวก

ดัชนีชี้วัดตามกรอบ GRI	98
แบบสำรวจความคิดเห็น	105



สารจากผู้บริหาร



ในปี 2567 บริษัทฯ ต้องเผชิญกับความท้าทายทางเศรษฐกิจในหลายรูปแบบ ทั้งจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ที่ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรม และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากพฤติกรรมของผู้บริโภค เราจึงมีความพยายามอย่างหนักเพื่อปรับตัวให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เริ่มจากการปรับโครงสร้างการทำงานภายในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความซ้ำซ้อน ตลอดจนพัฒนาทักษะของผู้บริหารและบุคลากรให้มีความรู้เท่าทันเทรนด์อยู่เสมอ

นอกจากนี้ ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ยังได้ริเริ่มในการจัดทำโครงการยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการเป็นศูนย์กลางในการจัดจำหน่ายสินค้าและให้บริการอย่างมีความรับผิดชอบ ใส่ใจในทุกผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินการของบริษัท ปรับตัว และตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในทุกมิติ บนพื้นฐานการสร้างสมดุล 3 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Society) และธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ (Governance)



“Committed to sustainable growth with integrity and sincerity.”

มุ่งมั่นสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยความซื่อสัตย์ และจริงใจ
#MovingForwardtoSustainability #EverydayEveryGen

ด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดูแลสิ่งแวดล้อม ด้วยการส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และใช้หลัก 3 R Reduce : Reuse : Recycle อาทิ ลดการใช้วัสดุสิ้นเปลืองในสำนักงาน การใช้กระดาษรีไซเคิล การใช้หมึกจากธรรมชาติ และการแยกขยะเพื่อนำสิ่งที่ใช้ซ้ำได้กลับมาใช้อีก ด้านภายนอกองค์กร บริษัทฯ มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงที่มาของวัตถุดิบ หรือบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต (Carbon Footprint) ควบคู่ไปกับการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงานการสื่อสาร เพื่อลดการใช้พลังงาน และใช้ทรัพยากรที่มีอย่างคุ้มค่าที่สุด

ด้านสังคม

บริษัทฯ ใส่ใจในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จัดให้มีการทบทวนความรู้เพิ่มเติม (Reskill/Up skill) และกระบวนการแบ่งปัน ถ่ายทอดทักษะต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจขององค์กรได้อย่างยั่งยืน และยังคงกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติอย่างต่อเนื่องตามปณิธานของ ดร.เทียม โชควัฒนา ผู้ก่อตั้งเครือสหพัฒน์

ด้านธรรมาภิบาล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนา และสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เคารพในสิทธิมนุษยชน และความเท่าเทียมในทุกมิติ และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียบนพื้นฐานของความจริงใจ และซื่อสัตย์ รวมถึงกำหนดจรรยาบรรณกรรมการบริหาร ผู้บริหารและพนักงานอย่างชัดเจน โปร่งใส ตรวจสอบได้

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณ คู่ค้า ลูกค้า ผู้บริหารและพนักงานทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกมิติ ที่ให้ความไว้วางใจในสินค้าและบริการ และสนับสนุนในทุกการดำเนินงานของบริษัทฯ เสมอมา ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับการสนับสนุนอย่างดียิ่งอีกครั้งในปีนี้และต่อ ๆ ไป เพื่อมุ่งมั่นสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยความซื่อสัตย์ และจริงใจ

ธรรมรัตน์ โชควัฒนา
กรรมการผู้อำนวยการ
และประธานกรรมการบริหาร

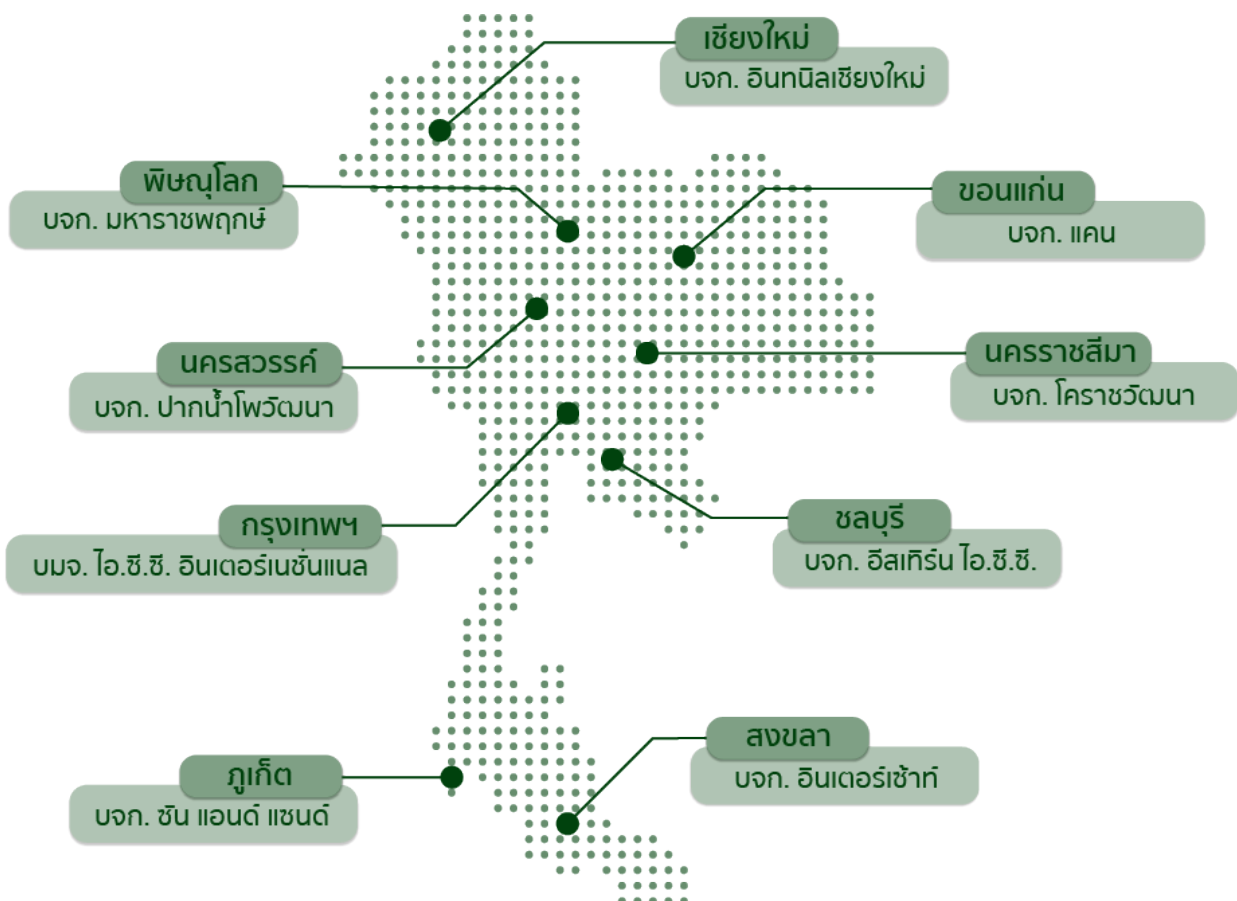
ขอบเขตรายงาน

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อแสดงถึงผลการดำเนินงานของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ในรอบปี 2567 (1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2567) เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนอันเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามแผนแม่แบบการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 3 ประการ ได้แก่ **“คนดี สินค้าดี สังคมดี”** ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำ เผยแพร่ข้อมูลมาตั้งแต่ปี 2557 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 โดยอ้างอิงการจัดทำรายงานให้มีความสอดคล้องตามดัชนีชี้วัดของ GRI STANDARD และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)

เนื้อหาสาระและสาระสำคัญของรายงานปี 2567 มุ่งเน้นการดำเนินงานตามทิศทางการดำเนินธุรกิจ (วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์องค์กร) หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมของปรัชญาในการทำงาน รวมถึงการดูแลพนักงาน การพัฒนาพนักงานให้เป็นคนดี การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจและสร้างโอกาสให้กับสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมโยงบริบทดังกล่าวข้างต้นเข้ากับประเด็นความยั่งยืนสากลในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG)

ขอบเขตการรายงาน :

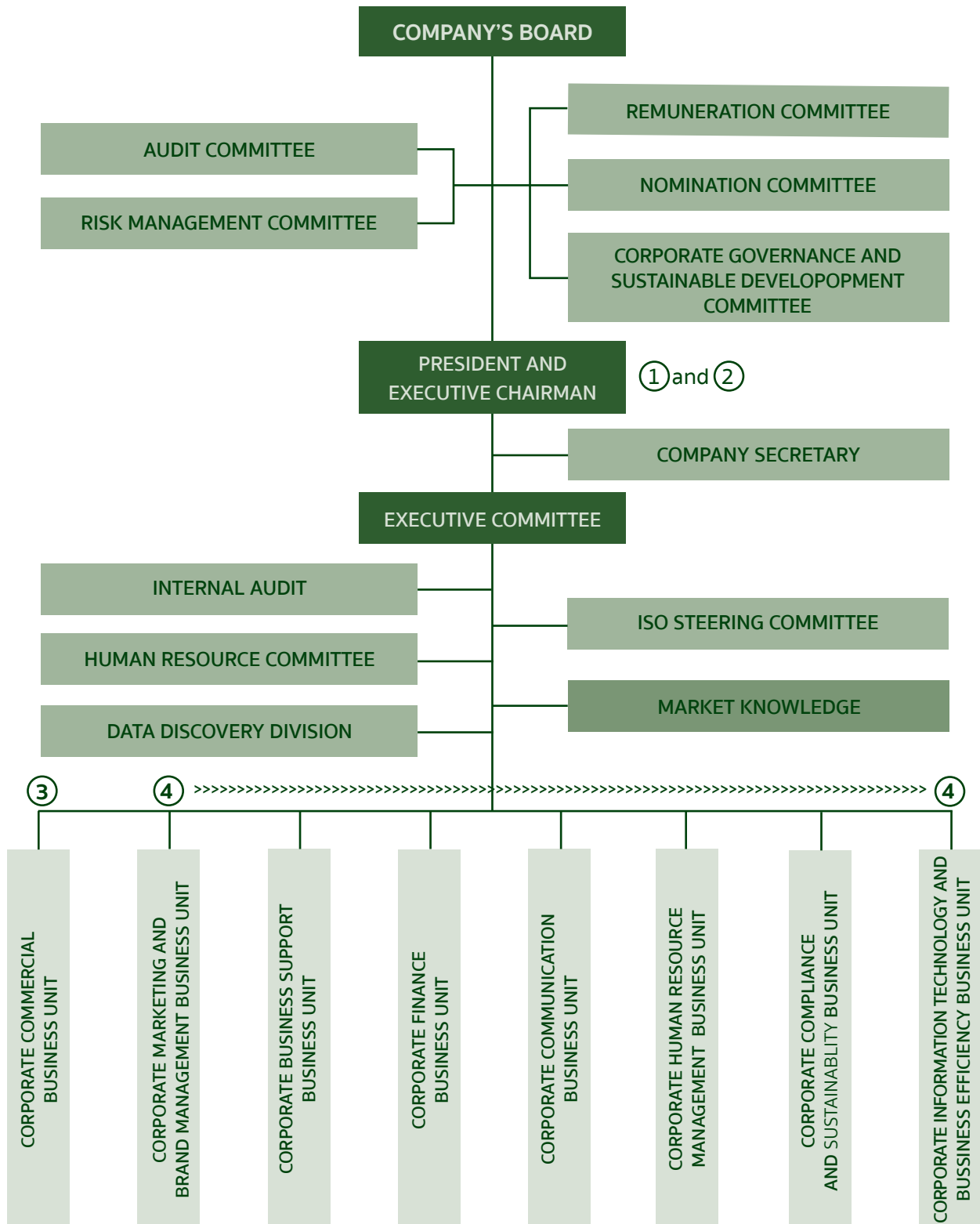
รายงานความยั่งยืนประจำปี 2567 ได้แสดงผลการดำเนินงาน จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในทุกกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ ครอบคลุมพื้นที่ปฏิบัติงานภายใต้การดูแลของบริษัทฯ และบริษัทฯ พันธมิตร 8 แห่ง กระจายตามภูมิภาค ดังนี้



หากมีข้อสงสัยหรือข้อแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ กรุณาติดต่อ สายงานสื่อสารองค์กร 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 1 มีนาคม 2568 และได้เผยแพร่ผ่านทาง Website ของบริษัท <http://www.icc.co.th>



1 - 4 คือ ผู้บริหารของบริษัทตามประกาศคณะกรรมการ ก.ล.ด.

ข้อมูลองค์กร

ก่อตั้งบริษัท

โดยมีพนักงานเพียง 7 คน
ภายใต้ชื่อห้างหุ้นส่วน จำกัด
อินเตอร์เนชั่นแนลคอมเมติคส์
(เพียช)

1

2507

2508

2

เปลี่ยนชื่อบริษัท

เป็น บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล
คอมเมติคส์ (เพียช) จำกัด

รับเป็นตัวแทนจำหน่าย “วาโก้”

ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน
จากประเทศญี่ปุ่น

3

2513

2516

4

เปลี่ยนชื่อบริษัท

เป็น บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล
คอมเมติคส์ จำกัด
มีพนักงาน 1,200 คน

จัดตั้ง His & Her Shop

แห่งแรก ณ ศูนย์การค้าบิ๊กเอเซีย
จ. นครราชสีมา

16

2545

2542

15

เริ่มธุรกิจสินค้า BSC BEST SELECTED COLLECTION

ริเริ่มกิจกรรมส่งออก สินค้าในเครือสหพัฒน์

“สหกรุ๊ปเอ็กซ์พอร์ต’98” หรือ
“สหกรุ๊ปแฟร์” ในปัจจุบัน

14

2541

2540

13

รับเป็นตัวแทนจำหน่าย “DAKS”

ผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษและสตรี
จากประเทศอังกฤษ

จัดตั้งโครงการ 108 SHOP

เพื่อสนับสนุนการค้าปลีกของ
คนไทย และนำระบบ QRMS
มาใช้ในการบริการการขาย

17

2546

2547

18

จัดตั้งอาคารสำนักงานใหม่

อาคารแฝดสูง 6 ชั้น ในบริเวณ
ใกล้เคียงอาคารเดิม และยังคงใช้
จนถึงปัจจุบัน และริเริ่มโครงการ
ประกวดนวัตกรรมเครือสหพัฒน์
CHIRMAN AWARDS

จัดตั้ง S Channel

สถานีโทรทัศน์
ผ่านดาวเทียม

19

2551

2559

20

eThailandBEST.com

ขยายช่องทางการขายไปยัง
ช่องทางออนไลน์ และจัดตั้ง
โครงการนวัตกรรม ICC
INNOVATION AWARDS

ภาพรวมธุรกิจ

รายละเอียดตัวเลขชี้วัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2567

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

- ไม่มี กรณีทุจริตคอร์รัปชัน
- ไม่มี การกระทำความผิดกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับองค์กร
- สนองนโยบายงดรับของขวัญในทุกเทศกาล
- เข้าร่วมและได้รับการต่ออายุสมาชิก CAC อย่างต่อเนื่อง

การเติบโตของธุรกิจ

รายละเอียดปรากฏในรายงานประจำปี 2567

2567 รายได้รวม (ประจำปี)

10,457 ล้านบาท

(เดือนมกราคม 2567 - ธันวาคม 2567 รวมระยะเวลา 12 เดือน)

สัดส่วนรายได้
จากประเทศไทย



สัดส่วนรายได้
จากต่างประเทศ



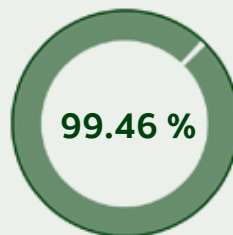
เปรียบเทียบกับปี 2566

2566 รายได้รวม (ประจำปี)

10,030 ล้านบาท

(เดือนมกราคม 2566 - ธันวาคม 2566 รวมระยะเวลา 12 เดือน)

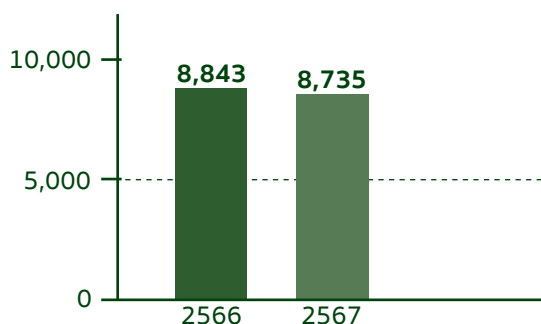
สัดส่วนรายได้
จากประเทศไทย



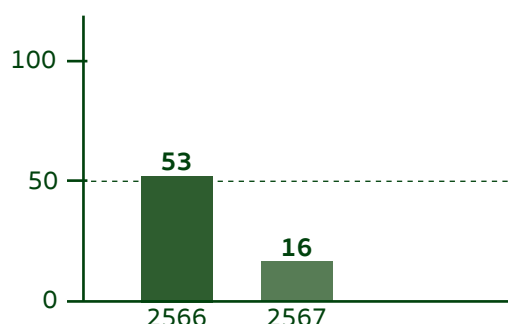
สัดส่วนรายได้
จากต่างประเทศ



ยอดขาย (ล้านบาท)

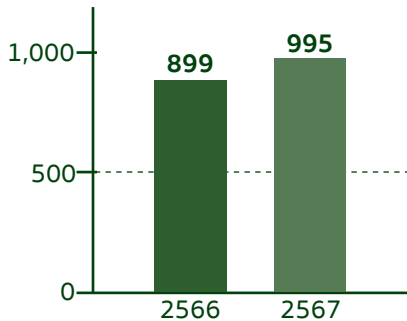


ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน (ล้านบาท)

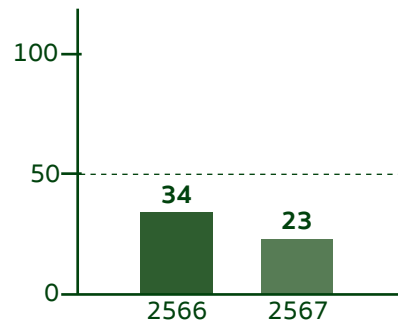




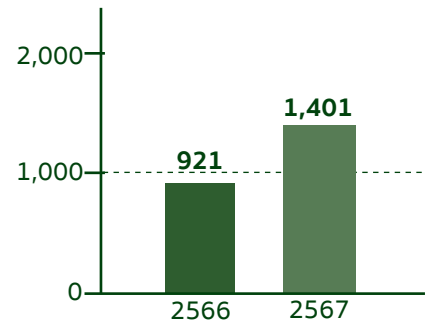
กำไร (ขาดทุน))



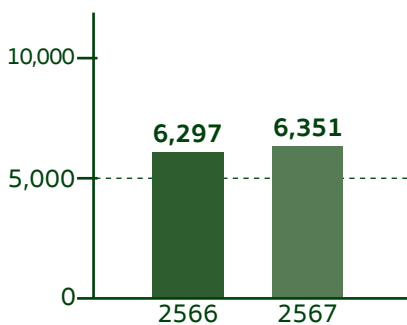
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (ล้านบาท)



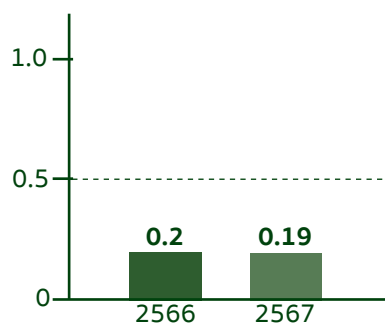
เงินปันผลประจำปี (ล้านบาท)



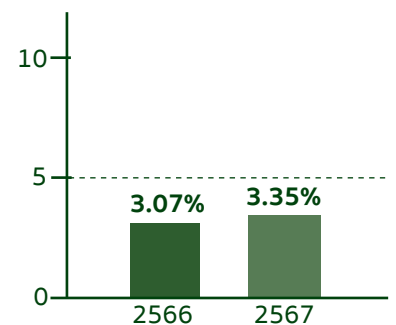
ต้นทุนขาย (ล้านบาท)



อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น



อัตราผลกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น



สิ่งแวดล้อม



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
3,149 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์



สัดส่วนการใช้
เชื้อเพลิงทดแทน
4.70%



การใช้
พลังงานไฟ
ลดลง **18.24%**



ส่งต่อขยะเพื่อเข้าสู่กระบวนการย่อยสลาย
352,694 กิโลกรัม



ของเสียอันตราย
ที่นำไปฝังกลบ
เป็น **0**



ปลูกต้นไม้
61-2-36 ไร่

สังคม



จำนวนผู้บาดเจ็บจากการทำงาน
ถึงขั้นเสียชีวิต เป็นศูนย์

อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน
ถึงขั้นสูญเสียวันทำงาน
1.6223 ราย/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน



จำนวนบุคลากรรวม **2,774** คน
- พนักงานขาย **1,928** คน
- พนักงานสำนักงาน **846** คน

สัดส่วน พนักงานขาย **12.47%** พนักงานหญิง **87.53 %**



ส่งเสริมการจัดการ
น้ำชุมชน
200 ครั้ง/เดือน

★ คะแนน
★ ความพึงพอใจ
★ จากพนักงาน
★ **100%** พึงพอใจ



วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม

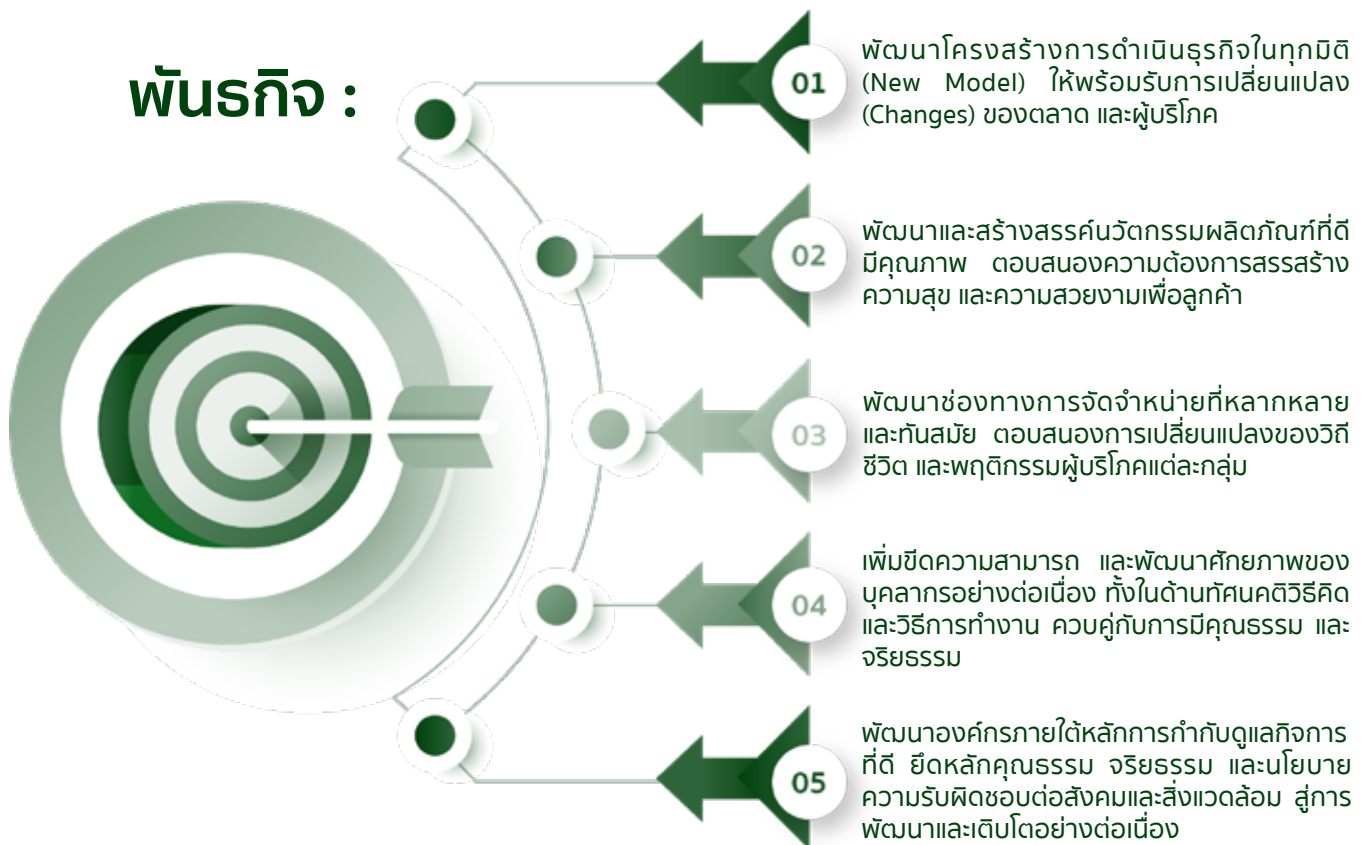
คณะกรรมการบริษัท ให้ความสำคัญในการดำเนินงานของบริษัท โดยมีส่วนร่วมในการกำหนด วิสัยทัศน์/พันธกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท กำหนดทิศทางการดำเนินงานธุรกิจให้สอดคล้องกับทิศทางการแข่งขันของตลาด เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงาน มีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน และมีการทบทวนเป็นประจำทุกปี เพื่อให้วิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทสอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน

