INTERNATIONAL

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

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2565

คนดี • สินค้าดี • สังคมดี

2565

เราสรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน

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

“คน**ดี** สินค้า**ดี** สังคม**ดี**”



สารบัญ

สารจากประธานกรรมการบริหาร 4
ขอบเขตรายงาน 6
ภาพรวมธุรกิจ 10
วิสัยทัศน์ พันธกิจ 14

บริษัทกับความยั่งยืน

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน 24
แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน 26
ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ 28

ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

การกำกับดูแลกิจการ 34
การบริหารด้านความเสี่ยง 35
นโยบายทุจริตคอร์รัปชัน 36
การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม 38
การวิจัยและพัฒนาอย่างยั่งยืน 40
การจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ 44

สร้างคุณค่าของคนดี สินค้าดี สังคมดี

การบริหารและพัฒนาทักษะพนักงาน 46
การจัดการด้านสิทธิมนุษยชน 56
การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม 58
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย 64
นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความปลอดภัยทางไซเบอร์ 66
การพัฒนาเพื่อสังคมที่ยั่งยืน 70

ดูแลใส่ใจในสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม 77
การจัดการด้านพลังงาน 80
การจัดการปัญหาน้ำ 82
การจัดการปัญหาขยะมูลฝอย 84
การจัดการด้านมลพิษทางอากาศ 86

ภาคผนวก

สรุปผลการดำเนินงาน 88
ดัชนีชี้วัดตามกรอบ GRI 89

สารจากผู้บริหาร

เปลี่ยนแปลง เพื่อก้าวสู่อนาคต อย่างยั่งยืน

Changes for Sustainbly Move Forward



วิกฤตเศรษฐกิจในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ภาคธุรกิจต้องปรับตัวให้พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงวิธีการบริหารธุรกิจ รวมถึงกระบวนการทำงานในทุกมิติ ให้องค์กรสามารถก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนได้ ไม่ว่าจะต้องเผชิญกับสถานการณ์ใด ๆ ก็ตาม

บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคมาตั้งแต่ปี 2507 โดยเน้นการจัดจำหน่ายผ่านเคาน์เตอร์และมีพนักงานขายเป็นผู้แนะนำผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้ามายาวนาน แต่ก็ได้มีการจัดจำหน่ายในช่องทางการขายอื่น ๆ มาโดยตลอดด้วย จึงไม่เป็นการยากที่จะปรับกระบวนการดำเนินธุรกิจ

รวมถึงการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งได้มีการพัฒนาโครงสร้างและกระบวนการบริหารงาน การพัฒนาทักษะความสามารถของบุคลากรให้พร้อมที่จะก้าวสู่อนาคตได้อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เราสามารถ ก้าวสู่อนาคตอย่างยั่งยืน นอกจากการมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Customer Focus) บริษัทฯ ยังได้บริหารงานโดยคำนึงถึง สิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปด้วย (ESG: Environmental, Social, Governance)

ในด้านสิ่งแวดล้อม เรามุ่งเน้นการดูแลสิ่งแวดล้อมทั้งในกระบวนการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงที่มาของวัตถุดิบหรือบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต (Carbon Footprint) การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงานและการสื่อสาร เพื่อลดการใช้พลังงาน ส่งเสริมการดูแลสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้หลัก Reduce: Reuse: Recycle อาทิ การใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ในการทำบรรจุภัณฑ์ การใช้กระดาษรีไซเคิล การแยกขยะเพื่อนำสิ่งที่นำกลับมาใช้อีกได้ไปเข้ากระบวนการ Recycle เป็นต้น

ในด้านสังคม เราใส่ใจในการพัฒนาให้พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยการจัดให้มีการทบทวนความรู้/เพิ่มเติมทักษะ (Reskill/Upskill) ต่าง ๆ จัดให้มีกระบวนแบ่งปัน/ถ่ายทอดทักษะต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจขององค์กรได้อย่างยั่งยืน และยังคงกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติอย่างต่อเนื่อง ตามปณิธานของ ดร.เทียม โชควัฒนา ผู้ก่อตั้งเครือสหพัฒน์