ซึ่งในปีที่ผ่านมา ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2568 ได้พิจารณาทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ของบริษัทที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เห็นว่ายังมีความเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท และสอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน พร้อมมีการนำไปปรับใช้ตามบริบทของบริษัท

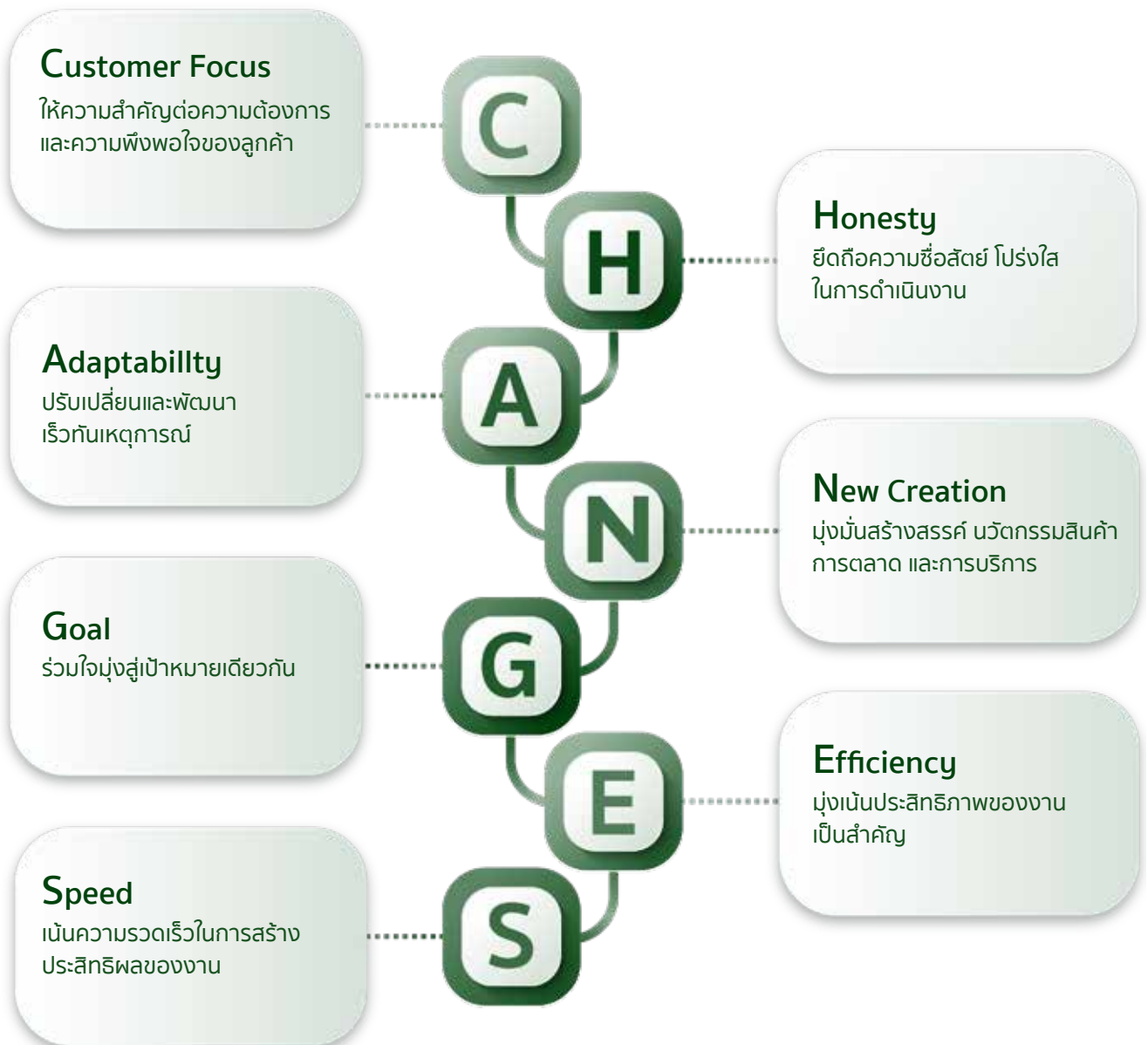
วิสัยทัศน์ :

มุ่งสู่การเป็นบริษัทของคนไทย ที่มีการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี ส่งมอบประสบการณ์ความสุข ความสวยงาม และความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

พันธกิจ :



ค่านิยมองค์กร



กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์ การบริหารจัดการ ที่เน้น ประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพของงาน ทั้งใน ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว การจัดสรรบุคลากรให้ สอดคล้องกับหน้าที่งาน รวมถึงการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ แท้จริง (Root Cause) เพื่อ เกิดกระบวนการทำงานใหม่ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กลยุทธ์ พัฒนาระบบการ ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และการ บริการ เพื่อเพิ่มความแม่นยำ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม และเหมาะสมกับแต่ละช่องทาง การจัดทำฝ่าย

กลยุทธ์ พัฒนาทักษะ ความรู้ ความชำนาญใหม่ ๆ ที่ทันสมัย ให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พร้อมรองรับการ เปลี่ยนแปลงของตลาดและ ช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อสร้างความ รวดเร็ว (Speed) และความ ถูกต้อง (Accuracy) ในการ ปฏิบัติงาน รวมถึงการบริหาร จัดการเรื่องข้อมูล ทั้งภายใน องค์กรและการเชื่อมประสาน กับคู่ค้า หรือพันธมิตรทาง ธุรกิจ



กับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

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

Highlight

ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สำคัญ



บริษัทฯ ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies) ประจำปี 2567 ระดับ 5 ดาว

บริษัทฯ ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก ก.ล.ด. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดอยู่ในระดับ “ดีเลิศ” (ระดับ 5 ดาว) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 และจัดอยู่ในกลุ่มที่มีคะแนนสูงสุด (Top Quartile) ของบริษัทที่มีมูลค่าทางการตลาด (Market Capitalization) ขนา 10,000 ล้านบาทขึ้นไป



บริษัทฯ ได้รับการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2567 “คะแนนเต็มร้อย ดีเยี่ยม” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

บริษัทฯ ได้รับการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2567 จัดอยู่ในระดับ “คะแนนเต็มร้อย ดีเยี่ยม” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 จากโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย (Thai Investors Association).



บริษัทฯ ได้รับการรับรองขึ้นทะเบียนเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization : CFO)

บริษัทฯ ได้รับการรับรองขึ้นทะเบียนเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization : CFO) ตามมาตรฐานและข้อกำหนดขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) โดยได้รับ Certificate Standard TGO Guidance of the Carbon Footprint for Organization เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2567 ทั้งนี้ ณ วันที่รายงาน บริษัทฯ อยู่ระหว่างการต่ออายุการใช้เครื่องหมายรับรอง (รายละเอียดเพิ่มเติมหน้า 89)



สรุปผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2567 (ESG Metrics)

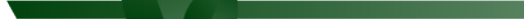
มิติสิ่งแวดล้อม				
GRI Standards	ESG Indicators	Unit	1 ปี ก่อนรายงาน (e.g. 2566)	ปีที่รายงาน (e.g. 2567)
E1 นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม				
GRI 103	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	มี/ไม่มี	มี	มี
	จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	จำนวนกรณี	0	0
E2 การจัดการด้านพลังงาน				
GRI 302	แผนการจัดการด้านพลังงาน	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า	kWh	3,392,358	2,844.133
	ปริมาณการใช้เชื้อเพลิง	ลิตร	105,811.50	658,442.29
	ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	kWh	108,543.60	108,090.50
E3 การจัดการน้ำ				
GRI 303	แผนการจัดการน้ำ	มี/ ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณการใช้น้ำ	ลูกบาศก์เมตร	85,408	68,607.78
E4 การจัดการขยะและของเสีย				
GRI 306	แผนการจัดการขยะและของเสีย	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณขยะและของเสีย	กิโลกรัม	3,047	325,694
E5 การจัดการก๊าซเรือนกระจก				
GRI 305	แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมของขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2	tCO ₂ e	2,053	1,792
	การทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยหน่วยงานภายนอก	มี/ไม่มี	มี	มี



มิติสังคม						
GRI Standards	ESG Indicators	Unit	1 ปี ก่อนรายงาน (e.g. 2566)		ปีที่รายงาน (e.g. 2567)	
S1 สิทธิมนุษยชน						
GRI 412 (Disclosure 405-1)	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน	มี/ไม่มี	มี		มี	
	สถิติพนักงานจำแนกตามเพศและสัญชาติ		หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
	จำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัท - ไทย	คน คน	2,753 2,753	427 427	2,482 2,482	346 346
	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาคและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0		0	
S2 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม						
GRI 401 (Disclosure 405-1)	สถิติพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ		หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
	- อายุน้อยกว่า 30ปี	คน	406	87	346	80
	- อายุ 30-50 ปี	คน	1,948	295	1,661	224
	- อายุมากกว่า 50 ปี	คน	399	45	421	42
	สถิติพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง		หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
	- ระดับปฏิบัติการ	คน	2,516	358	2,203	272
GRI 405	- ระดับบริหาร	คน	223	55	202	53
	- ผู้บริหารระดับสูง	คน	14	14	23	21
	จำนวนพนักงานผู้พิการและ/ผู้สูงอายุ	คน	16	3	14	3
การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน						
GRI 405	จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน	บาท	1,035,959,112		1,014,933,146	
	ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	%	82%		82.37%	
การพัฒนาพนักงาน						
GRI 404	แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี		มี	
	จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้สึยของพนักงาน	ชม./คน/ปี	7.7		9	



มิตีสังคม				
GRI Standards	ESG Indicators	Unit	1 ปี ก่อนรายงาน (e.g. 2566)	ปีที่รายงาน (e.g. 2567)
ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน				
GRI 403	แผนงาน หรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	มี/ไม่มี	มี	มี
	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	ครั้ง	2	3
การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน				
GRI 402	แผนการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี
	ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	%	5.03	15.68%
GRI 407	จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
S3 ความรับผิดชอบต่อลูกค้า / ผู้บริโภค				
สิทธิผู้บริโภค				
GRI 102-43	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	มี/ ไม่มี	มี	มี
	จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหลพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
GRI 418	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภคพร้อมมาตรการแก้ไข	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
มิตিবรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ				
G1 นโยบาย โครงสร้างและระบบกำกับดูแลกิจการ				
จรรยาบรรณธุรกิจ				
GRI 102-17	จรรยาบรรณธุรกิจ (code of conduct)	มี/ไม่มี	มี	มี
	นโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	มี/ไม่มี	มี	มี



มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ				
GRI Standards	ESG Indicators	Unit	1 ปี ก่อนรายงาน (e.g. 2566)	ปีที่รายงาน (e.g. 2567)
GRI 102-17	จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือ การทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
COM-G1 ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล				
Disclosure 418-12	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล	มี/ไม่มี	มี	มี
	ร้อยละของจำนวนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์	%	100	100
	มาตรการและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	มี/ไม่มี	มี	มี
	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	มี	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
	ร้อยละของคู่ค้าสำคัญที่ร่วมลงนาม ปฏิบัติจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	%	100	100



ความท้าทาย/โอกาส

พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

ในปี 2567 ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าตามกระแสหรือเทรนด์ที่ได้รับความนิยมในสังคมออนไลน์ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา เน้นความสะดวกสบายโดยหันมาซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และใช้ Social Media ในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าใหม่ ๆ นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มและพฤติกรรมใส่ใจสุขภาพและดูแลสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้มีการปรับตัวให้เข้ากับความเปลี่ยนแปลงนี้อยู่เสมอ โดยขยายประเภทของสินค้า และรูปแบบการจัดจำหน่าย ส่งผลให้ในปี 2567 เป็นปีที่บริษัทฯ มียอดขายออนไลน์อยู่ในระดับเติบโตดี ขณะเดียวกันยอดขายสินค้าออฟไลน์มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น มีการนำ AI และระบบอัตโนมัติมาใช้ในการตลาดเพิ่มขึ้น เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้อย่างเฉพาะเจาะจงและมีประสิทธิภาพ

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

ในปี 2567 บริษัทฯ มีการปรับโครงสร้างการทำงานภายในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ส่งผลให้บริษัทฯ ต้องมีการวางแผนจัดการเรื่องของบุคลากรใหม่ โดยการวางแผนสืบทอดตำแหน่งสำหรับพนักงานที่ใกล้เกษียณ การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บุคลากรมีความรู้เท่าทันเทคโนโลยีและเทรนด์ต่างๆ อยู่เสมอ สรรหาและคัดเลือกเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม และเพื่อประกันความเสี่ยงที่เกิดจากการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ และทักษะด้านเทคนิคเฉพาะงาน

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

จากสภาพอากาศที่แปรปรวน และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรง ส่งผลให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใส่ใจในด้านความยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น หันมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อโลก ในปี 2567 บริษัทได้เน้นย้ำและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, Governance: ESG) รวมถึงปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

แผนการดำเนินงานใน 2568

มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนแบบซื่อสัตย์และจริงใจ ใช้บรรทัดฐานที่ย่อยสลายได้ ตลอดจนคัดเลือกว่าดุดีจากธรรมชาติที่ระบุแหล่งที่มาไว้อย่างชัดเจน ตรวจสอบได้

นำนวัตกรรมมาปรับใช้กับสินค้าและบริการเพื่อสร้างความหลากหลายทางธุรกิจ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ลดปัญหาด้านแรงงาน และพัฒนาบรรทัดฐาน เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในองค์กร หนุนส่งเสริมให้ผู้บริหาร และพนักงาน ใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด ลดขยะและของเสียจากการดำเนินงาน และสนับสนุนกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรกับชุมชน



ปัจจุบันโครงสร้างธุรกิจของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 9 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. สินค้าบุรุษ		ARROW USA-1881 Daks ELLE HOMME era-won Guy Laroche PARIS LACOSTE le coq sportif OLYMP
2. สินค้าสตรี		5. up ELLE MIX-SELF WBC
3. ชุดชั้นในบุรุษ		ELLE HOMME Guy Laroche INNERWEAR
4. ชุดชั้นในสตรี		bsc LINGERIE ELLE Kbra KULLASTRI Wacoal
5. เครื่องหนัง และรองเท้า		bsc BAG & SHOES ELLE Guy Laroche PARIS How You know what's better LOUIS FONTAINE NAT UR ZITV St.Andrews® The Happy Family
6. เครื่องสำอาง		ARTY PROFESSIONAL cosmetology bsc Honei V purecare bse SHEENE
7. สินค้าเด็ก		ENFANT Pure & Gentle ENFANT Pure & Gentle
8. สินค้าใน ครัวเรือน		CATHERINE Lingerie HAPPY & HEALTHY TOGETHER ESSENCE SHALDAN
9. บริการ		HisHer Phone 9010



รางวัลด้านสินค้าและบริการ



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

ได้รับรางวัลในสาขาเศรษฐกิจและสังคม

จากงานประกาศรางวัล “Thailand Headlines Person of the year award 2024” ครั้งที่ 8 โดยได้รับการยกย่องอย่างต่อเนื่อง ในฐานะบริษัทชั้นนำในวงการอุตสาหกรรมสินค้าผู้บริโภคในประเทศไทย โดยสามารถรักษามาตรฐานสูงสุดทั้งในด้านคุณภาพ ผลิตภัณฑ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม



Enfant Organic Plus Double Moisture

และ Infant Organic Extra Mild Moisture Lotion

ได้รับรางวัล MOMMY'S CHOICE

สาขา BEST NATURAL & ORGANIC SKINCARE

จาก Amarin Baby & Kids Awards 2024



Enfant Organic Plus Shampoo & Body Wash Foam Mousse

และ Infant Organic Plus Ultra Care Shampoo & Body Wash

ได้รับรางวัล MOMMY'S CHOICE

สาขา BEST NATURAL & ORGANIC HEAD-TO-TOE WASH

จาก Amarin Baby & Kids Awards 2024



Enfant Cotton Buds

ได้รับรางวัล Healthy Living and Eco-Friendly product

สาขา BEST ORGANIC COTTONBUDS

จาก Amarin Baby & Kids Awards 2024

ตอกย้ำความเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างครอบครัวให้มีสุขภาพใจกายที่ดี



BSC Extreme Caviar PhytoCelltec Nano Serum

ได้รับรางวัล Editor's Choice 'The Best of Facial Serum'
จาก SUDSAPDA Beauty Awards 2024



BSC Expert White Spot Protect Sunscreen SPF50+ PA++++

ได้รับรางวัล Editor's Choices : The Shining Star of Thai Brands
The Best Skin Brightening Sunscreen
จาก HELLO! Beauty Awards 2024



BSC Expert White Spot Clearly Concentrate Serum

ได้รับรางวัล ICONIC DARK SPOT CORRECTING GLOWING SKIN SERUM
หมวด FACIAL CARE

BSC Intensive Matte Ink Lip Stain

ได้รับรางวัล ICONIC INTENSIVE MATTE LIP STAIN
หมวด MAKEUP
จาก PRAEW ICONIC BEAUTY 2024



Pure Care BSC Super Nano Active White Intensive Moisturizer

ได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์คุณภาพดีเด่น “อ.ย. ควอลิตี้ อวอร์ดประจำปี 2567”
ประเภทนวัตกรรม
จาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
มอบให้กับผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ ปลอดภัย และ ใส่ใจต่อสังคม



แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

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

แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน



กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

- มุ่งเน้นการสร้างคุณค่า และพัฒนาความยั่งยืนในทุกสถานการณ์ ในทุกธุรกิจทั้งต่อองค์กร และผู้มีส่วนได้เสีย
- กำหนดจรรยาบรรณทางธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้อง ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปฏิบัติต่อลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสีย อย่างเท่าเทียม และเป็นธรรม

เป้าหมายด้านความยั่งยืน

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



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



มิติสิ่งแวดล้อม

มุ่งมั่นสู่การเป็นองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการบริหารจัดการด้านพลังงาน น้ำ ของเสีย และขยะอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับปลูกฝังพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ให้มีจิตสำนึก ในการรักษาสภาพแวดล้อม

- การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
- ความหลากหลายทางชีวภาพ
- การจัดการด้านพลังงาน
- แหล่งน้ำและมลพิษ
- มลพิษทางอากาศ

มิติสังคม

มุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพ และทักษะของพนักงาน ตลอดจนสังคม ให้เพียบพร้อมในด้านความรู้ ความสามารถ และปลูกฝังการสร้างจิตสำนึก “การให้” ซึ่งเป็นพื้นฐานของ “คนดี” เพื่อขับเคลื่อนสังคมที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน

- สิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- การส่งเสริมและพัฒนาทักษะแรงงาน
- ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์
- ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

มิติธรรมาภิบาล

มุ่งเน้นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการพัฒนาพนักงานให้เป็น “คนเก่ง” ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้าด้วย “สินค้าดี” ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองลูกค้าทุกรูปแบบ รวมถึงมุ่งพัฒนาเครือข่ายธุรกิจ ร่วมกับคู่ค้า ลูกค้า และพัฒนาปรับเปลี่ยนระบบการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผล

- การดำเนินงานของผู้มีส่วนได้เสีย
- การดำเนินธุรกิจอย่างมีความโปร่งใส

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

บริษัทฯ ได้รวบรวมข้อมูลที่สำคัญทั้งในอุตสาหกรรมและแวดวงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ เพื่อนำมาทบทวนนโยบายหรือปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์และยังคงความสามารถในการบรรลุเป้าหมายตามแผนพัฒนาที่ยั่งยืน (SD Roadmap) ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 3 ประการ ได้แก่ “คนดี สินค้าดี สังคมดี” พร้อมทั้งเชื่อมโยงประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญขององค์กร กับมิติด้านความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามมาตรฐานของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards และ SDGs และบูรณาการแนวคิด Double Materiality ในกระบวนการประเมินของปี 2567 ด้วย

กระบวนการประเมิน Double Materiality



การกำหนดประเด็นสำคัญในรายงาน

บริษัทฯ ยึดหลักการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียเป็นสำคัญ และพิจารณาปัจจัยที่ตอบสนองต่อมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียที่อาจเกิดผลกระทบต่อประเด็นด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดห่วงโซ่คุณค่า



การระบุประเด็น

พิจารณาจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ ผ่านกิจกรรมและโครงการในวาระต่าง ๆ ตลอดปี



ภายในองค์กร

พิจารณาข้อมูลจากการประชุมผู้รับผิดชอบในประเด็นที่สำคัญกับความยั่งยืน และกลยุทธ์ของบริษัทฯ รวมทั้งการบริหารความเสี่ยงที่บริษัทฯ ต้องจัดการทั้งในระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว เพื่อบรรลุเป้าหมายที่บริษัทฯ กำหนดไว้



ภายนอกองค์กร

ข้อมูลจากการประชุมกับผู้รับผิดชอบในสายงานต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มต่อบริษัทฯ ด้วยการสำรวจความคิดเห็น หรือแบบประเมินผลด้านต่าง ๆ หรือจากการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นทางการ เช่น การเสวนา การประชุม สัมมนา หรือสัมภาษณ์ตามความเหมาะสมของแต่ละกลุ่ม