ในด้านหลักธรรมาภิบาล เราให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาและสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เคารพสิทธิและมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งกำหนดจรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานอย่างชัดเจน

ด้วยบริษัทฯ ตระหนักอยู่เสมอว่า องค์กรจะประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ บริษัทฯ ต้องเตรียมพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนพัฒนากระบวนการทำงาน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์อยู่เสมอ ต้องมุ่งเน้นสร้าง คนดี สินค้าดี สังคมดี รวมถึงการคำนึงถึงการดูแลสิ่งแวดล้อม สังคม และยึดหลักหลักธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งต้องขอขอบคุณผู้บริหาร พนักงาน คู่ค้า พันธมิตร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในการสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนของบริษัทฯ และบริษัทฯ เชื่อมั่นว่า ด้วยพลังทั้งหมดนี้ เราจะสามารถนำพาธุรกิจให้ก้าวสู่อนาคตได้อย่างยั่งยืน

นายธรรมรัตน์ โชควัฒนา
ประธานกรรมการบริหาร

ขอบเขตรายงาน

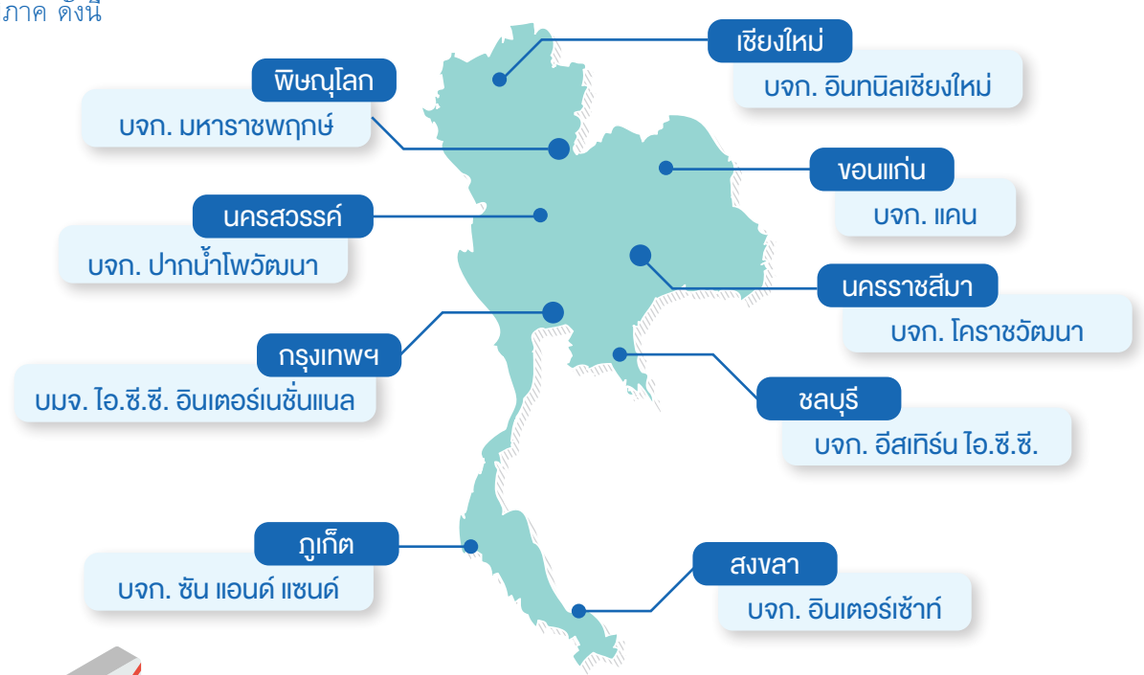
รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อแสดงถึงผลการดำเนินงานของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ในรอบปี 2565 (1 มกราคม-31 ธันวาคม 2565) เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนอันเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามแผนแม่แบบการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 3 ประการ ได้แก่ **"คนดี สินค้าดี สังคมดี"** ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำ เผยแพร่ข้อมูลมาตั้งแต่ปี 2557 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 โดยอ้างอิงการจัดทำรายงานให้มีความสอดคล้องตามดัชนีชี้วัดของ GRI STANDARD และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)



เนื้อหาสาระและสาระสำคัญของรายงานปี 2565 มุ่งเน้นการดำเนินงานตามทิศทางการดำเนินธุรกิจ (วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์องค์กร) หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมของปรัชญาในการทำงาน รวมถึงการดูแลพนักงาน การพัฒนาพนักงานให้เป็นคนดี การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ และสร้างโอกาสให้กับสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมโยงบริบทดังกล่าวข้างต้นเข้ากับประเด็นความยั่งยืนสากลในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ขอบเขตรายงาน :

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2565 ได้แสดงผลการดำเนินงาน จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในทุกกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ ครอบคลุมพื้นที่ปฏิบัติงานภายใต้การดูแลของบริษัทฯ และบริษัทฯ พันธมิตร 8 แห่ง กระจายตามภูมิภาค ดังนี้

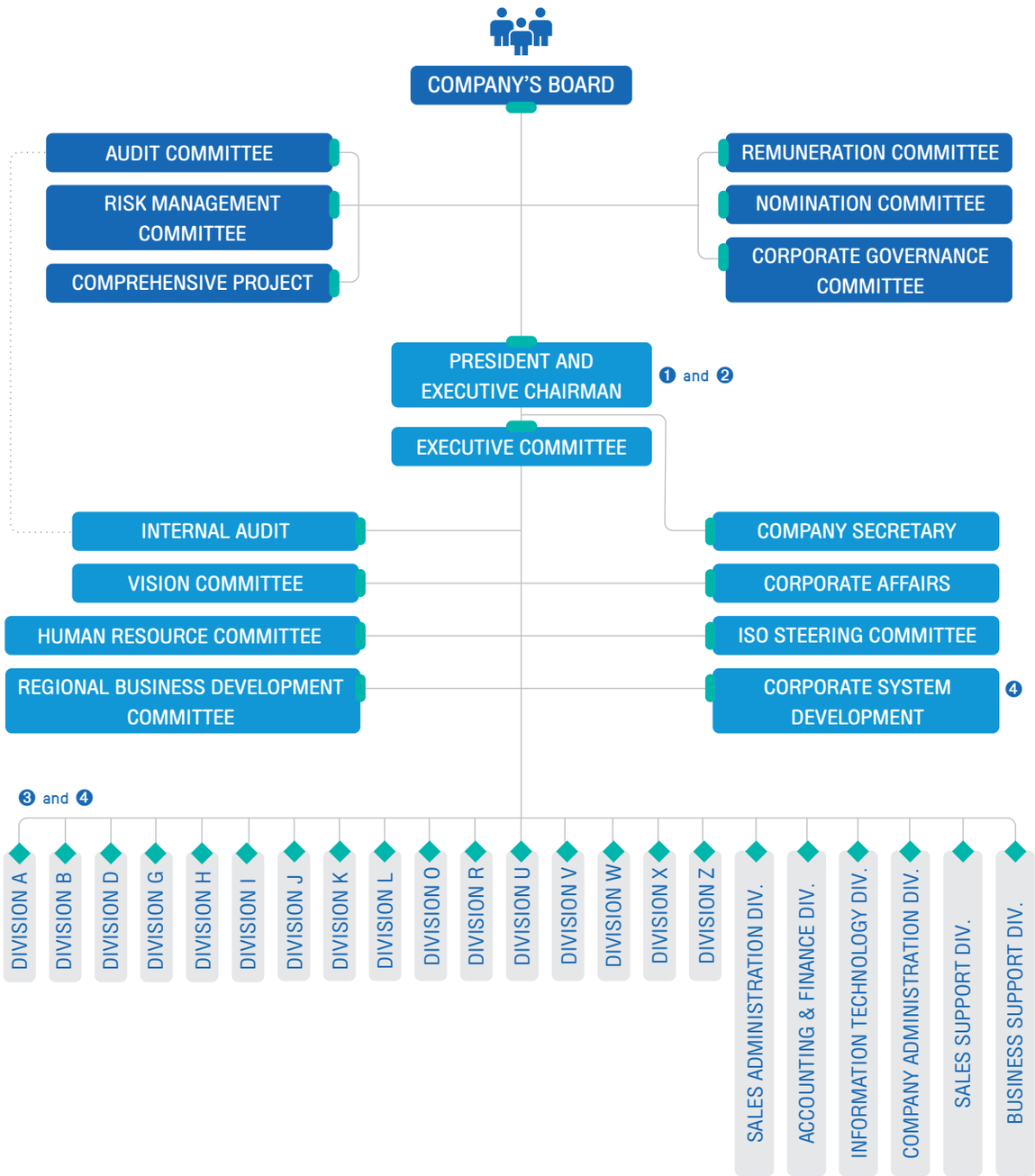




หากมีข้อสงสัยหรือข้อแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ กรุณาติดต่อ
ส่วนงานประชาสัมพันธ์กลาง ฝ่ายสำนักงานบริษัท บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 530 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ 0-2293-9000 และอีเมล pr@icc.co.th

โครงสร้างองค์กร

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ ตามโครงสร้างการจัดองค์กรของบริษัท ณ 31 ธันวาคม 2565 และได้เผยแพร่ผ่านทาง Website ของบริษัท http://www.icc.co.th



1 - 4 Company's executives as announced by The Securities and Exchange Commission (SEC)

ข้อมูลองค์กร

2507 บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นในปี 2507 โดยมีพนักงานเพียง 7 คน ภายใต้ชื่อห้างหุ้นส่วน จำกัด อินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ (เพี้ยซ)

2513 รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน “วาโก้” จากประเทศญี่ปุ่น

2518 รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษ “แอร์โรว์” จากประเทศสหรัฐอเมริกา