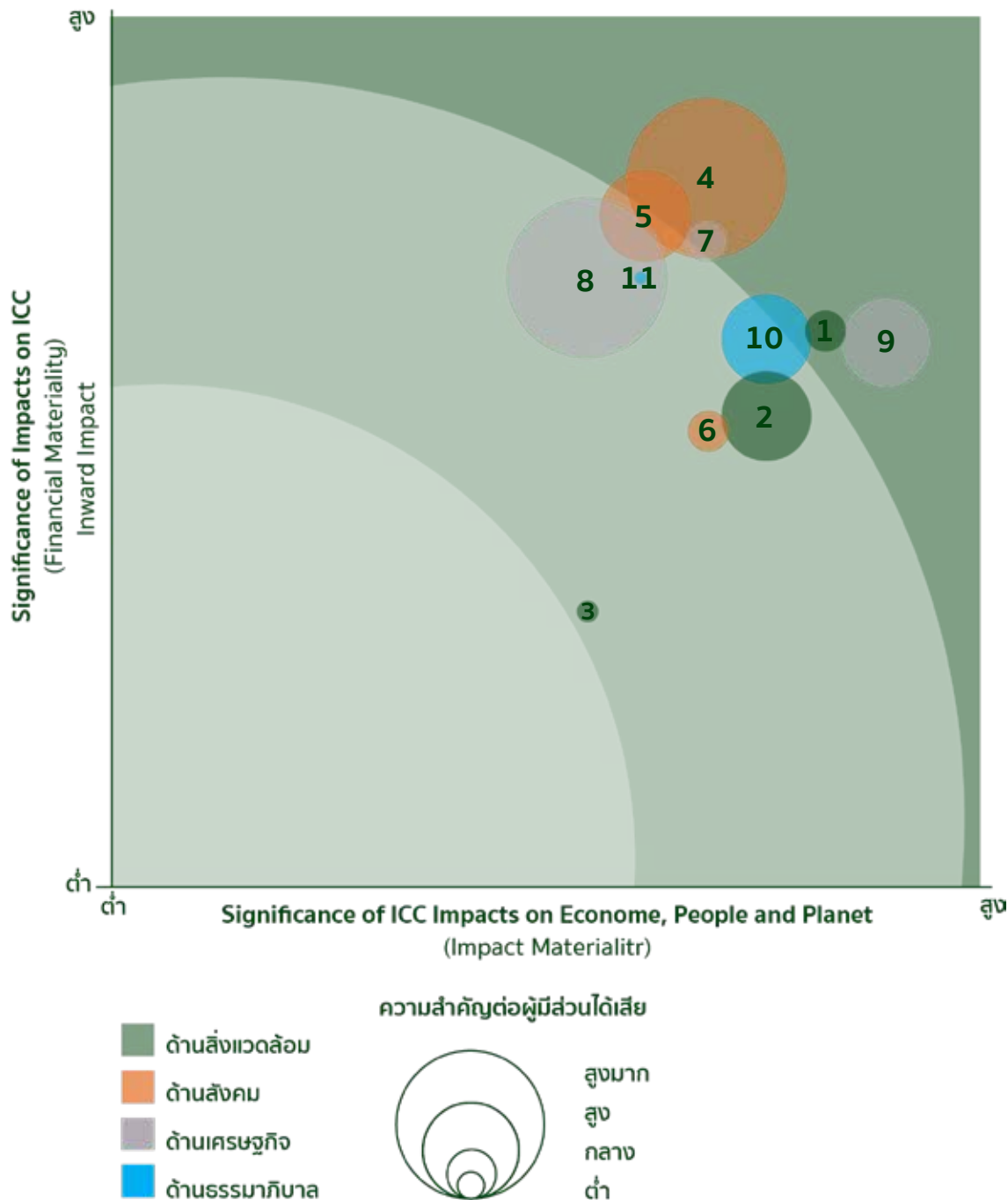


การจัดลำดับความสำคัญ

นำประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียมาวิเคราะห์เทียบเคียงกับความสอดคล้องในประเด็นและตัวชี้วัดตามแนวทาง GRI STANDARD และ SDGs แล้วประเมินและจัดลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาทั้งมิติของ Impact Materiality และ Financial

ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ

ICC Double Materiality Matrix



1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปล่อยมลพิษ
2. ชะยะ ของเสีย และการหมุนเวียน
3. การใช้พลังงานและทรัพยากร
4. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า
5. การพัฒนาและรักษาพนักงาน

6. การสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนและสังคม
7. ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
8. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อความยั่งยืน
9. ห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า
10. ความซื่อตรงทางธุรกิจ และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์
11. ความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยของข้อมูล



ความมุ่งมั่นตามกรอบ SDGs

เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของการพัฒนา องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาขึ้น เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2558 เรียกว่า “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) โดย SDGs มุ่งเน้นการพัฒนาในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้มีความเชื่อมโยงกัน ประกอบด้วย 17 เป้าหมาย ซึ่งจะใช้เป็นหลักในการพัฒนาตลอดระยะเวลา 15 ปี (เดือนกันยายน 2558-สิงหาคม 2573) ดังนี้



GOAL1. ขจัดความยากจน

GOAL2. ขจัดความหิวโหย

GOAL3. มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

GOAL4. การศึกษาที่เท่าเทียม

GOAL5. ความเท่าเทียมทางเพศ

GOAL6. การจัดการน้ำและสุขาภิบาล

GOAL7. พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้

GOAL8. การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ

GOAL9. อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน

GOAL10. ลดความเหลื่อมล้ำ

GOAL11. เมืองและถิ่นฐานมนุษย์อย่างยั่งยืน

GOAL12. แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

GOAL13. การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

GOAL14. การใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรและทรัพยากรทางทะเล

GOAL15. การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศทางบก

GOAL16. สังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก

GOAL17. ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



ตารางความสอดคล้องกับการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)

ประเด็นที่มีนัยความยั่งยืน ต่อการดำเนินธุรกิจ (คนดี : สินค้าดี : สังคมดี)		GOAL																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ด้านธรรมาภิบาล	การกำกับดูแลกิจการ																★	★
	ห่วงโซ่มูลค่า								★	★			★			★		
	การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม										★							
	ความรับผิดชอบต่อผู้ริโภค									★			★		★	★		
	การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน																★	
	การบริหารความเสี่ยง												★				★	
	การพัฒนาศักยภาพคู่ค้า								★				★					
	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน		★							★			★					
	ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว																★	★
	การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย																★	★
ด้านสังคม	การวิจัยและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน								★	★								
	การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน					★			★		★							
	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี		★									★						
	สุขภาพและความปลอดภัย			★					★				★					
	การพัฒนาทักษะบุคลากร				★	★					★							
	การพัฒนาชุมชน	★			★				★									
	ความร่วมมือเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ																	★
	การสร้างโอกาสทางการศึกษา				★													
ด้านสิ่งแวดล้อม	การสืบสานประเพณีและวัฒนธรรม																★	
	การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ	★								★			★	★				
	การบริหารจัดการพลังงาน							★										
	การบริหารจัดการน้ำ					★							★					
	สุขภาพและความปลอดภัย									★								
	การบริหารจัดการขยะและของเสีย												★					



บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน
ด้วยการพัฒนาพนักงานให้เป็น “คนเก่ง”
ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้าด้วยแบรนด์ที่หลากหลาย
เพื่อตอบสนองลูกค้าทุกรูปแบบ มุ่งเน้นพัฒนาเครือข่ายธุรกิจ
ร่วมกับคู่ค้าและลูกค้าในหลากหลายช่องทาง
รวมทั้งพัฒนาปรับเปลี่ยนระบบและกระบวนการทำงาน
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยั่งยืน



การกำกับดูแลกิจการ

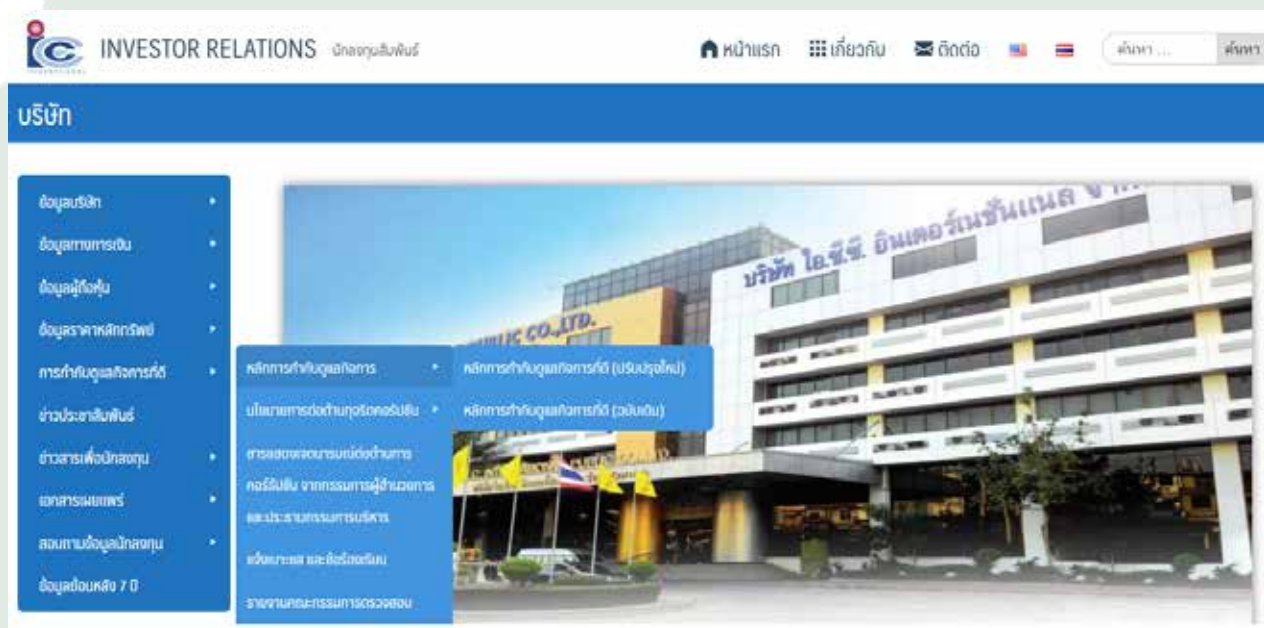
บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดีและได้จัดทำ “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี” (The Good Corporate Governance Principles) อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร และเป็นข้อพึงปฏิบัติของกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานในการดำเนินธุรกิจ โดยมีความเชื่อมั่นว่าการมีระบบการบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ตลอดจนมีการถ่วงดุลอำนาจ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



“หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี”

1. บริษัทฯ ได้จัดทำคู่มือนโยบายหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเผยแพร่กับสาธารณชนผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ และแจกไปยังกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ค้า
2. นำเสนอวิธีทัศนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการประชุมคณะกรรมการพนักงานใหม่
3. อบรมพนักงานทุกคน พร้อมมีข้อกำหนดให้พนักงานทุกคน ทำแบบทดสอบ ทบทวนข้อมูล ผ่านระบบ e-learning
4. เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.icc.co.th บนคอลัมน์ “นักลงทุนสัมพันธ์” และ “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

เว็บไซต์ของบริษัท www.icc.co.th



การบริหารจัดการด้านความเสี่ยง

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงขององค์กร จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้น โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการบริหารความเสี่ยงในระดับปฏิบัติการ โดยประเมินความเสี่ยงด้านขั้นตอนการปฏิบัติ (Operational Risk) ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความเสี่ยงการทุจริตภายในองค์กร (Fraud Risk) ความเสี่ยงการทุจริตคอร์รัปชัน (Corruption Risk) ความเสี่ยงการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ความเสี่ยงเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ ฯลฯ โดยได้กำหนดวิธีการดำเนินการ การติดตาม และการสร้างเครื่องมือเพื่อสนับสนุนการดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้



การดำเนินงานในปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ ได้ว่าจ้างที่ปรึกษาในการดำเนินการด้านความยั่งยืน (Sustainability) ซึ่งครอบคลุมการพัฒนาบุคลากรเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมในองค์กร การวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงด้านความยั่งยืน เพื่อกำหนดเป้าหมายในอนาคต การพัฒนานโยบาย แผนงาน และโครงการต่าง ๆ ขององค์กร รวมถึงการประเมินความพร้อมและช่องว่าง (gap) เพื่อปรับปรุงโครงสร้างและกระบวนการทำงานด้านความยั่งยืน อย่างรอบด้าน เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

ความมุ่งหวัง

บริษัทฯ มีแผนปรับโครงสร้างการจัดการภายในองค์กร ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในปี 2568 บริษัทฯ จะเน้นการปฏิบัติงานด้วยความกระชับ เพื่อลดความซ้ำซ้อน และลดความเสี่ยงในทุกมิติ เพื่อขับเคลื่อนบริษัทฯ ไปสู่ความสำเร็จต่อไป

(รายละเอียดเพิ่มเติม ดูได้ที่ แบบ 56-1 One-Report ประจำปี 2567)



การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ตระหนักว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของการดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ที่มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงมีการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อจัดทำแผนงานตอบสนองที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจกับทุกฝ่าย ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง รวมถึงได้มีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร
ลูกค้า	- ปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อตกลงเงื่อนไขทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง - สร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกัน - แลกเปลี่ยนความรู้ ร่วมกันพัฒนาสินค้าและบริการ เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ	- การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ - การจัดประชุมลูกค้าเป็นประจำทุกปีเพื่อส่งเสริมและชี้แจงแนวทางการดำเนินงาน - การเยี่ยมเยียนลูกค้าเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ - การมีช่องทางการรับข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน - การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์เป็นประจำ - การทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อจัดทำกรอบความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ การแข่งขันทางการค้าที่สูงจรรวมถึงหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าของลูกค้าที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนและละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
ลูกค้า	- ได้รับข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง - ราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสม - ได้รับสินค้าและบริการมีความเหมาะสม - มีสินค้าที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นทางเลือก - การรับประกันสินค้าและบริการ - การรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า	- การเข้าพบลูกค้า - การจัดงานแสดงและจัดจำหน่าย - การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ - การทำกิจกรรมร่วมกับลูกค้า - จัดตั้ง ICC Call Center - บริการศูนย์ข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์ - การมีช่องทางการให้ลูกค้าได้แสดงข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน



ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร
พนักงาน	- ค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเหมาะสม - มีแผนในการอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถ - มีความก้าวหน้าและโอกาสในความก้าวหน้า - ดูแลเรื่องความปลอดภัยและคุณภาพชีวิต	- การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถตามแผนประจำปี - รับฟังความคิดเห็น หรือข้อร้องเรียนพนักงาน (The Voice-QR code) - Line Open Chat - การสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Broadcasting และ Webmail Intranet และ Line group
ผู้ถือหุ้น	- ให้ผลตอบแทนการลงทุนที่สูงและต่อเนื่อง - ผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างมั่นคง - บริหารงานด้วยความโปร่งใส เป็นธรรมตามหลักบรรษัทภิบาล - การเปิดเผยข้อมูล	- ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี - การแถลงผลการดำเนินงานรายไตรมาส ภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด - การตอบข้อซักถามทางโทรศัพท์ อีเมล รายงานประจำปี - จัดงาน “นักวิเคราะห์ นักลงทุนพบเครือข่ายพัฒนา” เป็นประจำทุกปี
เจ้าหนี้การค้า	สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงของสัญญา โดยใช้วิธีการโอนเงินผ่านธนาคารในระบบ Media Clearing กำหนดการรับวางบิล และโอนเงิน	- รายงานประจำปี - การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน
คู่แข่ง	ดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดี และสุจริต	การสร้างเงื่อนไขในการแข่งขัน ที่เป็นธรรมร่วมกัน



ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร
เจ้านิเงินกู้	- ปฏิบัติตามสัญญา ขัดถลงอย่างชัดเจนและเป็นธรรม - แจ้งให้เจ้านิเงินกู้ทราบล่วงหน้าหากไม่สามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันในสัญญาเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขโดยใช้หลักความสมเหตุสมผล - จ่ายชำระดอกเบี้ยและคืนเงินต้นตรงตามกำหนดเวลากับเจ้านิเงินกู้ตลอดมา	- รายงานประจำปี - การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน
ลูกหนี้	ปฏิบัติตามสัญญา ขัดถลงอย่างชัดเจนและเป็นธรรม	- รายงานประจำปี - การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน
ชุมชน สังคม	- สินค้าและบริการที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตประจำวัน - ให้ความรู้ ความเข้าใจด้านสุขภาพ - ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงผลกระทบต่อชุมชนและสังคม - สนับสนุนกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม	- การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ - การมีช่องทางการรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน
ภาครัฐ	- ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง - ร่วมมือและสนับสนุนการพัฒนาโครงการและกิจกรรมสาธารณประโยชน์	- ชำระภาษีถูกต้อง ครบถ้วน กั้นเวลาตามข้อกำหนดของกฎหมาย - ร่วมประชุมให้ข้อคิดเห็น และสนับสนุนกิจกรรมภาครัฐอย่างต่อเนื่อง
สื่อมวลชน	การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์	- ดำเนินการสื่อสารถึงสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ - นำสื่อมวลชนเยี่ยมชมกิจกรรม หรือการดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านต่าง ๆ - สนับสนุนและมีส่วนร่วมกิจกรรมของสื่อมวลชน

นโยบายการต่อต้านธุรกิจคอร์รัปชัน

“ความซื่อสัตย์” เป็น 1 ในแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ การให้ความสำคัญในการจัดการภายใน และดำเนินธุรกิจจึงยึดมั่นแนวทางการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษร และเริ่มสื่อสารให้ “จดเว้นการให้ของขวัญแก่กรรมการบริษัทฯ ผู้บริหาร หรือพนักงานของบริษัทในทุกโอกาส” ไปยังพนักงาน คู่ค้า และบุคคลภายนอกที่ติดต่อกิจการกับบริษัทฯ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งการติดประกาศ จดหมาย อีเมล และเว็บไซต์ เป็นต้น

รวมถึงกำหนดให้มีระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสชัดเจนและเป็นธรรม มีข้อกำหนดในการเสนองานจัดซื้อจัดจ้าง และมีแนวทางการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสสำหรับคู่ค้าอย่างชัดเจน มีการจัดทำทะเบียนราคากลางของวัสดุอุปกรณ์ การเปรียบเทียบราคาจัดซื้อการประกวดราคาจัดจ้างการก่อสร้าง หรือตกแต่งร้านทั้งในกรณีปกติและกรณีเร่งด่วน ซึ่งผู้บริหารและพนักงานมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามระบบที่วางไว้อย่างเคร่งครัด กรณีตรวจพบการไม่ปฏิบัติตามระบบโดยเจตนาทุกริต ถือเป็นการผิดร้ายแรงทางวินัยของบริษัทฯ





ทั้งนี้ ยังได้มีการสื่อสารนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร อาทิ บอร์ดประชาสัมพันธ์ icc HR app ระบบ Intranet และ ระบบ e-learning การอบรมและทดสอบเกี่ยวกับ “นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน” ผ่านระบบ e-learning สำหรับพนักงานทุกคน รวมถึงเผยแพร่ นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.icc.co.th



จัดให้มีการอบรมหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันผ่านระบบ e-learning



การแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน

บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียน เมื่อพบเรื่องที่น่าจะเป็นการกระทำความผิดกฎหมาย การทุจริต หรือประพฤติดีมีชอบของพนักงานในบริษัท ตลอดจนพฤติกรรมที่อาจเป็นปัญหาและก่อให้เกิดความเสียหาย โดยผ่านช่องทางและกระบวนการที่บริษัทกำหนด

หากพบเห็น มีหลักฐาน หรือมีข้อสงสัยว่ามีพนักงานหรือบุคคลซึ่งกระทำความในนามบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการให้สินบนหรือคอร์รัปชันทั้งทางตรงและทางอ้อม การทุจริต การกระทำความผิดกฎหมาย การไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณ กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน การไม่ได้รับความเป็นธรรมในการปฏิบัติงาน สามารถแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียนผ่านช่องทางดังต่อไปนี้

ช่องทางออนไลน์

ผ่านคณะกรรมการตรวจสอบ
ทาง e-mail: iccauditcommittee@icc.co.th

ผ่านทางไปรษณีย์

ตู้ปณ. 22 ปณ. ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

ร้องเรียนโดยตรงด้วยวาจา

หรือทำเป็นหนังสือถึงผู้รับข้อร้องเรียน

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ โทรศัพท์ 0-2294-4999
เลขานุการบริษัท โทรศัพท์ 0-2295-0688

มาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีมาตรการคุ้มครองผู้ที่แจ้งข้อมูลหรือให้เบาะแส โดยจะเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องไว้เป็นความลับ และจะคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ร้องเรียนไว้แต่กรณีที่ต้องเปิดเผยตามที่กฎหมายกำหนด และหากการแจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียนให้ข้อมูล หรือให้ข้อมูลใด ๆ ที่พิสูจน์ได้ว่าเป็นการกระทำโดยสุจริต อันส่งผลให้บุคคลหรือบริษัท ได้รับความเสียหาย กรณีเป็นพนักงานของบริษัท จะได้รับการลงโทษทางวินัยตามกฎหมาย ข้อบังคับของบริษัท และ/หรือ ดำเนินคดีตามกฎหมาย แต่หากเป็นบุคคลภายนอกที่กระทำ ทางบริษัทสงวนสิทธิ์ในการดำเนินคดีตามกฎหมายกับบุคคลนั้น ๆ



การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม



บริษัทฯ มีแนวปฏิบัติที่ไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่มีการลอกเลียนแบบ หรือนำทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาใช้ในธุรกิจโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยในปี 2547 บริษัทฯ ได้ริเริ่มให้มีการจัดประกวดนวัตกรรมหรือสหพัฒน์รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้ที่หน้า 40) และสนับสนุนให้พนักงานส่งนวัตกรรมเข้าประกวดในเวทีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ มุ่งเน้นในการประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม มีจรรยาบรรณ และตั้งมั่นที่จะแข่งขันทางการค้าตามหลักจริยธรรม ในการประกอบการการค้า กฎหมาย และหลักการแข่งขันทางการค้าอย่างเสมอภาครวมถึงปฏิเสธพฤติกรรมที่จะขัดขวางการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม เช่น การแสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของผู้แข่งทางการค้า การเรียก รับ และให้ผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่ถูกต้อง และไม่สุจริต



ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทฯ ตระหนักว่าความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญ อันนำมาสู่ความสำเร็จของบริษัทฯ อย่างยั่งยืน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1.

ดำเนินธุรกิจด้านการผลิต จำหน่ายสินค้า และบริการ ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4.

ไม่เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดที่ไม่สุจริตจากลูกค้า ทั้งทางตรงและทางอ้อม

2.

ดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่น พัฒนาสินค้า และบริการ คิดค้นนวัตกรรมเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้า และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า อย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจโดยไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง

5.

ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้า ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามได้ ให้รับแจ้งลูกค้าล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

3.

ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือความซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม และไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของลูกค้า รักษาความลับทางการค้าของลูกค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ

6.

จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร “ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์” เพื่อให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

การวิจัยและพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

ในฐานะผู้จัดทำนายสินค้าแฟชั่น และความงาม รวมถึงสินค้าอุปโภค บริโภคชั้นนำในประเทศไทย บริษัทฯ มุ่งมั่นในการค้นคว้าวิจัย และพัฒนานวัตกรรมด้านสินค้าและบริการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลให้แก่องค์กร และผู้มีส่วนได้เสีย จึงได้ริเริ่มโครงการประกวดนวัตกรรมหรือสหพัฒน์ (Chairman Awards) เป็นครั้งแรกในปี 2547 เพื่อเป็นการกระตุ้นให้บริษัทในเครือ มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมเกี่ยวกับสินค้า กระบวนการผลิต ระบบการตลาด และการให้บริการอันจะเกิดประโยชน์ต่อองค์กรและผู้บริโภค และเป็นการแสดงศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจ โดยจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีจนถึงปัจจุบัน

นอกจากนี้ ในฐานะที่บริษัทฯ เป็นผู้ริเริ่มจัดการประกวดโครงการด้านนวัตกรรมประจำปีหรือสหพัฒน์ จึงได้จัดทำเว็บไซต์ www.sahainnovation.icc.co.th ขึ้น ในปี 2564 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในเครือสหพัฒน์ รวมถึงองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ ในการจัดทำข้อมูลเพื่อใช้ในการประกวด โดยพนักงานในเครือฯ และบุคคลทั่วไปสามารถเข้าชมเว็บไซต์ได้



ซึ่งในปี 2567 บริษัทในเครือสหพัฒน์ได้ส่งผลงานเข้าประกวดในโครงการนวัตกรรมหรือสหพัฒน์ (Chairman Awards) ประจำปี 2567 (ครั้งที่ 20) จำนวนผลงานที่เข้าประกวด ดังนี้

ผลงานที่เข้าร่วมและได้รับรางวัล 2565-2567 (*ย้อนหลัง 3 ปี)

ประเภท / ปี	2565	2566	2567
จำนวนผลงานที่เข้าร่วมประกวด Chairman Awards	84	88	124
จำนวนผลงานที่เข้าร่วม แบ่งตามประเภทผลงาน			
• Product	21	19	30
• Production	25	27	36
• Energy Saving & Global Warming & Environment	2	8	-
• ESG : Environment, Social, Governance (เริ่มปี 2567)	-	-	15
• System & Process	11	13	14
• Sales & Marketing	5	3	4
• Services & Personality	3	1	2
• Corporate Social Responsibility (CSR)	4	3	-
• Petty Awards	13	14	23
จำนวนผลงานที่เข้าร่วมประกวด Chairman Awards			
เฉพาะบริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)	4	1	-
บริษัทในเครือสหพัฒน์	80	87	124

เป้าหมายการดำเนินงานในอนาคต

ไม่หยุดที่จะพัฒนา ตลอดจนปรับปรุงเว็บไซต์ www.sahainnovation.icc.co.th ให้มีความทันสมัย เพื่อรองรับกระแสความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอยู่เสมอ เพื่อให้พนักงานในบริษัทฯ ในเครือฯ ตลอดจนบุคคลทั่วไป ได้ประโยชน์จากการเข้าถึงความรู้ด้านนวัตกรรม

ผลักดันให้ทุกฝ่ายคิดและสร้างนวัตกรรมในทุกมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติ ESG เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ ต่อเครือฯ และต่อสังคมอย่างยั่งยืน



ผลการดำเนินงานจากการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม



PURE CARE BSC VEGAN SERIES สวยรักโลก ตีต่อพิฆ ตีต่อใจ

เครื่องสำอาง PURE CARE BSC ร่วมกับบริษัทผู้ผลิต วิจัยและพัฒนาสารสกัดจากธรรมชาติ โดยได้ร่วมมือกับสถาบันวิจัยที่เชื่อถือได้ในการคัดค้นผลิตภัณฑ์ในสูตร VEGAN SERIES ปราศจากส่วนผสมที่มาจากสัตว์ ไม่ทดลองกับสัตว์ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ARTY PROFESSIONAL CLEAN WORLD CLEAN GIRL

“ทุกผลิตภัณฑ์จาก ARTY PROFESSIONAL ในคอนเซปต์ ‘CLEAN WORLD CLEAN GIRL’ มีส่วนร่วมในการรักษ์โลกและดูแลสิ่งแวดล้อมของเราอย่างยั่งยืน โดยบรรจุภัณฑ์ในคอลเลกชันนี้ทำจากโพลีเอสเตอร์รีไซเคิล 15% จานวอลูมิเนียมสามารถรีไซเคิลได้ 100% กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจาก FSC ว่าเป็นกระดาษที่อยู่ในโครงการป่าทดแทน นั้นหมายความว่าเมื่อใดก็ตามที่เราใช้กระดาษ ก็มีการปลูกทดแทนกลับคืนเพื่อรักษาความสมดุลของธรรมชาติและ ความอุดมสมบูรณ์ของดิน นอกจากนี้ยังเลือกใช้หมึกพิมพ์จากถั่วเหลือง (Soy Ink) ลดการใช้แบตเตอรี่ในการบรรจุเพื่อการขนส่งโดยการใช้กระดาษรีไซเคิล



ENFANT

องฟองต์มีความมุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อเด็ก ครอบครัว และสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายในการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและธรรมชาติ โดยได้ดำเนินโครงการ Enfanti SOS : Save Our Sea Turtles องฟองต์ ชวนน้องปกป้องเต่าทะเล เพื่อสานต่อความตั้งใจในการฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลไทย และเพื่อปกป้องผู้พิทักษ์ท้องทะเล อย่างบรรดา ‘เต่าทะเล’ ที่มีบทบาทสำคัญในการรักษาสมดุลของห่วงโซ่อาหาร ทำให้ระบบนิเวศเกิดความสมดุลและอุดมสมบูรณ์ขึ้นอย่างยั่งยืน ผ่านผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย



ARROW

นวัตกรรม “Upcycling Shirt” “นำขยะพลาสติกกลับมารีไซเคิล เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด” เพื่อลดปริมาณขยะพลาสติกที่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ภายใต้แนวความคิด เศรษฐกิจหมุนเวียน “Circular Economy” จากการ “ผลิตใช้แล้วทิ้ง” มาเป็น “การนำกลับมาผลิต ให้กลายเป็นของใหม่” บนพื้นฐานของการออกแบบและดีไซน์ใหม่

ห่วงโซ่คุณค่า

ปัจจัย



ทุนทางการเงิน

- มูลค่าหลักทรัพย์
35,522.32 ล้านบาท
- หนี้สิน 5,793.58 ล้านบาท
- ส่วนของผู้ถือหุ้น
29,436.78 ล้านบาท



ทุนทางสังคม

- ความสัมพันธ์กับ
กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย
- คู่ค้าใหม่ **2,005** ราย
เพิ่มขึ้น **37.14%**



ทุนทางบุคลากร

- จำนวนพนักงาน 2,774 คน
- ชั่วโมงในการฝึกอบรมเฉลี่ย
9 ชั่วโมง (ต่อคน)
- ค่าใช้จ่ายในการอบรม
4,160,000 บาท



ทุนทางปัญญา

- สร้างหลักสูตรที่เหมาะสมสำหรับ
พนักงานในทุกระดับ
- สนับสนุนโครงการด้านนวัตกรรม
124 โครงการ



ทุนทางการผลิต

- สินทรัพย์
- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์



ทุนทางสิ่งแวดล้อม

- การใช้ทรัพยากรน้ำ
68,607 ลูกบาศก์เมตร
- การใช้พลังงานไฟฟ้า
2,844.133 กิโลวัตต์/ชั่วโมง
- การใช้เชื้อเพลิง **658,442.29** ลิตร
- ปริมาณขยะและของเสียที่นำไปกำจัด
325,694 กิโลกรัม

การแบ่งปันคุณค่า

รายได้รวม

10,457 ล้านบาท

กำไรสุทธิ

995 ล้านบาท

อัตราการบาดเจ็บ

ถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)

1.6223
(1 ราย/1,000,000 ชั่วโมง)

การร้องเรียนเรื่องสิทธิมนุษยชน

ไม่มี การร้องเรียนเรื่องสิทธิมนุษยชน
ร้อยละของพนักงานที่ลาออก
โดยสมัครใจ

15.68%



บริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เติบโตมาด้วยชื่อเสียงของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยอย่างครบครัน ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพระดับสากล ได้แก่

1. สินค้า บุรุษ	2. สินค้า สตรี	3. ชุดชั้นใน บุรุษ	4. ชุดชั้นใน สตรี	5. เครื่องหนัง และรองเท้า	6. เครื่อง สำอาง	7. สินค้า เด็ก	8. สินค้า ในครัวเรือน	9. บริการ

ห่วงโซ่คุณค่า

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นในทุกขั้นตอนและทุกกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และสร้างคุณค่าให้กับทุกสินค้าและบริการภายในบริษัทฯ โดยคำนึงถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นหลัก



กิจกรรมหลักขององค์กร

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีการหาวิธีเพื่อคิดค้นวิจัย เพื่อปรับปรุงและพัฒนาสินค้า รวมถึงการสำรวจความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ทันเทรนด์อยู่เสมอ

- ร่วมกับทีม R&D พัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงใจผู้บริโภคอยู่เสมอ
- เปิดรับและเสาะหานวัตกรรมเพื่อนำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
- มีส่วนร่วมในการผลิต และ/หรือคัดเลือกผลิตภัณฑ์ก่อนนำมาจำหน่ายการผลิต บริษัทฯ ให้ความสำคัญและใส่ใจในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน
- ควบคุมคุณภาพสินค้าให้ถูกต้องและเป็นไปตามข้อตกลงทางกฎหมายและมาตรฐานการจัดการต่าง ๆ ตามหลักสากล สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และผู้บริโภค เช่น ISO HACCAP เป็นต้น
- เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและปลอดภัย โดยคำนึงถึงสุขอนามัยที่ดีเป็นหลัก
- ใช้ทรัพยากรในการผลิตให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด รวมถึงมุ่งมั่นให้พนักงานในบริษัทคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ผ่านโครงการประกวดนวัตกรรมประจำปี เช่น INNOVATION

การจัดซื้อ/จัดหา

ในฐานะผู้นำในการผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภค บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ด้วย

- พัฒนาศักยภาพคู่ค้าให้เติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ควบคู่ไปกับการพิจารณาตรวจสอบคุณภาพและกระบวนการจัดการเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน
- จัดตั้งกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมาตรฐาน คัดเลือกคู่ค้าเฉพาะที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าและบริการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์



การขายและการตลาด

- บริหารช่องทางการขายเพื่อตอบโจทย์ความต้องการลูกค้าทั้งออฟไลน์และออนไลน์
- จัดทำโปรโมชันเพื่อส่งเสริมการขาย
- นำระบบจัดการข้อมูลลูกค้าเพื่อวิเคราะห์การขาย และประสิทธิภาพของสินค้า
- สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า ด้วยระบบหลังการขาย และระบบวัดความพึงพอใจ
- พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อประสิทธิภาพในการทำงาน การขายสินค้า การดูแลลูกค้าตลอดจนควบคุม ปกป้องข้อมูลพื้นฐานของทุกฝ่ายตามสิทธิ

การกระจายสินค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศและต่างประเทศด้วย

- การบริหารคลังสินค้าโดยแบรนด์ต่าง ๆ ในบริษัทร่วมกับคลังซึ่งบริษัทได้ว่าจ้างให้เครือข่ายโลจิสติกส์ของบริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ
- การส่งมอบสินค้าควบคู่ไปกับบริการอย่างมืออาชีพ
- ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจัดเก็บสินค้า และจัดการระบบขนส่งผ่านเครือข่ายโลจิสติกส์ของบริษัทฯ โดยครอบคลุมทั้งในและต่างประเทศ

การบริหารบรรจุภัณฑ์ และการบริการหลังการขาย

บริษัทฯ มุ่งมั่นส่งเสริมการสร้างความปลอดภัยหลังการขายและรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวกับคู่ค้า และลูกค้าด้วย

- จัดกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การจัดประชุมคู่ค้าเพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานทางธุรกิจร่วมกัน
- มุ่งมั่นพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงเลือกใช้วัสดุที่สามารถใช้ซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้

กิจกรรมสนับสนุน

การพิจารณาความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ สร้างการมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม ทั้งในและต่างประเทศ โดย

- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร
- สื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ

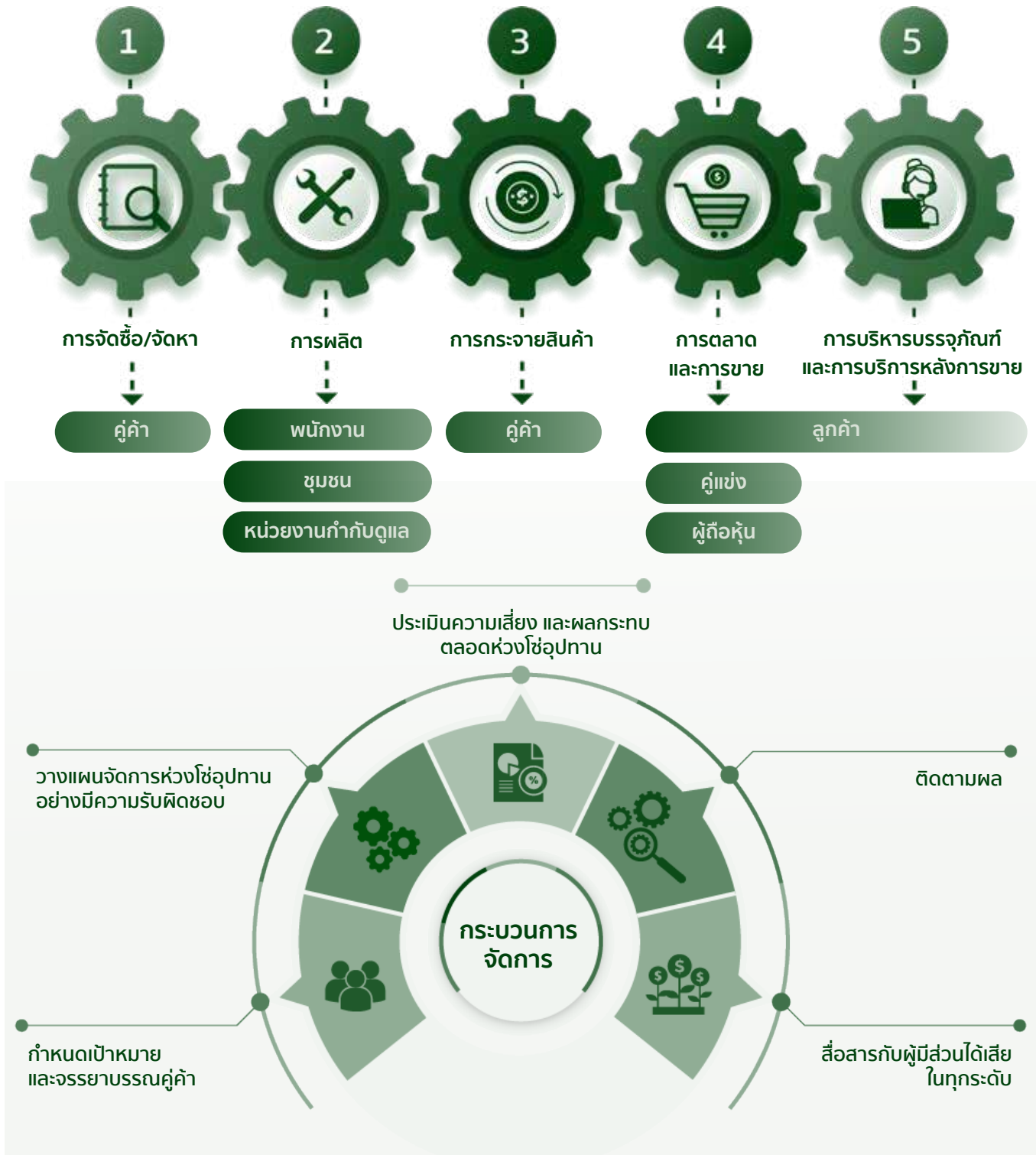
ทรัพยากรมนุษย์

เพราะ “พนักงาน” คือปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดย

- จัดการบริหารทรัพยากรบุคคล สรรหา ประเมินผลงานเพื่อให้มีความเหมาะสม
- พัฒนาบุคลากรในด้านต่าง ๆ ทั้ง Hard Skills และ Soft Skills เพื่อให้มีความพร้อมอยู่เสมอ
- บริหารจัดการสถานที่ สิ่งแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก
- บริหารจัดการด้านสวัสดิการและสิทธิพื้นฐานของพนักงาน

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

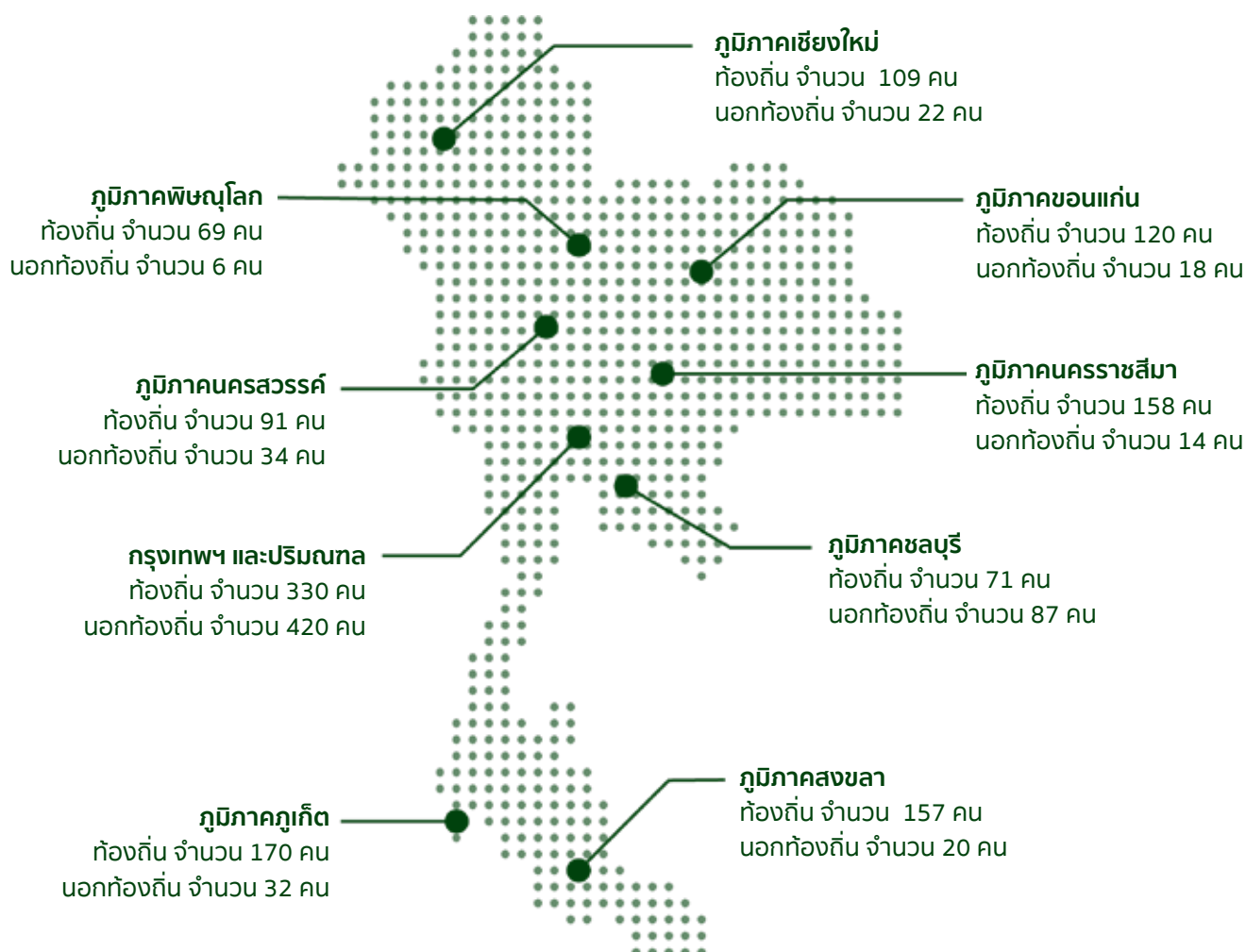
เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ตระหนักถึงการบริหารห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงส่งเสริมและสนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีธรรมาภิบาลที่ดี (Environmental Social and Governance: ESG) โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างให้เป็นไปอย่างยุติธรรม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



การพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น

“สร้างงาน สร้างอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงานในท้องถิ่น”

ด้วยธุรกิจของบริษัทฯ คือ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านเคาน์เตอร์ขายและร้านค้าทั่วประเทศ การจัดจ้างพนักงานในท้องถิ่นนับเป็นหนึ่งในนโยบายของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และพัฒนาศักยภาพแรงงานในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง รวมถึงการจัดจ้างซีพีฟลายเออร์ในท้องถิ่น เพื่อดำเนินงานตกแต่งร้านค้าที่เปิดให้บริการตามจังหวัดต่าง ๆ โดยกำหนดเป็นนโยบาย เพื่อเปิดโอกาสให้บริษัท หรือกิจการในท้องถิ่นแต่ละจังหวัดเข้าร่วมประกวดราคา



รวมพนักงานขาย
ทั้งหมด
1,928 คน

เป็นพนักงานท้องถิ่น
ทั้งหมด 1,275 คน
คิดเป็นร้อยละ
66.13
ของพนักงานทั้งหมด

เป็นพนักงานนอกท้องถิ่น
ทั้งหมด 653 คน
คิดเป็นร้อยละ
33.87
ของพนักงานทั้งหมด

*หมายเหตุ สามารถดูรายชื่อจังหวัดที่อยู่ในแต่ละภูมิภาคได้ที่หน้า 6 ขอบเขตรายงาน



นโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง อย่างยั่งยืน

นโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน เป็นแนวทางที่องค์กรใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการ เพื่อให้เป็นไปอย่าง
ยุติธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับราคา คุณภาพ และการ
ส่งมอบที่ตรงเวลา เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ และสังคมโดยรวม

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบการจัดการ รวมถึงตั้งราคากลางของกลุ่มงานจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อลดต้นทุนบริษัทอย่าง
มีประสิทธิภาพ (Cost Saving) และเพื่อรองรับระบบ RFQ (Request for Quotation) ซึ่งราคากลางดังกล่าวใช้สำหรับอ้างอิงในการ
สั่งซื้อสินค้า จำแนกตามหมวดหมู่ผู้ค้า ดังนี้

กลุ่มงานจัดจ้าง ได้แก่

- งานโครงสร้าง
- งานดิสเพลย์
- งานติดตั้งจอภาพแสดงผล
ทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น LED เป็นต้น

กลุ่มงานจัดซื้อ ได้แก่

- งานของขวัญและของสมนาคุณ
- งานพิมพ์
- เครื่องใช้ไฟฟ้า
- งานดิสเพลย์เพื่อการขาย
- อุปกรณ์สำนักงาน

กระบวนการคัดเลือกผู้ค้า / การจัดหาสินค้าและซัพพลายเออร์

การเสาะหาผู้ค้าใหม่

- คัดเลือกจากบริษัทในเครือ
- สื่ออินเทอร์เน็ต
- งานแสดงสินค้าการออกร้านต่าง ๆ
- แนะนำของพนักงานภายในบริษัทฯ
และผู้ค้า

การคัดกรองผู้ค้า

- สัมภาษณ์ / สอบถามข้อมูล
- ประเมินผู้ค้าตามคู่มือการคัดเลือก
ผู้ขาย-ผู้รับจ้าง

การคัดเลือกผู้ค้า

- คัดเลือกตามผลการประเมิน
- วัดปริมาณความน่าเชื่อถือ
จากผลงาน / สอบถามข้อมูล
- ขอใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

การขึ้นทะเบียนผู้ค้า

- จัดอบรม / สัมมนา เพื่อพบปะ
- ผู้ค้าใหม่ และเก่าเป็นประจำ
- ตรวจสอบเอกสารการรับรองมาตรฐาน
โดยให้ผู้ค้านำเสนอ

การประเมินผู้ค้า

- คุณภาพของสินค้าและบริการตรงตามความต้องการ
- ระยะเวลาในการส่งมอบงานเป็นไปตามเป้าที่ตั้งไว้
- ความสะดวกในการติดต่อกับงาน และให้บริการ
- เปรียบเทียบคุณภาพกับราคาที่เหมาะสม
(ต่ำกว่า หรือ เทียบเท่ากับประมาณที่ตั้งไว้)

การพัฒนาศักยภาพผู้ค้า

- ยื่นเอกสารรับรองบริษัท ภพ.20 หรือเอกสารอื่น ๆ
เพื่อเป็น Vendor เพื่อติดต่อซื้อขาย
- ผู้ค้าที่มีการทำงานร่วมกันเป็นครั้งที่ 2
และผ่านการประเมินจึงจะได้รับการขึ้นทะเบียน



เกรดการให้คะแนน

- เกรด A** (85-100 คะแนน) ผลงานดี บริการดี ตรงต่อเวลา ราคายุติธรรม
- เกรด B** (70-84 คะแนน) ผลงานพอใช้ ต้องปรับปรุงแก้ไขในหัวข้อที่ได้คะแนนน้อย
- เกรด C** (ต่ำกว่า 70 คะแนน) ต้องปรับปรุงอย่างมาก และถูกปรับย้ายไปอยู่ในรายชื่อลูกค้าสำรอง
- หมายเหตุ***
 ลูกค้าที่ได้คะแนนประเมินต่ำ บริษัทฯ จะให้เวลาในการปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด และหากลูกค้าไม่แก้ไข บริษัทฯ จะยุติการเป็นลูกค้าทันที

ผลการดำเนินงานด้านงานจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

- ในปี 2567 บริษัทมีลูกค้าทั้งหมด จำนวน 7,404 ราย แบ่งเป็นลูกค้าใหม่ จำนวน 2,005 ราย คิดเป็น 37.14% โดยแบ่งเป็น
 - » ลูกค้ารายย่อย (บุคคลธรรมดา) 1,761 ราย คิดเป็น 87.83% ของจำนวนที่เพิ่มขึ้น
 - » ลูกค้ารายใหญ่ (นิติบุคคล) 232 ราย คิดเป็น 11.57% ของจำนวนที่เพิ่มขึ้น
 - » ลูกค้าอื่นๆ 12 ราย คิดเป็น 0.60% ของจำนวนที่เพิ่มขึ้น
- ในปี 2567 บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร โดยในส่วนของการจัดซื้อจัดจ้าง ได้มีการดำเนินการในการปรับปรุงระบบจัดเก็บและรวบรวมลูกค้าใหม่ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดซื้ออย่างยั่งยืน ทำให้ไม่สามารถสรุปยอดค่าใช้จ่ายได้

การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- งานพิมพ์ เปลี่ยนไปใช้หมึกพิมพ์รักโลก (Soy ink) ที่ทำมาจากน้ำมันถั่วเหลืองชนิดเดียวกับที่ใช้ในการประกอบอาหาร และเปลี่ยนกระดาษธรรมดาเป็นกระดาษลูกฟูก หรือกระดาษรีไซเคิล และกระดาษกึ่งการรีไซเคิล ซึ่งผลิตจากธรรมชาติ ย่อยสลายง่าย ไม่ก่อให้เกิดมลพิษในการทำลาย
- งานของขวัญและของสมนาคุณ ออกสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ให้แบรนด์ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายง่าย หรือสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ใหม่
- ARTY PROFESSIONAL หนึ่งในแบรนด์เครื่องสำอาง ออกผลิตภัณฑ์ในคอนเซ็ปต์ 'CLEAN WORLD CLEAN GIRL' มีส่วนร่วมในการรีไซเคิลและดูแลสิ่งแวดล้อมของเรอย่างยั่งยืน บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากไฟเบอร์ไม้ 15% งานวีลุ่มีเนียมที่สามารถรีไซเคิลได้ 100% กล่องบรรจุภัณฑ์ได้รับการรับรองจาก FSC ว่าเป็นกระดาษที่อยู่ในโครงการป่าทดแทน นอกจากนี้ยังเลือกใช้หมึกพิมพ์จากถั่วเหลือง (Soy Ink) ลดการใช้แบตเตอรี่ในการบรรจุเพื่อการขนส่งโดยใช้กระดาษรีไซเคิลแทน

เป้าหมายในปี 2568

เพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่เข้าระบบไม่ต่ำกว่า 10% และลูกค้าที่เข้าร่วมใหม่ ต้องมีใบรับรอง ESG มากกว่าจำนวน 20% ขึ้นไป ของจำนวนที่เพิ่มขึ้นทั้งหมด

การพัฒนาและดูแลพนักงานปี 2567

ในปี 2567 บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มีพนักงานรวม 2,774 คน



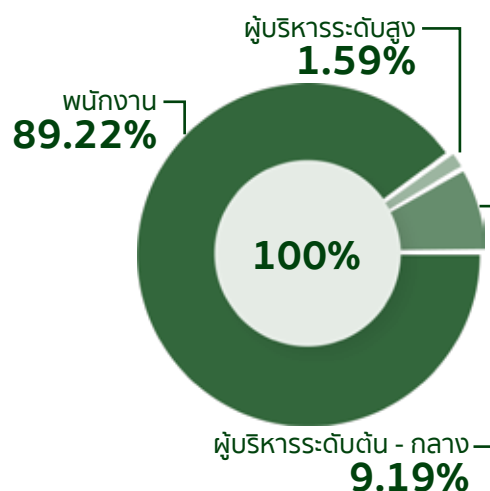
อัตราพนักงาน จำแนกตามเพศ



ตารางสถิติและอัตราพนักงานจำแนกตามระดับ

ผู้บริหารระดับสูง	53	23
ผู้บริหารระดับต้น - กลาง	21	202
พนักงาน	272	2,203
รวม	346	2,428

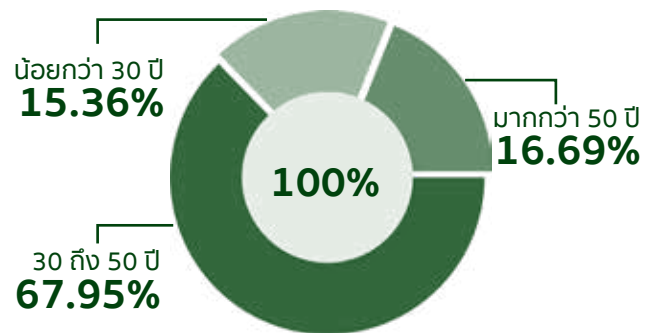
ชาย หญิง





ตารางสถิติพนักงาน จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	ชาย	หญิง
มากกว่า 50 ปี	42	421
30 ถึง 50 ปี	224	1,661
น้อยกว่า 30 ปี	80	346
รวม	346	2,428



จำนวนผู้พิการ รวมทั้งสิ้น 17 คน



ชาย
3 คน



หญิง
14 คน

จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน ทั้งหมด

1,014,933,146 บาท แบ่งเป็น

พนักงานชาย **157,930,248** บาท

พนักงานหญิง **857,002,898** บาท



จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิก
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

2,285 คน

คิดเป็น **82.37%** ของพนักงานทั้งหมด

จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก
สหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อพนักงาน

1,800 คน

คิดเป็น **64.88%** ของพนักงานทั้งหมด



อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน
ถึงขั้นหยุดงาน 3 ครั้ง

คิดเป็น **1.6223 LTIFR**

(กรณี 1 ครั้ง / 200,000 ชั่วโมง) หรือ **0.06%**

อัตราความถี่ของการบาดเจ็บ = 0.1014

อัตราความรุนแรงของการบาดเจ็บ = 1.6223

สถิติการลาออกและการต่อเกษียณ

- การลาออกอย่างสมัครใจ

พนักงานชาย **82 คน**

พนักงานหญิง **353 คน**

คิดเป็น ร้อยละ **15.68** ของพนักงานทั้งหมด

- จำนวนพนักงานเกษียณ ทั้งสิ้น 83 คน

ต่อเกษียณ **16 คน**

คิดเป็น **19.28%**

- จำนวนกรณีพิพาทด้านแรงงาน ไม่มี



จำนวนชั่วโมงการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ
โดยเฉลี่ยของพนักงาน

500 ชั่วโมง

คิดเป็น 9 ชั่วโมง / คน / ปี

อัตราการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพโดยเฉลี่ยของพนักงานจำแนกตามระดับ

ระดับ	จำนวนชั่วโมง
ผู้บริหารระดับสูง	86 ชั่วโมง
ผู้บริหารระดับกลาง	72 ชั่วโมง
ผู้บริหารระดับต้น	76 ชั่วโมง
พนักงานสำนักงาน	28 ชั่วโมง
พนักงานขาย	238 ชั่วโมง

จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ

4,160,000 บาท



การให้

บริษัทฯ ในฐานะผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฟชั่นและความงามชั้นนำ นอกจากการดำเนินงานในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน การดำเนินพันธกิจด้านสังคมเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและไม่มองข้าม รวมถึงยังมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้บุคลากรภายในองค์กรมีจิตสำนึกของการเป็น “ผู้ให้” เป็นผู้มีจิตอาสา ด้วยการเป็นกำลังสำคัญในการให้ความช่วยเหลือ และริเริ่มในการจัดกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และสาธารณประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ

ในปี 2567 บริษัทฯ ยังคงดำเนินงานภายใต้แนวคิดในเรื่อง “การให้” โดยมุ่งมั่นส่งเสริมการตระหนักรู้ สร้างความสามัคคี และมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ เช่น โครงการจิตอาสา กิจกรรมการกุศล การช่วยเหลือชุมชน ซึ่งการได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างและเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ความยั่งยืนขององค์กร



“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 2567

จำนวนชั่วโมงการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ
โดยเฉลี่ยของพนักงาน

• **500** ชั่วโมง คิดเป็น 9 ชั่วโมง / คน / ปี

จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ

• **4,160,000 บาท**

สถิติการอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากร

	2565		2566		2567	
	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน
พนักงานขาย	N/A	N/A	13,184	2,059	238	1,688
พนักงานสำนักงาน	461	461	7,184	894	28	113
ผู้บริหารระดับต้น	143	143	1,520	124	76	137
ผู้บริหารระดับกลาง	141	141	1,767	39	72	62
ผู้บริหารระดับสูง	196	196	582	18	86	18

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นพัฒนา “พนักงานขาย” สำคัญในการสร้างกำไร โดยรักษาพนักงานขายที่เก่งให้อยู่กับองค์กร และพัฒนาให้เก่งมากขึ้น นอกจากนี้ยังสร้างให้คนเก่งกลายเป็นครูผู้สอนและพนักงานต้นแบบ เพื่อส่งต่อและให้ความรู้แก่พนักงานรุ่นหลังให้เก่งตาม ส่งผลให้องค์กรเติบโตอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิดของการให้ความรู้ ผ่านโครงการอบรมที่จะสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กร



การพัฒนาศักยภาพและทักษะ

แผนกพัฒนาศักยภาพบุคคล สายงานทรัพยากรบุคคล ได้มีการจัดอบรม และพัฒนาพนักงาน ด้วยการนำเทคโนโลยี และ Application ต่าง ๆ เข้ามาใช้ควบคู่ไปกับการอบรมแบบออนไลน์ และ Classroom โดยแบ่งออกเป็นหลักสูตรอบรมขั้นพื้นฐาน หลักสูตรเฉพาะสำหรับพนักงานขาย และหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะ (Up-skill & Re-skill)

โดยในปี 2567 มีการพัฒนาศักยภาพและทักษะของผู้บริหารและพนักงานทั้งหมด แบ่งเป็น

- การอบรมสำหรับผู้บริหารระดับสูง จำนวน 9 หลักสูตร
- การอบรมสำหรับผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 7 หลักสูตร
- การอบรมสำหรับผู้บริหารระดับต้น จำนวน 7 หลักสูตร
- หลักสูตรสำหรับพนักงานสำนักงาน จำนวน 4 หลักสูตร
- หลักสูตรสำหรับพนักงานขาย จำนวน 5 หลักสูตร
- หลักสูตร online สำหรับพนักงานสำนักงานทั้งบริษัท จำนวน 2 หลักสูตร

หลักสูตรสำหรับผู้บริหาร



ICC Executive Outing: Move Forward 2024

สร้างความเข้าใจถึงทิศทางการดำเนินงาน บทบาทหน้าที่ กระบวนการทำงานและการเชื่อมโยงงานระหว่างสายงานตาม โครงสร้างใหม่ การกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดผลงาน งบประมาณ และการพิจารณาอนุมัติ โดยวิทยากรภายใน



Building a Powerful Brand

เพื่อให้ผู้เข้าสัมมนา เข้าใจความสำคัญของการสร้างแบรนด์ ที่เข้มแข็ง และมีความยั่งยืนในทุกสถานการณ์ สามารถนำความรู้ และแนวทางที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดและขับเคลื่อน กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย วิทยากรภายนอก ผศ. ดร.เอกก์ ภทรธนกุล



หลักสูตรสำหรับพนักงาน



Master Of One Page Summary

เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ แยกประเด็นสำคัญ และจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลได้อย่างถูกต้อง นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ได้อย่างกระชับ ชัดเจน และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สื่อสารข้อมูลที่สำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายที่ต้องการในการนำเสนอ โดยวิทยากรภายนอก คุณวรรณันท์ พรหมมินทร์ (สถาบัน Beyond Training)



Brand Shift : Empowering Merchandising & Marketing for Tomorrow

เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และทำความเข้าใจกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ การทำแผนงานการตลาด รวมถึงแนวทางการบริหารสินค้าแฟชั่นให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดย วิทยากรภายนอก อาจารย์ขัญตา ศิริจันนางกูร Project Consulting, Director V&FS Vanilla & Friends Agency และอาจารย์วิวัฒน์ สันติอัครวราภรณ์ Executive Director Bunka Fashion School

หลักสูตรสำหรับพนักงานขาย



Brand Induction

ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ Brand History, Brand Concept, Target Group, Product Knowledge ของแบรนด์ต่างๆ และสามารถนำไปใช้ในการบริหารยอดขาย บริหารพนักงานขาย และบริหารสต็อก ให้มีประสิทธิภาพตามเป้าหมายที่รับผิดชอบ โดยวิทยากรภายในจากสายงานการตลาดและบริหารแบรนด์



Empower Sales

เรียนรู้คุณสมบัติสินค้า (Selling Point) ของแต่ละแบรนด์ เรียนรู้เทคนิคและวิธีการขาย พัฒนาศักยภาพการถ่ายทอดขายให้ถึงเป้าหมาย โดยวิทยากรภายใน



การจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

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

รวมถึงหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือแตกแยก และจัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้พนักงาน หรือผู้ที่เชื่อว่าสิทธิของตนถูกละเมิด หรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม สามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่ และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

แนวทางการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

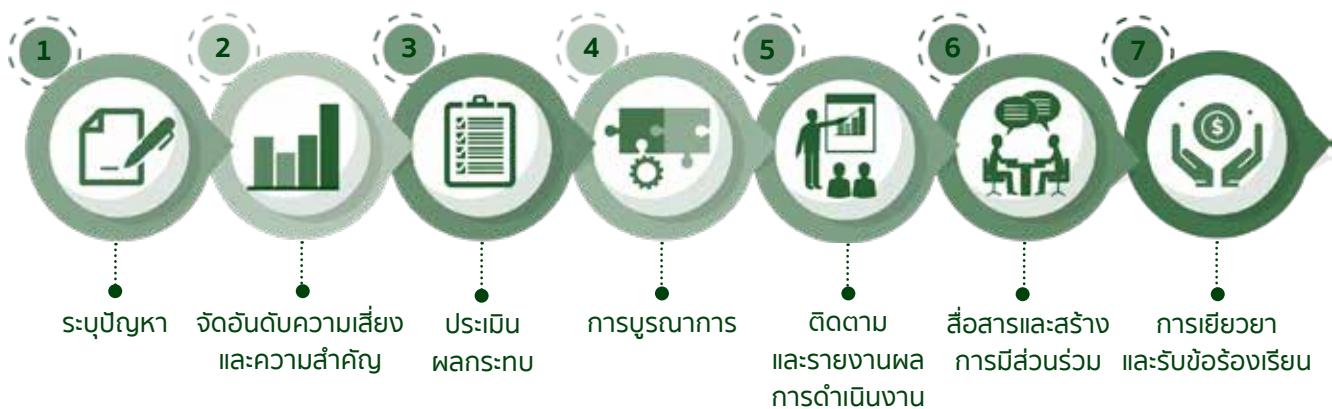
บริษัทได้กำหนดแนวทางปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน โดยได้กำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

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

กรอบการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

เพื่อสร้างบริษัทฯ ให้เป็นองค์กรที่มีความเสมอภาค ด้วยการแสดงออกถึงการยอมรับในความแตกต่างหลากหลายของบุคคล ในมิติต่าง ๆ โดยได้มีการร่างกำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ การทำกิจการ และการสื่อสารภายใต้กรอบขององค์การสหประชาชาติ The Five Standards โดย UN Human Right Officer of the High Commissioner ดังนี้

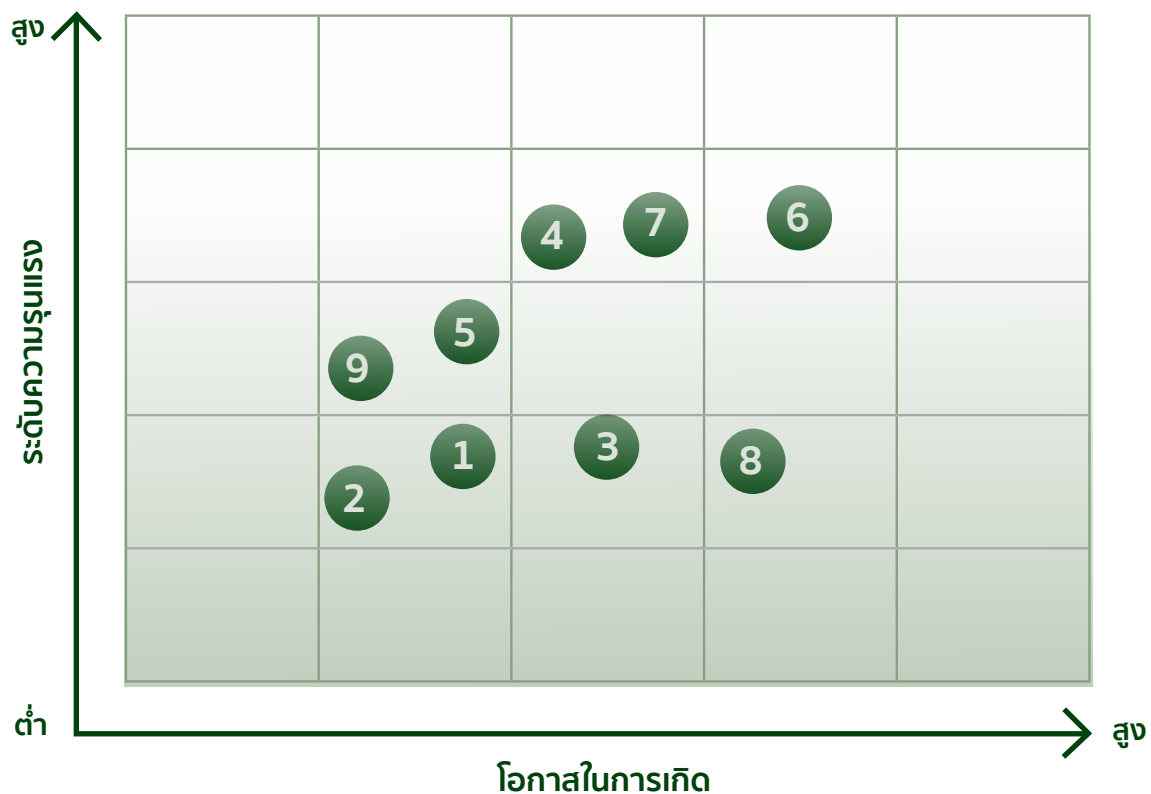
กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชน





นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้วางแผนจัดการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน 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 2567 บริษัทฯ ไม่เพียงแต่รับผู้พิการเข้ามาทำงานในองค์กรเท่านั้น ยังจัดตั้งโครงการเพื่อสนับสนุนความสามารถ และสร้างโอกาสให้กับผู้พิการ และผู้ประสบปัญหาวิกฤตชีวิตทั้งร่างกายและจิตใจ ให้มีกำลังใจกลับสู่สังคมได้อย่างมีคุณค่าและมีความสุข โดยในปี 2558 บริษัทฯ ได้จัดทำทางเลือกให้กับผู้พิการ 2 ทางด้วยกัน คือ



1. เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีศักยภาพทำงาน เข้าทำงานกับบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้จัดอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น ทางลาด และห้องน้ำสำหรับผู้พิการ



2. สำหรับผู้ไม่ประสงค์ทำงาน บริษัทฯ ได้จัดทำสัมปทานสินค้าเพื่อให้ผู้พิการนำไปขายสร้างอาชีพอย่างยั่งยืนต่อไป

ผลการดำเนินงานในปี 2567

บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตาม พรบ. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2540 และที่แก้ไขเพิ่มเติมได้อย่างครบถ้วน โดยในปี 2567 บริษัทฯ มีพนักงานทั้งสิ้นจำนวน 2,774 คน ในจำนวนนี้ เป็นผู้พิการจำนวน 17 คน โดยเป็นเพศชาย 3 คน และเป็นเพศหญิง 14 คน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีสัมปทานสินค้าให้กับผู้พิการได้นำไปจัดจำหน่าย จำนวน 14 คน รวมผู้พิการทั้งสิ้น 31 คน

ผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+)



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

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 2568

เพื่อสร้างองค์กรที่เคารพสิทธิมนุษยชน บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติ เพื่อสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการยอมรับความแตกต่างทางเพศ และตระหนักถึงการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกรูปแบบ รวมถึงเพิ่มหัวข้อในการให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนและความเท่าเทียมทางเพศในหลักสูตรการฝึกอบรม

ส่งเสริมการทำงานของผู้สูงอายุ



ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยภาครัฐและเอกชน ได้มีนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการเพื่อสอดรับคนกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่อง อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนผู้สูงอายุแห่งชาติและพระราชบัญญัติผู้สูงอายุแห่งชาติ ส่งผลให้ผู้สูงอายุที่อยู่ในวัยเกษียณมีแนวโน้มการทำงานต่อเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ จึงได้เล็งเห็นความสำคัญของบุคลากรอันเป็นหัวใจหลัก จึงสนับสนุนและส่งเสริมการทำงานของผู้สูงอายุ โดยยึดหลักยืดหยุ่นและสมัครใจ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุที่มีความสามารถและสมรรถนะร่างกายที่เหมาะสมได้ทำงานต่อ เพื่อให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่า เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อุดมด้วยสุขภาพกายใจที่ดี และมีรายได้เลี้ยงชีพตนเองได้

ปี	ครบเกษียณ/(คน)	จำนวนคนเกษียณที่สมัครใจทำงานต่อ	
		จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
2565	53	22	41.51
2566	51	19	37.25
2567	83	16	19.28

(ตารางแสดงการยืดอายุเกษียณปี 2565-2567 ของพนักงาน บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล)

การดำเนินงานในปี 2567

บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณค่า ความรู้ และประสบการณ์ของพนักงานที่เกษียณอายุ ซึ่งทำงานกับองค์กรมาอย่างยาวนาน โดยมีนโยบายที่ยืดหยุ่นเพื่อให้พนักงานต่อเกษียณสามารถเลือกวันทำงานได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ในปี 2539 บริษัทฯ ได้จัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และสหกรณ์ออมทรัพย์ สำหรับพนักงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมการออม และช่วยเหลือ ในกรณีที่พนักงานมีความจำเป็นด้านเงิน และเพื่อเป็นค่าใช้จ่าย หรือหลักประกันสำหรับพนักงานหลังเกษียณ

เป้าหมายในปี 2568

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีจำนวนพนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี เป็นจำนวน 463 คน แบ่งเป็นผู้หญิง 421 คน และผู้ชาย 42 คน กระจายอยู่ในสายงานต่าง ๆ โดยบริษัทฯ ได้วางแผนการสืบทอดตำแหน่งสำหรับพนักงานอาวุโส เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเกษียณอายุ และเพื่อให้ส่งต่อองค์ความรู้ หน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่พนักงานอื่น ๆ เพื่อให้องค์กรยังสามารถขับเคลื่อนต่อไป