2521 ได้รับอนุมัติจากกระทรวงการคลังให้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2525 รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฟชั่นสตรี “อิโตคิน”

2527 รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษ “กีลาโรช” จากประเทศฝรั่งเศส

2531 รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษและสตรี “ลาคอสท์” จากประเทศฝรั่งเศส

2534 รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในกีฬาระดับโลก “มิซูโน่”

2537 จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัท มหาชน จำกัด และได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

2539 เพื่อสะท้อนต้นกำเนิดและแนวคิดของบริษัทที่เป็น ASIAN อย่างเต็มตัว จึงได้มีการเปลี่ยนสัญลักษณ์ของบริษัทใหม่ โดย I แทนชื่อบริษัท ตัว C ซ้อนกัน 2 ตัวลักษณะคล้ายรูปโลก ภายในประกอบด้วย มังกร แทนจักรราศี มะโรง หมายถึงปีที่ก่อตั้งบริษัท (พ.ศ. 2507) และ หนู แทนจักรราศี ชวด หมายถึงปีที่มีการเปลี่ยนชื่อ เมื่อรวมกันจะหมายถึงความยิ่งใหญ่แห่งเอเชียที่มีอำนาจบารมีสูง ขณะเดียวกันก็มีความคล่องตัว พร้อมที่จะเผชิญหน้ากับทุกสถานการณ์ด้วยความอดทน

2540 รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษและสตรี “DAKS” จากประเทศอังกฤษ

2541 ริเริ่มมหกรรมส่งออกสินค้าในเครือสหพัฒน์ “สหกรุ๊ปเอ็กซ์ปอร์ต 98” หรือ “สหกรุ๊ปแฟร์” ในปัจจุบัน

2542 เริ่มธุรกิจสินค้า BSC (BEST SELECTED COLLECTION)

2545 จัดตั้ง His & Her Shop แห่งแรก ณ ศูนย์การค้าบิ๊กเจียง จ. หนองคาย

2546 จัดตั้งโครงการ 108 SHOP เพื่อสนับสนุนการค้าปลีกของคนไทย และนำระบบ QRMS (Quick Response Marketing System) มาใช้ในการบริการการขาย โดยติดตั้งระบบ ณ จุดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ

2547 จัดตั้งอาคารสำนักงานใหม่ด้วยโครงสร้างอาคารแฝดสูง 6 ชั้น ในบริเวณใกล้เคียงอาคารเดิม และยังคงใช้จนถึงปัจจุบัน และริเริ่มโครงการประกวดนวัตกรรมเครือสหพัฒน์ CHAIRMAN AWARDS

2551 จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม S Channel

2559 ขยายช่องทางการขายไปยังช่องทางออนไลน์ eThailandBEST.com และ จัดตั้งโครงการนวัตกรรมICC INNOVATION AWARDS

2561 ก่อตั้งศูนย์จัดจำหน่ายเครื่องสำอางภายใต้คอนเซ็ปต์ สถานีแห่งความงาม Beauty Station

2562 เซ็นสัญญาความร่วมมือกับ ADK Emotion Inc. รับสิทธิ์ดูแลลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์ Kumamon ในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ

2564 ขยายช่องทางการขายโดยได้เปิดร้านค้าออนไลน์ภายใต้ชื่อ iccshopping.com โดยรวบรวมโปรโมชั่นเด็ดจากสินค้าแบรนด์ดังในเครือสหพัฒน์ไว้อย่างครบครัน ให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบายตลอด 24 ชั่วโมง

2565 His&Her ขยายช่องทางการขายเพื่อสอดรับไลฟ์สไตล์การช้อปรูปแบบใหม่ภายใต้ชื่อ At First “Inspiring Your Life” คอมมูนิตี้ขนาดพื้นที่กว่า 2,800 ตารางเมตร ที่รวบรวมแบรนด์ดังในบริษัทฯ อาทิ Lacoste, Guy Laroche, Daks, Naturalizer, Wacoal, BSC, Elle, Enfant และสินค้าไลฟ์สไตล์อีกมากมาย ที่ชั้น G โซน A ศูนย์การค้าเอ็มบีเค เซ็นเตอร์



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

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

ภาพรวมธุรกิจ

รายละเอียดตัวเลขชี้วัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2565

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

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



การเติบโตของธุรกิจ

รายละเอียดปรากฏในรายงานประจำปี 2565



2565

รายได้รวม (ประจำปี)

9,471 ล้านบาท

(เดือนมกราคม 2565- ธันวาคม 2565 รวมระยะเวลา 12 เดือน)



สัดส่วนรายได้จากประเทศไทย



สัดส่วนรายได้จากต่างประเทศ

เปรียบเทียบกับปี 2564



2564

รายได้รวม (ประจำปี)

7,458 ล้านบาท

(เดือนมกราคม 2564- ธันวาคม 2564 รวมระยะเวลา 12 เดือน)

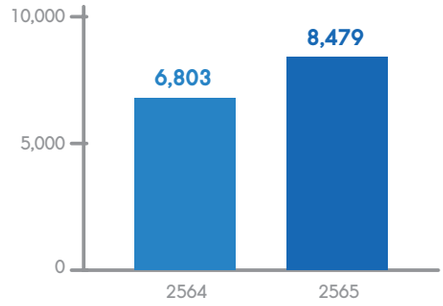


สัดส่วนรายได้จากประเทศไทย

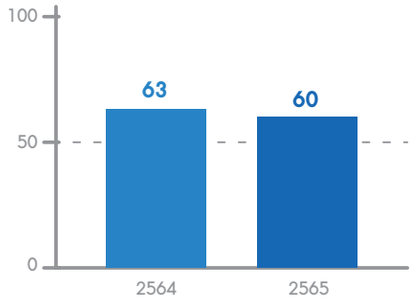


สัดส่วนรายได้จากต่างประเทศ

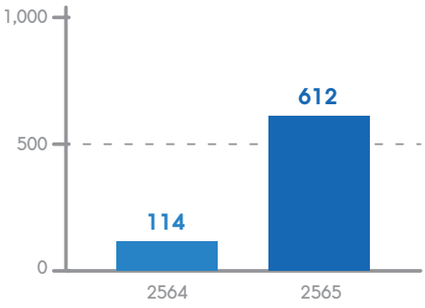
ยอดขาย (ล้านบาท)



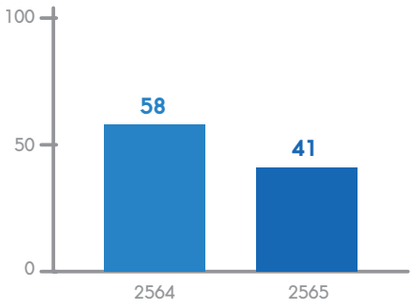
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน (ล้านบาท)