เชื่อมความสัมพันธ์ในองค์กร

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

ICCHR App และ ICCCSG App

บริษัทฯ โดยแผนกบริหารทรัพยากรบุคคล สายงานทรัพยากรบุคคล ได้ดำเนินการร่วมกับสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนาระบบ ICCHR App สำหรับพนักงานสำนักงาน และ ICCCSG App สำหรับพนักงานขาย ขึ้น เพื่อเชื่อมต่อความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและบริษัท ให้พนักงานเข้าถึงการใช้งานได้อย่างสะดวกสบายบนมือถือ ลดความยุ่งยาก ลดขั้นตอน และลดการใช้กระดาษ โดยแอปพลิเคชันดังกล่าวประกอบด้วยฟังก์ชันที่หลากหลายตามความต้องการที่ครอบคลุม เช่น การเช็คอินเข้า-ออก การตรวจสอบเงินเดือน และการสร้างใบลา เป็นต้น



ICC Communication Line Openchat

สายงานสื่อสารองค์กร สร้างกลุ่ม Line Openchat เพื่อเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่องค์กรสามารถนำมาใช้เพื่อพัฒนาระบบการสื่อสารภายในให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล โดยมีจุดประสงค์และประโยชน์ที่ช่วยให้องค์กรมีช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็วและสะดวก ลดปัญหาความล่าช้าในการกระจายข้อมูลสำคัญ เช่น การแจ้งข่าวสาร หรือประกาศสำคัญขององค์กร ช่วยลดการใช้กระดาษ ในกระบวนการสื่อสาร ช่วยในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals - SDGs) ในด้านการสร้างความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

The Voice

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

ในปี 2567 บริษัทฯ มีบุคลากร รวม 2,774 คน เป็นพนักงานขาย จำนวน 1,928 คน และพนักงานสำนักงาน จำนวน 846 คน ในจำนวนบุคลากรทั้งหมด ไม่พบข้อร้องเรียนที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ





การปฏิบัติต่อแรงงาน อย่างเป็นธรรม

พนักงาน
เป็นทรัพยากรที่มีค่า
และเป็นปัจจัย
แห่งความสำเร็จของบริษัทฯ
โดยกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติ
ต่อพนักงาน ดังนี้

1

ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเคารพต่อศักดิ์ศรี
ความเป็นมนุษย์ และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน
ตลอดจนไม่เปิดเผยหรือส่งผ่านข้อมูล หรือความลับ
ของพนักงานต่อบุคคลภายนอกหรือผู้ที่ไม่
เกี่ยวข้อง

2

ปฏิบัติต่อพนักงานภายใต้กรอบกฎหมาย ระเบียบ
ข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัทฯ

3

ส่งเสริมความเท่าเทียมกันในการจ้างแรงงาน ไม่เลือก
ปฏิบัติ ไม่กีดกันด้วยเหตุทาง อายุ เพศ สีผิว เชื้อชาติ
ศาสนา ความพิการ หรือสถานะอื่นใดที่ไม่ได้เกี่ยวข้อง
โดยตรงกับการปฏิบัติงาน

4

สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการฝึกอบรม แลกเปลี่ยน
ความรู้ เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคคล
อย่างทั่วถึงสร้างความมั่นคงในอาชีพ และให้โอกาส
ในการเจริญก้าวหน้าตามศักยภาพของแต่ละคน

5

ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง
การดำเนินงานและพัฒนาบริษัทฯ

6

ให้ผลตอบแทนด้วยความเป็นธรรม เหมาะสมตาม
ความรู้ ความสามารถหน้าที่ความรับผิดชอบ และ
ผลการปฏิบัติงาน

7

จัดให้มีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ ที่เหมาะสมแก่
พนักงาน อาทิ การรักษาพยาบาล กองทุนสำรอง
เลี้ยงชีพ สหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นต้น

ส่งเสริมความภาคภูมิใจ ด้วยนโยบายค่าตอบแทน

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

ผลการดำเนินงานในปี 2567

จำนวนค่าตอบแทน

1,014,933,146 บาท



จำแนกตามบทบาท



พนักงานสำนักงาน

563,761,905 บาท

พนักงานขาย

451,171,241 บาท



จำแนกตามเพศ

พนักงานเพศชาย

157,930,248 บาท



พนักงานเพศหญิง

857,002,898 บาท

คิดเป็นร้อยละ



กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

ปัจจุบันมีพนักงานที่เป็นสมาชิก
ทั้งสิ้น 2,285 คน

สหกรณ์ออมทรัพย์

ปัจจุบันมีพนักงานเป็นสมาชิก
ทั้งสิ้น 1,800 คน

คิดเป็นร้อยละ



สวัสดิการอื่น ๆ

ตัวเลขค่าตอบแทนในการขึ้นเงินเดือน ประจำปี 2567 คิดเป็น 5% ของเงินเดือน

(ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบรายงานประจำปี 56-1One-Report)



อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทฯ ตระหนักถึงความปลอดภัยของพนักงาน อันเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ดังนั้น บริษัทจึงใส่ใจในด้านสุขภาพของพนักงานอย่างเข้มงวด รวมถึงให้ความสำคัญกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานเป็นสำคัญ

นโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

- ติดตามและสำรวจการแพร่กระจายของโรคติดต่อต่าง ๆ
- รวบรวม ติดตาม และวิเคราะห์ผลการดำเนินงานธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดจากความไม่สมบูรณ์ในชีวอนามัยและความปลอดภัย
- ร่วมมือกับภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานในองค์กรและประชาชนทั่วไป

มาตรการจัดการด้านความเสี่ยงที่มีผลต่อความยั่งยืน (ESG)

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





การดำเนินงานในปี 2567

อาคารสถานที่

1. จัดให้มีการทำความสะอาดบริเวณจุดสัมผัสต่าง ๆ ภายในบริษัทฯ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค เป็นประจำ
2. จัดน้ำยาฆ่าเชื้อโรคในการทำความสะอาดห้องประชุมก่อนและหลังการประชุมทุกครั้ง รวมถึงจัดให้มีแม่บ้านคอยทำความสะอาดบริเวณโต๊ะทำงานของพนักงานในทุกวันหลังเลิกงาน
3. บำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ ระบบกรองอากาศให้อยู่ในสถานะปกติ พร้อมใช้งานอยู่เสมอ
4. บำรุงรักษาลิฟต์ตามมาตรฐานที่กำหนด โดยจะทำการตรวจสอบสภาพอายุการใช้งานของอะไหล่อย่างสม่ำเสมอทุกเดือนเพื่อให้ลิฟต์สามารถใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและเกิดความปลอดภัยอย่างสูงสุด

สุขอนามัยส่วนบุคคล

1. ประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทราบ และเข้าใจถึงแนวทางปฏิบัติ เพื่อป้องกันโรคติดต่อ โดยจัดทำโปสเตอร์เพื่อติดตั้งตามจุดต่าง ๆ และทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น กำหนดเป็นภาพหน้าจอคอมพิวเตอร์, บอร์ดประกาศ และ LineOpenchat เป็นต้น
2. รณรงค์ให้พนักงานรักษาความสะอาดอยู่เสมอ
3. พนักงานที่มีอาการป่วย หรือมีพฤติกรรมน่าสงสัย ให้แจ้งผู้บังคับบัญชาเพื่อพบแพทย์ ลาหยุด และปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์จนกว่าจะหายเป็นปกติ
4. จัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปี และฉีดวัคซีนเพื่อการป้องกันโรคติดต่อ และกลุ่มโรคที่ต้องการป้องกันให้กับพนักงานสำนักงานใหญ่ และพนักงานขาย

แนวทางการจัดการในปี 2568



รถบริการพนักงาน

- ข่าเชื้อภายในรถทุกครั้ง ทั้งก่อนและหลังการใช้งาน
- จัดรับประทานอาหารขณะโดยสาร โดยงดดื่มเครื่องดื่ม



ลิฟต์โดยสาร

- จัดให้มีการทำความสะอาดบริเวณจุดสัมผัสต่าง ๆ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค เป็นประจำ



โต๊ะทำงาน

- จัดให้มีการทำความสะอาดในทุกวันหลังเลิกงาน
- ออกมาตรการให้ทุกฝ่าย ทำ 5 ส. และเก็บของบนโต๊ะให้เรียบร้อยหลังเลิกงานทุกวัน



ห้องรับประทานอาหาร

- จัดให้มีการทำความสะอาดทุกครั้ง ทั้งก่อนและหลังการใช้งาน
- กำหนดให้นั่งรับประทานอาหารโต๊ะละ 4 คน



พื้นที่สำหรับบุคคลภายนอก

- กำหนดพื้นที่นั่งรอสำหรับบุคคลภายนอก
- กำหนดจุดรับ-ส่งพัสดุ ไปรษณีย์ ไรด์นอกรถอาคาร และงดรับฝากพัสดุส่วนตัวในทุกกรณี



การขับขี่

บริษัทฯ ระบุเป็นกฎข้อบังคับในการสมัครงาน สำหรับตำแหน่งงานที่จำเป็นต้องใช้การขับขี่ยานพาหนะ รวมถึงมีมาตรการในการตรวจสอบ และสำรวจใบอนุญาตขับรถของพนักงานอย่างเคร่งครัด ในทุก ๆ ปี



การจัดวัคซีนป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ประจำปี 2567

หน่วยสวัสดิการ สายงานทรัพยากรบุคคล เล็งเห็นความสำคัญในสุขภาพของพนักงาน จึงจัดให้มีการฉีดวัคซีนป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ เป็นอีกหนึ่งสวัสดิการที่บริษัทฯ มอบให้แก่พนักงาน โดยหวังว่าพนักงานทุกคนจะมีสุขภาพแข็งแรง ตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพเพื่อตนเอง ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และสังคม



การปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน

แผนกพัฒนาทรัพยากรบุคคล สายงานทรัพยากรบุคคล จัดการอบรมหลักสูตร “การปฐมพยาบาลเบื้องต้น และการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน (CPD/AED/First Aid)” ให้กับพนักงาน โดยสถาบัน BEAT CPR TRAINING CENTER ศูนย์ฝึกอบรมการช่วยชีวิตในเหตุฉุกเฉิน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีทักษะการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีความรู้ความเข้าใจถึงการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน CPR และเรียนรู้การใช้งานเครื่อง AED อย่างถูกต้อง เพื่อลดความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตสามารถช่วยเหลือตนเอง และผู้อื่นได้อย่างปลอดภัย



การป้องกันอัคคีภัยและอพยพหนีไฟ

เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการป้องกันและการระงับอัคคีภัย และให้พนักงานสามารถปฏิบัติตามแผนป้องกันและมีความรู้วิธีการระงับอัคคีภัยของสถานประกอบการได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการเกิดอัคคีภัยและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยแผนกพัฒนาทรัพยากรบุคคล สายงานทรัพยากรบุคคล ได้จัดให้มีการทบทวนความรู้และทำแบบทดสอบแบบออนไลน์ ผ่านระบบ E-learning โดยในปี 2567 พนักงานทุกคนสามารถผ่านการทดสอบได้ 100%



นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูลที่ได้รับ และใช้งาน โดยเฉพาะข้อมูลส่วนบุคคล จึงได้จัดทำนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ผู้มาสมัครงาน และมาติดต่อภายนอก โดยกำหนดให้มีการประมวลผลข้อมูลตามหลักเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับการบริหารจัดการตามมาตรการที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่ได้รับและถูกนำไปใช้งาน บริษัทฯ ได้ดำเนินการภายใต้ระเบียบการปฏิบัติอย่างถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

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

- นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ประกาศความเป็นส่วนตัว สำหรับลูกค้า คู่ค้า และผู้มาติดต่อภายนอก
- ประกาศความเป็นส่วนตัว สำหรับพนักงาน และผู้สมัครงาน
- การใช้งาน Cookies



หากมีข้อซักถามเกี่ยวกับนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

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

ที่อยู่ : 530 ซ. สารประดิษฐ์ 58
แขวงบางโพธิ์พวง

เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ : 0-2294-4999 (ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์)
และ 0-2293-9000 ต่อ 108

สำหรับพนักงานและผู้สมัครงานเท่านั้น



ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์

เพราะการบริการ คือ หัวใจสำคัญในการทำธุรกิจ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) จึงไม่เพียงแต่จัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นและความงามที่คำนึงถึงคุณภาพสินค้าที่ดี ราคาที่เป็นธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค และบริการ ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเท่านั้น เรายังคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดจากสินค้าและการให้บริการทั้งขณะใช้สินค้าและหลังการขายอีกด้วย

ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้จัดตั้ง “ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์” ขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับบริษัทฯ ในการรับข้อร้องเรียน รวมถึงคำติชม และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว และช่วยอดผลักดันธุรกิจให้ประสบความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน



และเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางในการติดต่อที่หลากหลาย โดยสามารถติดต่อศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ได้ตามช่องทางดังต่อไปนี้

- โทรศัพท์ 0-2294-4999 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น.
- จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) service@icc.co.th

ผลการดำเนินงานในปี 2567

- พบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีค่า 0 บริษัทฯ มีการแก้ปัญหาด้วยการนำข้อร้องเรียน ส่งต่อผู้ผลิตสินค้า เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และทำการจัดเก็บสินค้าให้มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น และได้ทำการเปลี่ยนสินค้าใหม่ให้กับลูกค้า
- ร้องเรียนเกี่ยวกับการบริการของพนักงานขาย บริษัทฯ ได้คัดเลือกพนักงานคนดังกล่าว และได้ นำหัวข้อในข้อร้องเรียนมาเป็นส่วนหนึ่งในการอบรมพนักงานขายใหม่ เพื่อป้องกันการเกิดความผิดพลาด และเพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานและการให้บริการของพนักงานขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เป้าหมาย

ในปี 2568 บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุงการผลิตสินค้า ตลอดจนพัฒนามาตรฐานในการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทั้งขณะใช้สินค้าและหลังการขาย โดยบริษัทฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะไม่พบการร้องเรียนไม่ว่าในกรณีใด

การให้ความสำคัญ ต่อความพึงพอใจของลูกค้า

นอกเหนือจากการเปิดเผยข้อมูลสำคัญทางการเงิน บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการดำเนินงานที่ไม่ใช่การเงิน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในการบริการให้กับลูกค้า และถือว่าการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขัน บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยทำการสำรวจความพึงพอใจทั้งในส่วนออฟไลน์และออนไลน์

บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการอยู่ที่ระดับร้อยละ 80 ขึ้นไป ซึ่งจากการสำรวจในปี 2567 พบว่าผ่านเกณฑ์

เกณฑ์ในการประเมิน

- สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์
สุ่มสอบถามทางโทรศัพท์จากกลุ่มลูกค้า

เป้าหมายปี 2568

บริษัทฯ ยังคงทบทวนระบบบริหารคุณภาพ เพื่อกำหนดแผนงานปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอย่างยั่งยืน และเป็นรูปธรรม





การดำเนินงานความมั่นคงปลอดภัย ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

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

หน่วยงานและบุคลากร

จัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อกำหนดนโยบายและมาตรการความมั่นคงปลอดภัยด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พร้อมทั้งจัดตั้งคณะทำงานเพื่อทำหน้าที่ในการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล โดยบริษัทจะทำการทบทวนนโยบาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือกรณีที่กฎหมายมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไข

ขั้นตอนการดำเนินงาน

จัดตั้งวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม และ/หรือใช้ข้อมูลส่วนบุคคล โดยมุ่งเน้นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจตามความเห็นชอบด้วยกฎหมาย และด้วยความระมัดระวัง ภายใต้มาตรฐานการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม

กำหนดมาตรการในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

โดยมุ่งเน้นให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและดำเนินการตามมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เห็นว่าจำเป็นและเหมาะสมสอดคล้องกับมาตรฐานการรักษาความลับ

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 การกำหนดนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 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 ในกรณีที่ความผิดดังกล่าวก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัทฯ และ/หรือบุคคลอื่นใด

การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

ทันทีที่ได้รับแจ้งหรือทราบถึงเหตุละเมิด บริษัทฯ จะดำเนินการแจ้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทราบภายใน 72 ชั่วโมง หรือในกรณีที่การละเมิดนั้นมีความเสี่ยงสูง บริษัทฯ จะดำเนินการแจ้งเหตุละเมิดพร้อมแนวทางเยียวยาเหตุละเมิดดังกล่าวให้เจ้าของข้อมูลทราบโดยไม่ชักช้า

รายละเอียดผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล

หากมีข้อซักถามเกี่ยวกับนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทฯ สามารถติดต่อได้ที่

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์

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

ที่อยู่ : 530 ซ. สาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพธิ์พาง

เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ : 0-294-4999

อีเมล : service@icc.co.th



(สามารถอ่านประกาศ ฉบับเพิ่มเติมได้ที่ แบบรายงานประจำปี 56-1 One Report)



สานต่อเรื่อง “การให้” เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

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





การพัฒนาชุมชน และสังคม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อประเทศชาติ ชุมชน และสังคม ตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณีท้องถิ่น เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งสังคมและส่วนรวมที่ดี โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้



หลากหลายกิจกรรมภายในเพื่อชาว ICC



“ให้ชีวิต”

ด้วยการบริจาคโลหิต

ส่งเสริมพนักงานให้รู้จัก “การให้” แก่ผู้อื่น ด้วยกิจกรรมบริจาคโลหิตกับสภากาชาดไทย “ให้โลหิต ให้ชีวิต ให้ประจำ” เป็นประจำทุกปี ปีละ 4 ครั้ง หรือ ทุก ๆ 3 เดือน ซึ่งในปี 2567 มีพนักงานเข้าร่วมลงทะเบียนบริจาคโลหิต จำนวน 351 คน มีจำนวนผู้ที่สามารถบริจาคโลหิตได้ 351 ยูนิต์ หรือ 140,400 ซีซี

“ให้สวัสดิการ”

ในการตรวจสอบสุขภาพประจำปี

บริษัทฯ เห็นความสำคัญในสุขภาพของพนักงาน จึงให้มีการตรวจสอบสุขภาพประจำปี และการฉีดวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ การรักษาสุขภาพที่ดีของพนักงานช่วยลดความเสี่ยงในการป่วยหรือลางาน ทำให้มีความสุขและการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ การสนใจสุขภาพของพนักงานยังเป็นการสนับสนุนที่ดีในการรักษาพนักงานที่มีคุณสมบัติและทักษะต่อองค์กร



“ให้สิทธิ์”

ในการลาเพื่อปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา

บริษัทฯ เห็นความสำคัญในการทำนุบำรุงศาสนา จึงให้สิทธิพนักงานได้ลาปฏิบัติธรรมตามศาสนาของตนได้ ปีละ 5 วัน นอกจากนี้ยังส่งเสริมกิจกรรมศาสนาทุกศาสนาต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เช่น การจัดกิจกรรมการตักบาตร ข้าวสาร อาหารแห้ง ถวายแด่พระภิกษุในวันสำคัญตามวาระ เพื่อความเป็นสิริมงคล สืบสานขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม และถวายเป็นพุทธบูชา

ICC ร่วมสืบสานพุทธศาสนา

จัดสร้างวิหาร “อู่ทอง เกียน ไท้”

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการสืบสานพุทธศาสนา โดยสนับสนุนให้ผู้บริหาร พนักงานในบริษัท และในเครือ ร่วมบริจาคตามกำลังศรัทธา สร้างวิหารกวนอิม “อู่ทอง เกียน ไท้” เพื่อเป็นที่ประดิษฐานองค์พระโพธิสัตว์กวนกิม ปางประทับบน เต่ามังกร ณ สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ตำบลนทรี อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี ปัจจุบันวิหารฯ ได้ก่อสร้างแล้วเสร็จ โดยสามารถเดินทางไปสักการบูชาองค์พระโพธิสัตว์กวนอิมได้ตามปกติ และยังสามารถร่วมบริจาคตามกำลังทรัพย์ได้ที่ มูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนา เลขที่บัญชี 068-292-0498 ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาสุราษฎร์ธานี หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ 0-2293-9000



ICC ร่วมใจ แบ่งปันการให้สู่ภายนอก



1 โครงการประกวดดนตรีไทย มหาวิทยาลัยบูรพา

บริษัทฯ ไดสนับสนุนคณะดนตรีและการแสดง มหาวิทยาลัยบูรพา ในการจัดงานประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียนภาคตะวันออก เพื่อชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ต่อเนื่องมายาวนานกว่า 40 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนอนุรักษ์ดนตรีไทยกระตุ้นให้มีการฝึกหัด และสืบสานดนตรีไทย โดยในปี 2567 มีผู้เข้าประกวดทั้งสิ้น 1,200 คนจากโรงเรียนทั่วภาคตะวันออก

การประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียนภาคตะวันออก เป็นโครงการที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องกันมาเป็นประจำทุกปี จึงไม่ใช่ว่าแต่เพียงการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมเท่านั้น ยังสร้างความสัมพันธ์ และส่งเสริมความสามัคคีกระตุ้นให้เยาวชนตื่นตัวในคุณค่าของศิลปดนตรีไทย อันเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมอันดีงามของชาติสืบไป



2 โครงการนาฏดุริยางคศิลป์ไทยสู่เยาวชน พัฒนาศิลปสร้างคน สืบทอดวัฒนธรรมไทย

บริษัทฯ ได้มอบทุนสนับสนุน คณะศิลปนาฏดุริยางคศิลป์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม เพื่อจัดโครงการ “นาฏดุริยางคศิลป์ไทยสู่เยาวชน พัฒนาศิลปสร้างคน สืบทอดวัฒนธรรมไทย” ต่อเนื่องในทุกปี โดยร่วมกับบริษัทในเครือสหพัฒน์ ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อปลูกฝังคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมด้านนาฏศิลป์และดุริยางคศิลป์ไทยให้กับเยาวชน เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เรียนรู้และปลูกจิตสำนึกรักศิลปวัฒนธรรมไทยในภาคฤดูร้อน โดยร่วมเรียนนาฏศิลป์และดุริยางคศิลป์กับผู้ทรงคุณวุฒิ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อให้มีความรู้ และความสามารถนำผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมโครงการฯ ไปฝึกฝน ต่อ ยอดการเรียนรู้ และเป็นความสามารถพิเศษในการศึกษาต่อ และประกอบอาชีพได้



3 ENFANT สนับสนุนการประกวด KPN Music Competition 2024

อองฟองต์สนับสนุนเวทีการประกวดความสามารถทางดนตรี ร้องเพลง วงดนตรี และแดนซ์ ของนักเรียนที่ผ่านการคัดเลือกจาก สถาบันดนตรีเคพีเอ็น ทั่วประเทศ KPN Music Competition 2024 รุ่น KIDS TALENT อายุไม่เกิน 6 ปี ที่จัดขึ้น ณ Zpotlight ชั้น G ห้างสรรพสินค้า Future Park & Zpell รังสิต



4 ARTY PROFESSIONAL สนับสนุนแต่งหน้าอย่างเป็นทางการ ใน รายการ “เด็กฝึก”

เครื่องสำอาง ARTY PROFESSIONAL จัดงาน Clean World Clean Girl Beauty Workshop อบรมแต่งหน้าให้กับน้อง ๆ ผู้เข้าแข่งขันรายการ “เด็กฝึก” รายการ ดราม่า เรือลลิตี รูปแบบใหม่ ที่ไม่ใช้การประกวดร้องเพลง หรือ การเต้น แต่จะเป็นรายการที่ค้นหาสุดยอดเด็กฝึก สู่เส้นทางของ “ตัวจริง” ซึ่งเครื่องสำอาง ARTY PROFESSIONAL เป็นผู้สนับสนุนแต่งหน้าอย่างเป็นทางการ เพื่อให้ น้อง ๆ ผู้เข้าแข่งขันสามารถแต่งหน้าตัวเองและดูแลตัวเองได้ในช่วงการเก็บตัวหรือช่วงการแข่งขัน



5 โครงการศาสนกุศล “กฐินพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว”

บริษัทฯ ได้รับผ้าพระกฐินพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จึงได้มีการจัดพิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทานประจำปี 2567 ณ วัดดอกไม้ ทั้งนี้ มียอดร่วมทำบุญ เป็นจำนวน 5,009,762.25 บาท



6 โครงการจัดหาและสนับสนุนรถเข็นและอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการสำหรับเด็กและคนพิการ (RICD Wheelchair Project)

บริษัท สนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งรถเข็นหรืออุปกรณ์ช่วยเหลือผู้พิการที่ได้รับบริจาคจากองค์กรในประเทศและต่างประเทศให้กับสถาบันพัฒนาการเด็กราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุขโครงการในพระราชูปถัมภ์ในพระนามาภิไธยสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งดำเนินงานมาตั้งแต่ปี 2554 จนถึงปัจจุบัน

ในปี 2567 (มกราคม-ธันวาคม) ได้สนับสนุนเงินจำนวน 600,000 บาท เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการขนส่งและจ้างงานในท้องถิ่นเพื่อช่วยงานมูลนิธิฯ ในการตัดเย็บวัสดุสำหรับรถเข็น และได้ดำเนินการตามแผนงานมอบรถเข็น และอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการ จำนวนทั้งสิ้น 878 รายการ



7 Enfant มอบผลิตภัณฑ์ให้กับโรงพยาบาล และสถานสงเคราะห์เด็กต่าง ๆ

อองฟองต์ดูแลและห่วงใยสุขภาพเด็ก ๆ มอบผลิตภัณฑ์อองฟองต์เพื่อการดูแลสุขภาพเด็ก ๆ และเสื้อผ้าเด็ก รวมกว่า 1,000 ชิ้น ให้กับโรงพยาบาลและสถานสงเคราะห์เด็กต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาลเลิดสิน โรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์ สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนรังสิต สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนพญาไท และสถานสงเคราะห์เด็กอ่อนปากเกร็ด

ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด อองฟองต์ยังคงยึดมั่นในการดูแลสุขภาพอนามัยของเด็ก ๆ และคุณแม่ เพื่อให้ทุกคนรอบรู้มั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัย



8 โครงการ “วาทิโบว์ชมพู่ ลุ่มะเร็งเต้านม”

วาทิโบว์ชมพู่ช่วยให้ผู้หญิงไทยปลอดภัยจากการเป็นมะเร็งเต้านม เดินหน้าโครงการ “วาทิโบว์ชมพู่ ลุ่มะเร็งเต้านม” ต่อเนื่องมานานถึง 25 ปี โดยให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพของผู้หญิงไทย โดยเฉพาะการป้องกันการเกิดมะเร็งเต้านม ทั้งการรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับมะเร็งเต้านม รวมถึงเน้นให้ความรู้และสอนการตรวจหาความผิดปกติของเต้านมด้วยตนเอง ที่จะช่วยลดปริมาณการเกิดมะเร็งเต้านมและลดอัตราการเสียชีวิตของผู้หญิงไทยจากสาเหตุการเป็นมะเร็งเต้านมได้ ในปี 2567 ได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ดังนี้



- ร่วมกับแบรนด์ SIRIVANNAVARI จัดทำ “Princess Collection 2024” ที่สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ทรงออกแบบต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 เพื่อนำรายได้ส่วนหนึ่งช่วยเหลือผู้ป่วยมะเร็งเต้านมและสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้หญิงไทยทั่วประเทศ ผ่าน 3 องค์กรพันธมิตร คือ ศูนย์สิริกิติ์บรมราชินีนาถเพื่อมะเร็งเต้านม โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย มูลนิธิกาญจนบารมี และสถาบันมะเร็งแห่งชาติ



- บริจาคเงิน 200,000 บาท ให้กับมูลนิธิกาญจนบารมี ซึ่งดำเนินกิจกรรมโครงการคัดกรองมะเร็งเต้านมโดยเครื่องเอกซเรย์เต้านมเคลื่อนที่ภายใต้โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์บุรีรัมย์ โดย บริการให้กับสตรีกลุ่มเสี่ยงและด้อยโอกาสทั่วประเทศ



- จัดกิจกรรม Hat from Heart หมวกสวยใจสวย ชวนเชิญเหล่าจิตอาสามาร่วมกันตกแต่งหมวกให้สวยงาม เพื่อนำไปมอบให้กับผู้ป่วยมะเร็งเต้านมที่ได้รับผลข้างเคียงจากการรักษาด้วยเคมีบำบัดตามสถานที่ต่าง ๆ



- มอบ Balancing Bra ชุดชั้นในพร้อมเต้านมเทียม จำนวน 300 ชุด พร้อมหมวกเพื่อผู้ป่วยมะเร็ง จำนวน 2,000 ใบ รวม 10 แห่ง



- จัดกิจกรรมเชิงรุก ตั้งแต่ปี 2560 ด้วยการนำทีมบุคลากรทางการแพทย์หมุนเวียนไปให้ความรู้กับผู้หญิงที่เป็นกลุ่มเป้าหมายตามชุมชนต่าง ๆ ในหัวข้อ “รู้ทันมะเร็งเต้านม” ให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารที่มีประโยชน์และถูกหลักโภชนาการ พร้อมฝึกสอนให้ปฏิบัติตรวจเต้านมด้วยตนเอง และให้บริการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมโดยบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งหากพบความผิดปกติ จะส่งตรวจซ้ำเพื่อความมั่นใจด้วยเครื่องแมมโมแกรมและอัลตราซาวด์ โดยไทยวาทิสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการตรวจทั้งหมด หากพบร่องรอยของโรคมะเร็งเต้านม ก็จะส่งเข้าสู่กระบวนการรักษาต่อไป นับถึงปัจจุบัน วาทิได้จัดกิจกรรมนี้ไปแล้วใน 30 ชุมชน มีผู้หญิงไทยเข้าร่วมกิจกรรมนี้รวมแล้วไม่น้อยกว่า 2,000 ราย



โครงการ “วาทิโบว์ราเดย์ บราเก่าเราขอ”

เข้าสู่ปีที่ 13 ในปี 2567 รับบริจาคชุดชั้นในเก่าทุกแบรนด์ทั้งหญิงและชาย เพื่อนำไปกำจัดโดยการเผาที่ถูกต้อง เพื่อช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อม เพราะ “ชุดชั้นใน” วัสดุส่วนใหญ่ทำจากโพลีเมอร์ ส่งผลให้บรา 1 ตัวใช้เวลาย่อยสลายกว่า 400 ปี อีกทั้งการนำไปกำจัดที่ไม่ถูกวิธี ยังอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านมลพิษ รวมถึงเป็นการเพิ่มปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดภาวะโลกร้อน และฝุ่น PM 2.5 ได้อีกด้วย



7 โครงการ “ไอ.ซี.ซี. ปันน้ำใจ ช่วยผู้ประสบภัยน้ำท่วม”

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม ผ่านการมอบผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นให้แก่ผู้ประสบภัยฯ เพื่อบรรเทาทุกข์ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบและฟื้นฟูคุณภาพชีวิตในช่วงวิกฤต



บริษัทฯ ร่วมกับ มูลนิธิ ดร.เทียม โชควัฒนา มอบเรือไฟเบอร์กลาสท้องแบน ขนาด 5.10 เมตร สำหรับ 20 ที่นั่ง น้ำหนัก 200 กิโลกรัม แก่กองบัญชาการกองทัพไทย และมูลนิธิร่วมกตัญญู เพื่อนำไปช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยน้ำท่วม



บริษัทฯ ร่วมส่งกำลังใจพร้อมมอบผลิตภัณฑ์เพื่อบรรเทาทุกข์ให้กับผู้ประสบภัยน้ำท่วมภาคเหนือ ประกอบด้วย เสื้อผ้าชุดชั้นใน บุหรี่-สตรี และ รองเท้า จากแบรนด์ ELLE, ELLE HOMME, NATURALIZER, KBRA KULLASTRI, MIX Self และ 5Up รวมทั้งสิ้น 9,372 ชิ้น มูลค่า 10,619,951 บาท ซึ่งทางบริษัทฯ ได้ส่งมอบให้กับสถานีข่าวทอล์กนิวส์ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 7 HD และ กองทัพไทย และเพจฮัจญ์ เป็นผู้สนับสนุนการกระจายความช่วยเหลืออย่างทั่วถึงไปในพื้นที่ประสบภัยต่อไป



ผู้บริหาร และพนักงานบริษัทฯ ร่วมบริจาคเสื้อผ้า สิ่งของ เครื่องอุปโภคและบริโภค ซึ่งทางสายงานสื่อสารองค์กรได้เป็นตัวแทนส่งมอบให้กับสถานีข่าว NBT และมูลนิธิบ้านนกขมิ้น เพื่อนำไปช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยน้ำท่วมต่อไป



บริษัทฯ บริจาคอุปกรณ์สำนักงาน ให้กับเพจ ฝันดี - ฝันเด่น ใจถึงใจคนไทยไม่ทิ้งกัน โดยสิ่งของที่บริจาคจะนำไปส่งต่อให้กับ ผู้ประสบภัยน้ำท่วมจังหวัดเชียงรายได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

กิจกรรมการช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมในครั้งนี้นี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างสังคมที่ดีขึ้น เป็นสังคมแห่งการให้ พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว บริษัทฯเชื่อมั่นว่าความร่วมมือดังกล่าวจะสามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ประสบภัย และเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) จะยังคงมุ่งมั่นดำเนินงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อไปในอนาคต



บริษัทฯ ร่วมกับมูลนิธิพลังน้ำใจไทย จับมือกับ SUSTAINABILITY EXPO 2024 ส่งพลังใจถึงผู้ประสบภัยน้ำท่วม จัดคอนเสิร์ตการกุศล “พลังน้ำใจไทย คืนรอยยิ้มให้โรงเรียนที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัย”



9 โครงการ Infant SOS : Save Our Sea Turtles

อองฟองต์ ชวนน้องปกป้องเต่าทะเล เพื่อสานต่อความตั้งใจในการฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลไทย และเพื่อปกป้องผู้พิทักษ์ท้องทะเล อย่างบรรดา ‘เต่าทะเล’ ที่มีบทบาทสำคัญในการรักษาสมดุลของห่วงโซ่อาหาร ทำให้ระบบนิเวศเกิดความสมดุล และอุดมสมบูรณ์ขึ้นอย่างยั่งยืน ด้วยแนวคิดการทำธุรกิจ เพราะ “รักลูก” จึงต้องร่วมกัน “รักโลก” ได้ทำให้เราเห็นถึงความสำคัญของการดูแลทรัพยากรธรรมชาติให้อุดมสมบูรณ์สวยงาม เพื่อส่งต่อเป็นโลกที่น่าอยู่ของเด็ก ๆ รุ่นถัดไป อองฟองต์จึงมีความใส่ใจตลอดกระบวนการ เริ่มตั้งแต่การเลือกสรรวัตถุดิบออร์แกนิกเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จนถึงการป้องกันไม่ให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้งานแล้วไปสร้างผลกระทบในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะกับกลุ่มสัตว์สำคัญต่อระบบนิเวศทะเลไทยอย่าง เต่าทะเล ซึ่งกำลังประสบวิกฤตจากขยะพลาสติกที่มาจากการกระทำของมนุษย์ โดยทุกยอดการสั่งซื้อ จะมีส่วนร่วมกับกิจกรรมโครงการ Infant SOS : Save Our Sea Turtles อองฟองต์ ชวนน้องปกป้องเต่าทะเล ที่จะพาทั้งครอบครัวหัวใจรักโลกร่วมทำกิจกรรม One Day Trip ณ ศูนย์วิจัยเต่าทะเล กองทัพเรือ สัตหีบ จ.ชลบุรี เพื่อฟื้นฟูสภาพแวดล้อมรอบพื้นที่อนุรักษ์เต่าทะเลไทย พร้อมเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างความตระหนักรับรู้ของลูก ๆ ถึงภารกิจสำคัญในการดูแลรักษาโลกใบนี้”

การจัดการด้านความยั่งยืน ในมิติสิ่งแวดล้อม



บริษัทฯ มุ่งมั่นสู่การเป็นองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการบริหารจัดการด้านพลังงานน้ำของเสียและขยะอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการปลูกฝังให้พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียมีจิตสำนึก ในการรักษาสภาพแวดล้อม



นโยบายสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคน ใฝ่ใจ และดูแลในทุกกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย และการให้บริการในทุกผลิตภัณฑ์มาอย่างยาวนาน รวมทั้งคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและพลังงาน

โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

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

ปี 2567 ไม่มี ข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชนใกล้เคียงบริษัทฯ

ปี 2567 ไม่มี กรณีละเมิดกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ



การบริหารและจัดการ ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ในฐานะผู้ผลิตสินค้าด้านแฟชั่นและความงาม เราตระหนักถึงความสำคัญในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยเรามีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานตามกรอบการบริหารและจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อสะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคม จากต้นน้ำสู่ปลายน้ำตั้งแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับทีม R&D และ/หรือคัดเลือกผลิตภัณฑ์จากโรงงานคู่ค้าที่ผ่านการคัดเลือกจากกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การนำสินค้าเข้าสู่ตลาดและการขาย การกระจายสินค้า การบริหารผลิตภัณฑ์ และการบริการหลังการขาย

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องและแนวทางการแก้ปัญหา

การใช้พลังงานภายในองค์กร	
ปัญหา	แนวทางการบริหารจัดการ
1. ปัญหาการใช้ไฟฟ้าและพลังงานอย่างไม่รู้คุณค่า	- ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการประหยัดพลังงานด้วยการจัดอบรมด้านสิ่งแวดล้อม - ศึกษาและหามาตรการการประหยัดพลังงานในรูปแบบต่าง ๆ
2. ปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการใช้พลังงานฟอสซิล	พิจารณาเลือกใช้พลังงานสะอาด หรือพลังงานทดแทน

ขยะและการจัดการของเสีย	
ปัญหา	แนวทางการบริหารจัดการ
1. ปัญหาการกำจัดขยะในองค์กร	- ปลูกจิตสำนึกในการลดปริมาณขยะและของเสียด้วยแนวคิด 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) - ส่งเสริมการใช้วัสดุอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งขวดน้ำพลาสติก และกระดาษ - ปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ หีบห่อที่ใช้ในการขนส่ง - มีส่วนร่วมในการสร้างจิตสำนึก โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค



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

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	
ปัญหา	แนวทางการบริหารจัดการ
1. ปัญหาภาวะโลกร้อน	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากองค์การอย่างจริงจัง ทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. ปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ	การจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์

ความหลากหลายทางชีวภาพ	
ปัญหา	แนวทางการบริหารจัดการ
1. ปัญหาสัตว์สูญพันธุ์	- อนุรักษ์และส่งเสริมแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - ฟื้นฟูแหล่งที่อยู่อาศัย
2. ปัญหาตัดไม้ทำลายป่า	- ส่งเสริมกิจกรรมการปลูกป่าและฟื้นฟูป่า - ฟื้นฟูแหล่งต้นน้ำด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
3. ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ	- ส่งเสริมการทำเกษตรกรรมแบบยั่งยืน - สร้างแหล่งเกษตรกรรม - สรรหาวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ

การจัดการด้านพลังงาน



ติดตั้งปลั๊ก
สำหรับจุดชาร์จรถไฟฟ้า 6 คัน
สำรวจพื้นที่เพื่อติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก



ปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งสิ้น
(เฉพาะประเภทที่ 1+2)
จำนวน **1,792** Ton CO₂e

การใช้น้ำ



บำบัดน้ำเสีย **10,950** ลบ.ม
เฉลี่ย **913** ลบ.ม / เดือน

การใช้ไฟฟ้า



ในปี 2567 บริษัทฯ สามารถลดการใช้
พลังงานได้ **18.24%**
ติดตั้งโซลาร์เซลล์ ช่วยประหยัด
พลังงานได้ **4.70%** ต่อเดือน

การจัดการขยะและของเสีย



ส่งต่อขยะเพื่อเข้าสู่กระบวนการย่อยสลาย **325,694** กิโลกรัม
ขยะมูลฝอย **313,160** กิโลกรัม ส่งทำลายสินค้า **12,534** กิโลกรัม

พัฒนาที่ดินเปล่า เพื่อเป็นพื้นที่ทางการเกษตร

รวมทั้งสิ้น **292-0-68.60** ไร่
ให้เช่าเพื่อทำการเกษตร จำนวน **230-2-32.6** ไร่
ปลูกต้นไม้ทดแทน **61-2-36** ไร่
จำนวน **4,671** ต้น

แบ่งเป็น

- ยูคาลิปตัส 2,886 ต้น
- สักทอง 1,000 ต้น
- มะม่วง 650 ต้น
- มะพร้าว 135 ต้น
- เติ้ง, รัง 11-1-7.50 ไร่





การบริหารจัดการ ด้านพลังงานเชื้อเพลิง

บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลากหลายประเภท รวมถึงเป็นผู้ให้บริการในการจัดส่งสินค้าต่าง ๆ เพื่อให้ถึงมือลูกค้าโดยสวัสดิภาพ ดังนั้น บริษัทฯ จึงตระหนักถึงการบริหารจัดการด้านพลังงานเชื้อเพลิงให้มีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในการปล่อยมลพิษทางอากาศในทุกกิจกรรม

กิจกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิง โดยสังเขป

- สวัสดิการน้ำมัน สำหรับรถผู้บริหาร
- สวัสดิการน้ำมันสำหรับพนักงานเพื่อใช้ในการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ
- ค่าเชื้อเพลิงสำหรับสาธารณูปโภคภายในบริษัท

ผลการดำเนินงาน ปี 2567	
กิจกรรมการใช้พลังงาน (แบ่งตามขอบเขตการใช้งาน)	ปริมาณการใช้ (ลิตร)
Stationary Combustion (off road)	
• การเผาไหม้น้ำมันดีเซลสำหรับ Fire Pump	-
• การเผาไหม้น้ำมันดีเซลสำหรับ Generator	259.91
• การเผาไหม้เบนซินสำหรับเครื่องตัดหญ้า	91.94
Mobile Combustion (on road) และ Fuelsenergy related activities	
• การเผาไหม้น้ำมันดีเซล B7	509,437.72
• การเผาไหม้น้ำมันดีเซล B10	66.62
• การเผาไหม้น้ำมันเบนซิน Gasohol 91	8,298.07
• การเผาไหม้น้ำมันเบนซิน Gasohol 95	140,038.21
• การเผาไหม้น้ำมันเบนซิน E20	4,989.75

เป้าหมายปี 2568

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการใช้พลังงานทดแทน ซึ่งเป็นทางเลือกที่สร้างความยั่งยืนในด้านพลังงาน จึงได้ติดตั้งปลั๊กไฟแก๊พพนักงาน เพื่อใช้ในการเสียบที่ชาร์จสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า จำนวน 6 จุด และสนับสนุนให้พนักงานใช้รถยนต์ไฟฟ้าแทน นอกจากนี้ยังจัดให้มีโปรโมชั่นสำหรับพนักงานในการใช้บริการจุดชาร์จในราคาสวัสดิการเพื่อจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม

การจัดการ ด้านพลังงานไฟฟ้า

ในปี 2567 บริษัทฯ ต้องลดปริมาณค่าใช้จ่ายลงในหลายส่วน รวมถึงการหาผู้เช่า เพื่อช่วยแบ่งเบาเรื่องค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน แต่อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ยังคงมีมาตรการในการกำกับดูแลการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยกระทบต่อการทำงานน้อยที่สุด

- เปิดใช้งานพลังงานไฟฟ้าเฉพาะจุดที่จำเป็นเท่านั้น
- รณรงค์ให้พนักงานใช้ไฟอย่างประหยัด

ผลการดำเนินงานปี 2567

ปริมาณการใช้ไฟฟ้า

บริษัทฯ ใช้พลังงานไฟฟ้า ทั้งสิ้น **4,168,000 KWh** ในจำนวนนี้ เมื่อหักจำนวนการใช้พลังงานไฟฟ้า จาก 30 บริษัทผู้เช่าพื้นที่

- รวมการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งสิ้น **2,844,133 KWh**
- เสียค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานไฟฟ้าเป็นจำนวน **15,591,687 บาท**
- ลดลงจากปี 2566 จำนวน **18.42%** เป็นผลเนื่องจากค่า FT ลดลง และจำนวนผู้เช่าเพิ่มขึ้น

ปริมาณการผลิตไฟฟ้าใช้เอง

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

• ปัจจุบัน บริษัทฯ ใช้ไฟฟ้าประมาณ **700 กิโลวัตต์** ในวันธรรมดา และ **150 กิโลวัตต์** ในวันเสาร์-อาทิตย์

• พื้นที่ในการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ รวม **1,230 ตารางเมตร** สามารถติดตั้งได้ **276** แผง (ใช้แผงโซลาร์เซลล์ขนาด 315 กิโลวัตต์ / แผง) สามารถผลิตไฟฟ้าได้ **86.94 กิโลวัตต์**

• ในปี 2567 บริษัทฯ สามารถนำพลังงานแสงอาทิตย์มาผลิตไฟฟ้าเพื่อใช้ในองค์กรได้ **108,090.50 KWh** คิดเป็นเงินที่ประหยัดได้ **733,177.11 บาท / ปี** เฉลี่ย **61,098.09** ต่อเดือน หรือ **4.70%**



เป้าหมายการดำเนินงานปี 2568

เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางความยั่งยืนตามหลักสากล และนโยบายสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการใช้พลังงานทดแทน ซึ่งเป็นทางเลือกที่สร้างความยั่งยืนในด้านพลังงาน ในปี 2568 บริษัทฯ มีเป้าหมายในการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาเพิ่มบริเวณคลังสินค้าของบริษัท ซึ่งคาดการณ์ว่าจะช่วยให้สามารถประหยัดค่าไฟได้ราว 10%

การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

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

เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการตระหนักถึงปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อใช้ในการยื่นเรื่องขอการทวนสอบข้อมูลและขอรับรองข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากผู้ทวนสอบที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจาก องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (อบก.) หรือเทียบเท่า โดยสามารถเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวได้เบื้องต้น ดังนี้

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากขอบเขต ประเภทที่ 1	ปริมาณการใช้ (ลิตร)	ปริมาณการปล่อย GHG (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)
Stationary		
การเผาไหม้น้ำมันดีเซล	259.91	0.70
การเผาไหม้น้ำมันเบนซิน	91.94	0.20
Mobile Combustion		
การเผาไหม้น้ำมันดีเซล	108,749.30	298.04
การเผาไหม้น้ำมันเบนซิน	15,675.35	35.61
Fugitive		
การรั่วไหลก๊าซมีเทน (CH ₄) จากห้องน้ำ	1,167.89	32.70
การรั่วไหลสารทำความเย็นชนิด R134a ของตู้เย็นและตู้กดน้ำ	ไม่มีการซื้อหรือเติมในปี	
การรั่วไหลสารทำความเย็นชนิด R407C ของเครื่อง Generator	ไม่มีการซื้อหรือเติมในปี	
แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากขอบเขต ประเภทที่ 2	ปริมาณการใช้ (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	ปริมาณการปล่อย GHG (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)
การใช้ไฟฟ้าจากการไฟฟ้านครหลวง	2,844,133	1,695.64



แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากขอบเขต ประเภทที่ 3	ปริมาณการปล่อย GHG (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)
กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน	320.65
การจัดการขยะและของเสีย	726.53

นอกจากนี้ยังมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากขอบเขตการดำเนินงานประเภทที่รายงานแยกเพิ่มเติมอีก ดังนี้

แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณการใช้ (กิโลกรัม)	ปริมาณการปล่อย GHG (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)
การรั่วไหลของสารทำความเย็นชนิด R22 สำหรับเครื่องปรับอากาศ	161.00	283.36
การรั่วไหลของสารทำความเย็นชนิด R32 สำหรับเครื่องปรับอากาศ	0.21	32.70

ดัชนีความเข้มข้นของคาร์บอน		
แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณ	หน่วย
ประเภทที่ 1	368.00	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ประเภทที่ 2	1,424.00	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ประเภทที่ 3	1,048.00	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ผลรวม (ประเภทที่ 1+2)	1,792.00	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ผลรวม (ประเภทที่ 1+2+3)	2,840.00	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
รายงานแยก Biogenic Carbon	25	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
รายงานแยก การรั่วไหลของ R-22	284	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ทั้งนี้ ณ วันที่รายงาน บริษัทฯ อยู่ระหว่างการยื่นขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร ในรอบ 2/2568



การจัดการขยะ

บริษัทฯ ได้ดำเนินงานเพื่อปลูกจิตสำนึกพนักงานให้ใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ผ่านการรณรงค์ต่าง ๆ ภายใต้แนวคิด 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle)

แนวทางในการจัดการ

- คัดแยกประเภทของกระดาษที่ใช้งานแล้ว ออกจากขยะประเภทอื่น โดยการนำกระดาษที่ใช้แล้ว 1 หน้า มาหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycle) รวมถึงแปรรูปเป็นกระดาษโม่ / สมุดโม่แทนการใช้โฟลต์อีก (Reused)
- สำหรับกระดาษที่เป็นเอกสารสำคัญ คัดแยกเพื่อทำลายด้วยเครื่องย่อยกระดาษ เพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลและเพื่อเป็นการเคารพข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
- นำเอาช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนการใช้กระดาษ (Paperless) ในทุกส่วนงาน ส่งผลให้จำนวนการใช้กระดาษและยอดสั่งซื้อกระดาษสำหรับใช้ภายในบริษัทฯ ลดลงอย่างมีนัยยะ
- ขยะอิเล็กทรอนิกส์บริษัทฯ ได้มีการตรวจสอบสภาพการใช้งานตามวาระประจำปี และคัดอุปกรณ์ที่ไม่สามารถซ่อมบำรุงได้แล้ว ส่งต่อยังโรงงานที่มีกระบวนการรีไซเคิลขยะอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ
- บริจาคและจัดจำหน่ายให้กับแหล่งทำลาย เพื่อนำขยะเข้าสู่กระบวนการย่อยสลายอย่างถูกวิธีต่อไป

เพื่อให้พนักงานเล็งเห็นความสำคัญในการคัดแยกขยะ เพื่อการมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (green office) และสอดคล้องกับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท ในปี 2567 บริษัทจึงได้มีการรณรงค์และปลูกจิตสำนึกให้กับ “พนักงาน” ผ่านการคัดแยกขยะภายในองค์กร ซึ่งบริษัทได้จัดให้มีถังขยะแยกสีตามประเภทไว้ 4 สี คือ สีนํ้าเงิน สำหรับขยะทั่วไป สีขาวสำหรับกระดาษ สีเหลืองสำหรับขวดพลาสติก และสีส้มสำหรับขยะอิเล็กทรอนิกส์ และได้มีการจัดทำโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานแยกประเภทขยะได้อย่างถูกต้อง ทั้งขวดพลาสติกได้อย่างถูกวิธี โดยเริ่มจากการ แยกฝา แยกฉลาก และบีบขวด ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างพฤติกรรมที่ดีต่อไป และในปี 2568 จะเพิ่มการแยกประเภทขยะให้มากขึ้นไปอีก



การดำเนินงานในปี 2567

ประเภทของที่ผ่านการคัดแยก ประกอบด้วย



กล่องกระดาษ
360 กิโลกรัม



กระดาษ และเศษกระดาษ
700 กิโลกรัม



ขวดพลาสติก
480 กิโลกรัม



(1) ส่งต่อขวดพลาสติกเพื่อแปรรูป

สายงานสื่อสารองค์กร ร่วมกับแผนกธุรการ สายงานทรัพยากรบุคคล นำขวดพลาสติกที่ได้จากการคัดแยกขยะมอบให้วัดจากแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดย “ขวดพลาสติก” จะถูกนำไปแปรรูปเป็นเส้นใยสำหรับผลิตจีวรพระ และเสื้อผ้าต่าง ๆ “จลาก” จะนำไปหลอมกลับมาเป็นพลังงานเชื้อเพลิง และ “ฟลา” จะถูกนำไปหลอมเป็นของใช้พลาสติกอีกครั้ง ทดแทนการสร้างใหม่



(2) ส่งต่อฝาขวดพลาสติกเพื่อนำไปรีไซเคิล

ฝาขวดอีกส่วนหนึ่งที่ได้จากการคัดแยกขยะจะถูกส่งต่อไปยัง Precious Plastic Bangkok ซึ่งเป็นองค์กรที่เชี่ยวชาญด้านการรีไซเคิลพลาสติก โดยจะนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น เพอร์นิเจอร์ ของใช้ หรือวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้



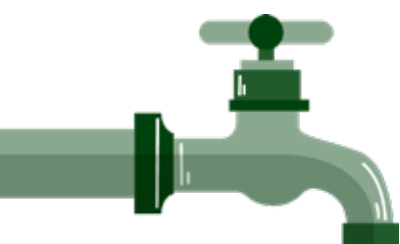
(3) โครงการรับบริจาคปฏิทินตั้งโต๊ะเพื่อคนตาบอด

สายงานสื่อสารองค์กร ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการรับบริจาคปฏิทินใช้แล้วจากพนักงานภายในบริษัทฯ และบริษัทในเครือ เพื่อนำไปบริจาคให้กับหน่วยงานที่ต้องการ ซึ่งในปี 2567 ได้นำปฏิทินเก่าไปมอบให้กับศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อคนตาบอด เพื่อนำไปผลิตอักษรเบรลล์ สำหรับผู้พิการทางการเห็น โดยปฏิทินเหล่านี้จะนำกลับมาใช้ใหม่ให้คนตาบอดได้มีสมุดสำหรับจดบันทึก และอีกส่วนหนึ่งจะถูกจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับศูนย์ฯ ในการจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็น เพื่อบำรุงรักษาสาธารณูปโภคอื่น ๆ ต่อไป



การจัดการน้ำ

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



ปริมาณการใช้น้ำ

บริษัทฯ ใช้น้ำ
85,408 ลบ.ม
(*ยังไม่หักผู้เช่า)

ค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำ

มีค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำ เป็นเงิน
1,364,179.55 บาท



บริษัทฯ ใช้น้ำ
68,607.78 ลบ.ม
(*หักผู้เช่าแล้ว)

มีค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำเป็นเงิน
1,251,929.85 บาท

ปริมาณการใช้น้ำลดลง **16,800.22** ลบ.ม หรือ **19.67%**
(ทั้งนี้มาจากการปรับปรุงระบบประปาใหม่ และการปรับโครงสร้างบริษัทใหม่ทำให้จำนวนพนักงานลดลงจากเดิมส่งผลให้มีปริมาณการใช้น้ำลดลง)

การจัดการทรัพยากรน้ำ อย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรน้ำ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นหลักในการดำรงชีวิต ทำการเกษตร และการประกอบธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันน้ำหรือแหล่งน้ำสะอาดมีความเสี่ยงต่อการขาดแคลน โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกลความเจริญ และพื้นที่แห้งแล้ง ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งการดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการบำบัดน้ำเสีย

บริษัทฯ ได้ติดตั้งเครื่องบำบัดน้ำเสีย โดยตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่า ตลอดจนศึกษากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดการปล่อยน้ำเสียสู่สาธารณะ และบำบัดเพื่อนำกลับมาใช้ในองค์กร

ผลการดำเนินงานปี 2567

บริษัทฯ สามารถบำบัดน้ำเสียทั้งสิ้น

10,950 ลบ.ม

เฉลี่ยบำบัดได้

913 ลบ.ม/ เดือน

น้ำที่บำบัดแล้ว ถูกนำมาใช้ในการรดน้ำต้นไม้ ล้างรถ ล้างพื้น ในบริเวณโดยรอบบริษัทฯ บางส่วนถูกปล่อยลงสู่สาธารณะ



โครงการ “WBG น้ำคือชีวิต”

W B G (White Black Gold) เป็นคอลเลกชันพิเศษ ที่ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) จัดทำขึ้นเพื่อระลึกถึง และเป็นส่วนหนึ่งในการสืบสานพระราชปณิธานของ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร โดยนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายสินค้า ร่วมสนับสนุนมูลนิธิอุทกพัฒน์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ในกิจกรรมบริหารจัดการน้ำชุมชน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2560 โดยนำรายได้ไม่หักค่าใช้จ่ายจากการจัดงานแฟชันกาล่าดินเนอร์การกุศลร่วมกับมูลนิธิ ดร. เกียม โชควัฒนา และบริษัทในเครือสหพัฒน์ จำนวน 3,325,999 บาท ร่วมสนับสนุนกิจกรรมของมูลนิธิอุทกพัฒน์ และสนับสนุนอย่างต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ที่ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแบบรวมกลุ่มโครงการเพชรน้ำหนึ่ง อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี



ปี 2561 บริษัท ฯ สนับสนุนงบประมาณ 2,000,000 บาท เพื่อดำเนินงาน ปรับปรุง พัฒนาโครงสร้างเชื่อมโยงระบบน้ำในพื้นที่ พร้อมระบบกระจายน้ำในแปลงเกษตรผสมผสานตามแนวทฤษฎีใหม่

ปี 2562 บริษัท ฯ สนับสนุนงบประมาณ 700,000 บาท ร่วมมือกับมูลนิธิอุทกพัฒน์ และชุมชนสร้างอาคารบรรจุและเก็บรักษาผลผลิต เพื่อจัดเก็บและตากแห้งผลผลิต บรรจุ ส่งตรงถึงผู้บริโภค โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ส่งตรงไกลถึงมือผู้บริโภค ภายใต้ชื่อ “ไร่ชีวิตพอเพียงเพ็ชรบุรี”

ปี 2564 บริษัท ฯ สนับสนุนสร้าง หอเก็บน้ำต่างระดับกว่า 10 หอ เพื่อนำน้ำจากสระขนาด 23 ไร่ กระจายแจกจ่ายน้ำให้พื้นที่เพาะปลูกกว่า 500 ไร่ ด้วยงบประมาณ 440,000 บาท ให้น้ำเพียงพอในการทำการเกษตรและอุปโภคบริโภค

ปี 2565 บริษัท ฯ สนับสนุนงบประมาณ 180,500 บาท เพื่อปรับปรุงโรงเรือนสำหรับปลูกผัก

ปี 2566 บริษัท ฯ สนับสนุนงบประมาณ 878,700 บาท เพื่อการพัฒนาโครงสร้างเชื่อมโยงระบบน้ำและการติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์สำหรับห้องอาคารบรรจุและเก็บรักษาผลผลิต

ปี 2567 บริษัท ฯ สนับสนุนงบประมาณ 150,000 บาท เพื่อกิจกรรมปลูกหญ้าแฝกและพันธุ์ไม้ท้องถิ่น พร้อมทั้งจัดทำระบบกระจายน้ำในพื้นที่ และงบประมาณ 652,000 บาท เพื่อการขุดลอกเส้นทางรับน้ำเข้า – ระบายน้ำ และการเพิ่มประสิทธิภาพระบบพลังงานแสงอาทิตย์

ผลจากการสนับสนุน ส่งผลให้พื้นที่ชุมชนเพชรน้ำหนึ่ง ซึ่งเดิมเป็นพื้นที่แห้งแล้ง ขาดแคลนน้ำ ฝนตกน้อย พื้นที่เป็นดินลูกรัง ขาดความอุดมสมบูรณ์ ปัจจุบันชุมชนเพชรน้ำหนึ่ง สามารถเชื่อมโยงแหล่งน้ำและบริหารจัดการรวม 9 สระ เกิดการสำรองน้ำเพื่ออุปโภคและการเกษตรได้เพิ่มขึ้นกว่า 100,000 ลูกบาศก์เมตร เสริมระบบสูบน้ำพลังงานแสงอาทิตย์และหอถังสูง เพื่อกระจายน้ำเข้าสู่แปลงทฤษฎีใหม่ของชุมชน ทำให้มีปริมาณน้ำต้นทุนเพียงพอสำหรับอุปโภค และทำการเกษตรได้ตลอดทั้งปี ชุมชนร่วมกันจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนสหพันธ์เกษตรกรเพชรน้ำหนึ่ง รวมกลุ่มกันผลิตอย่างเป็นระบบ มีอาคารบรรจุเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรของชุมชน พัฒนาผลผลิตและบรรจุภัณฑ์เพิ่มมูลค่าผลผลิต จนเป็นที่ยอมรับและได้รับความเชื่อมั่น จำหน่ายในร้านไกลถึงมือผู้บริโภค ระบบไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ช่วยลดต้นทุนการค่าใช้จ่ายการบรรจุผลผลิตภัณฑ์ ทำให้สมาชิกมีรายได้มั่นคงต่อเนื่อง ลดภาระหนี้สินก่อนหน้าได้รับจัดสรรที่ดินทำกิน และไม่เกิดการหนี้สินเพิ่มขึ้น มีการปลูกและขยายพันธุ์หญ้าแฝกกระจายให้เกษตรกร การสร้างป่า 3 อย่างประโยชน์ 4 อย่าง เพื่อสร้างระบบนิเวศที่ยั่งยืน เป็นต้นแบบชุมชนพัฒนาครบทุกมิติ ทั้ง ดิน น้ำ พลังงาน การเกษตร และการตลาด และเป็นแหล่งเรียนรู้ ศึกษางานให้กับนักเรียน เยาวชน และคนทั่วไป



“ICC ยกขบวนชวนคนใจถึง ไปปลูกป่า”

ในปี 2567 เพื่อเป็นการต่อยอดความยั่งยืนสู่พื้นที่ชุมชนเพชรน้ำหนึ่ง บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ มูลนิธิรุกกพัฒน์ฯ นำคณะผู้บริหารและพนักงาน กว่า 100 คน ร่วมแรงร่วมใจลงพื้นที่ปลูกป่าร่วมกันกับเกษตรกรในพื้นที่ของชุมชนเพชรน้ำหนึ่ง ตำบลกลัดหลวง อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี โดยปลูกหญ้าแฝก รอบสระจำนวน 25,000 กล้า และปลูกต้นไม้ 160 ต้น โดยเลือกปลูกไม้ 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง ได้แก่ ไม้ใช้งาน หรือไม้เศรษฐกิจ หรือไม้สร้างบ้าน ไม้กิน หรือไม้ผล ไม้พื้น และประโยชน์ที่ 4 คือ การรักษาและอนุรักษ์ดิน ไม่ว่าจะเป็น โพธิ์ ตะแบก ประดู่ ไม้แดง พยุง ยางนา สักทอง และมะม่วง พร้อมติดตั้งระบบกระจายน้ำที่ใช้ดูแลต้นไม้ทุกต้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อฟื้นฟูบริเวณพื้นที่รอบสระระยะทาง 700 เมตร ซึ่งถือเป็นแหล่งน้ำสำคัญที่นำไปใช้ทำการเกษตรของสมาชิกชุมชน เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว รักษาหน้าดิน ป้องกันการพังทลายของตลิ่ง ช่วยให้พื้นที่สระโดยรอบร่มรื่น





การเพิ่มพื้นที่สีเขียว

การเพิ่มพื้นที่สีเขียว เป็นหนึ่งในการกิจที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ เนื่องจากพบว่าในปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังประสบกับปัญหาขาดแคลนพื้นที่สีเขียว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัทฯ สำนักงานใหญ่ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นในการสร้าง และสนับสนุนกิจกรรมเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวทั้งในองค์กร รวมถึงการมีส่วนร่วมกับชุมชนและหน่วยงานในการฟื้นฟู ดูแล และรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อคงสภาพความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศดั้งเดิม



เป้าหมายในการดำเนินงาน

1. บริหารจัดการพื้นที่สีเขียวทั้งในและนอกองค์กร
2. จัดสรรพื้นที่สีเขียวที่เข้าถึงได้ ทุกเพศ ทุกวัย โดยร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน
3. หมั่นตรวจสอบ ดูแลเพื่อให้พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์อยู่เสมอ
4. ปลุกดันไม้เพิ่มขึ้นในทุกปี เพื่อเป็นสาธารณประโยชน์แก่ชุมชน และส่วนรวม



การดำเนินงานในปี 2567

พื้นที่รวม **292-0-68.60 ไร่**

ประเภท พรรณไม้ ที่ใช้ปลูก ได้แก่



ยูคาลิปตัส
2,886 ต้น



สักทอง
1,000 ต้น



มะม่วง
650 ต้น



มะพร้าว
135 ต้น

ปลูกต้นไม้ทดแทน

61-2-36 ไร่
จำนวน **4,671** ต้น

เตียง, รัง

11-1-7.50 ไร่

แบ่งให้เกษตรกรเช่าเพื่อทำการเกษตร
สร้างรายได้ สร้างอาชีพ ในปี 2567

จำนวน **230-2-32.6 ไร่**

แผนพัฒนาในปี 2568

บริษัทฯ มีแผนที่จะฟื้นฟู พื้นที่ทางธรรมชาติในส่วนอื่น ๆ ตลอดห่วงโซ่ โดยมุ่งเน้นที่ทรัพยากรทางทะเล เช่น การอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ทะเล และการอนุรักษ์ปะการัง ซึ่งกำลังมีแนวโน้มวิกฤต



GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION			ASSURANCE
		AR	SR	REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	78	7-13				
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	78	7				
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	14	6				
	2-4 Restatements of information						
	2-5 External assurance						
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	12-13, 16-27	42-45				
	2-7 Employees	92	50-51				
	2-8 Workers who are not employees	57-74					
	2-9 Governance structure and composition	78	7				
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	239					
	2-11 Chair of the highest governance body		4-5				
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	242-243	32-35				
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts		7				
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	242-243	4-5				
	2-15 Conflicts of interest	113-122					
	2-16 Communication of critical concerns		68				
	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	102-103					
	2-19 Remuneration policies	87-88, 242	63				
	2-20 Process to determine remuneration	87-88, 242					
	2-21 Annual total compensation ratio	105-106	63				
	2-22 Statement on sustainable development strategy	40-41	82				
	2-23 Policy commitments	40-41	83-84				
	2-24 Embedding policy commitments	40-41	67, 70-71				
	2-25 Processes to remediate negative impacts						
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	111	67-68				
	2-27 Compliance with laws and regulations	38	36-37				
	2-28 Membership associations						
	2-29 Approach to stakeholder engagement	57-112	33-35				
	2-30 Collective bargaining agreements						
GRI 3: Material Topics 2021	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	69-70, 93	60				
	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	93					
	202-2 Proportion of senior management hired from the local community		50-51				
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	69, 110-111	36-37				
	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	69, 110-111	36-37				
	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						
GRI 207: Tax 2019	207-1 Approach to tax						
	207-2 Tax governance, control, and risk management						
	207-3 Stakeholder engagement and management of concerns related to tax		33-35				
	207-4 Country-by-country reporting						
GRI 301: Materials 2016	301-1 Materials used by weight or volume						
	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		86-87				
	302-2 Energy consumption outside of the organization		86-87				
	302-3 Energy intensity						
	302-4 Reduction of energy consumption		83-84				
	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		93-95				
	303-2 Management of water discharge-related impacts		92-95				
	303-3 Water withdrawal						
	303-4 Water discharge		92-95				
	303-5 Water consumption		92-95				
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		88				
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions		89				
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions		89				
	305-4 GHG emissions intensity						
	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		90-91				
	306-2 Management of significant waste-related impacts		90-91				
	306-3 Waste generated		90-91				
	306-4 Waste diverted from disposal		90-91				
	306-5 Waste directed to disposal		90-91				
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	68-69, 92	50-51, 63				
	401-3 Parental leave		62-63				



GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION			ASSURANCE
		AR	SR	REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
GRI 402: Labor/Management Relations 2016	402-1 Minimum notice periods regarding operational changes						
	403-1 Occupational health and safety management system		64-66				
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation						
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-3 Occupational health services	68-69, 92	64-66				
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety						
	403-5 Worker training on occupational health and safety		66				
	403-6 Promotion of worker health		64-66				
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships		64-66				
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	68-69, 92					
	403-9 Work-related injuries	68-69	51				
	403-10 Work-related ill health						
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee		53				
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	98-100	54-55				
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews						
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees		50-59,63				
	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						



ดัชนีชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนระดับสากล

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	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples						
GRI 413: Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs		73-80				
	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities						
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		40,69				
	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services						
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk						
	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling		39				
	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 2567 ฉบับนี้จะนำมาใช้เพื่อการปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบในการเปิดเผยข้อมูล และเพื่อพัฒนาในการจัดทำรายงานฉบับต่อไป กรุณาทำเครื่องหมาย ที่หน้าช่องสี่เหลี่ยม หรือ แสดงความคิดเห็นในช่องว่างที่กำหนดไว้

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 2567 ฉบับนี้ เพื่อวัตถุประสงค์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ เพื่อศึกษาข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน
☐ เพื่อใช้ประกอบเป็นแนวทางในการจัดทำรายงานความยั่งยืนในองค์กรของท่าน
☐ เพื่อศึกษาและทำวิจัย
☐ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสมัครเข้าทำงาน
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

5. กรุณาระบุความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืนปี 2567 ฉบับนี้

	มาก	ปานกลาง	น้อย	ควรปรับปรุง
หลังจากอ่านข้อมูลที่เปิดเผยแล้ว ท่านมีความเข้าใจในบริษัทฯ มากขึ้นเพียงใด				
ข้อมูลที่เปิดเผยตรงกับความต้องการเพียงใด				
ความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อการเปิดเผยของรายงาน ฉบับนี้ เพียงใด				

6. กรุณาเลือกประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีความสำคัญต่อท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

มิติธรรมาภิบาล	มิติสังคม	มิติสิ่งแวดล้อม
☐ การกำกับดูแลกิจการ และหลักจรรยาบรรณธุรกิจ	☐ การจัดการ ด้านสิทธิมนุษยชน	☐ การบริหารจัดการทรัพยากร องค์กร(พลังงาน น้ำ ขยะของเสีย)
☐ การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย	☐ อาชีวอนามัย และความปลอดภัย	☐ ความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม
☐ นโยบายทุจริตคอร์รัปชัน	☐ การดูแลลูกค้า และศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์	☐ การมีส่วนร่วมต่อชุมชน
☐ ห่วงโซ่คุณค่า / ห่วงโซ่อุปทาน	☐ การพัฒนาชุมชน และสังคม	☐ การบริหารจัดการ ด้านก๊าซเรือนกระจก

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....



ท่านสามารถจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่าน
ในรูปแบบออนไลน์ โดยการสแกน QR code

มุ่งมั่นสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน
ด้วยความซื่อสัตย์ และจริงใจ

#MovingForwardtoSustainability
#EverydayEveryGen

W E M A K E
P E O P L E
H A P P Y A N D
B E A U T I F U L



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