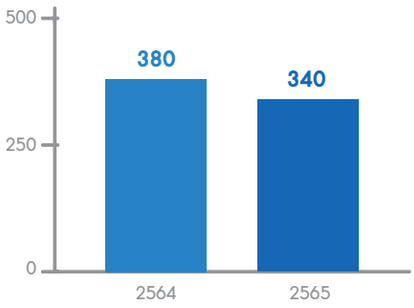
กำไร (ขาดทุน) (ล้านบาท)



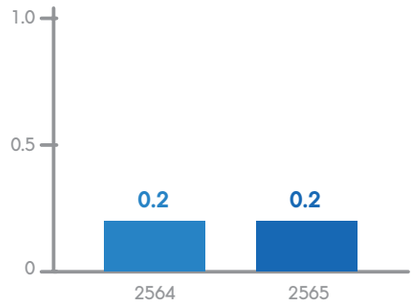
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (ล้านบาท)



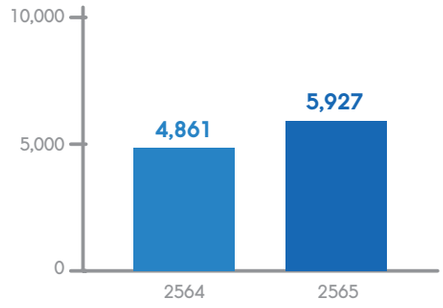
เงินปันผลรับประจำปี (ล้านบาท)



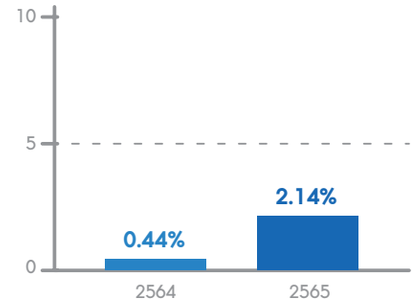
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น



ต้นทุนขาย (ล้านบาท)



อัตราผลกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น



การดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- จำนวนบุคลากร **รวม 3,376 คน** (พนักงานขาย 2,236 คน พนักงานสำนักงาน 1,140 คน)
- คู่ค้าใหม่ **ร้อยละ 78.95%**
- **ไม่มี** พนักงานเสียชีวิตจากการทำงาน
- คะแนนความพึงพอใจจากพนักงาน (ไม่ได้วัดผลเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19)

ดูแลใส่ใจสิ่งแวดล้อม

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า 0.2%
- ลดการใช้พลังงานน้ำ 11.71%
- ติดตั้งโซลาร์เซลล์ ช่วยประหยัดพลังงานได้ 3.66%
- ส่งต่อขยะเพื่อเข้าสู่กระบวนการย่อยสลาย 1,179 กิโลกรัม



รางวัลที่สำคัญ

บริษัทฯ มีพันธกิจหลักในการดำเนินธุรกิจ คือ การสรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน ภายใต้นโยบาย “คนดี สินค้าดี สังคมดี” ตลอด 58 ปีที่ดำเนินกิจการมา เรามุ่งมั่นสร้างสรรค์สินค้าและบริการอย่างมีความรับผิดชอบตามมาตรฐานการผลิตและการให้บริการ โดยคำนึงถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกส่วน ตลอดจนสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยในปี พ.ศ. 2565 บริษัทฯ ได้รับรางวัลเกียรติยศที่สำคัญดังนี้

รางวัลด้านการดำเนินการ

- ได้รับการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการบริษัทในระดับ “ดีเลิศ” (Excellent CG Scoring by alphabetical order) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.)



- ได้รับใบรับรองการต่ออายุการเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (CAC) ครั้งที่ 2 จากคณะกรรมการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

รางวัลด้านสินค้าและบริการ



- รางวัล Mommy’s Choice หมวดผลิตภัณฑ์อาบน้ำแต่งตัว Best Skin-care for Babies & Kids จาก Amarin Baby & Kids Awards 2022 โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัล คือ Enfant Organic Plus Double Moisture Lotion ผลิตภัณฑ์โลชั่นสูตรจากธรรมชาติ ปกป้องบำรุงผิวอย่างอ่อนโยน



- รางวัล Editor’s Choice หมวดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและความสะอาด Best Baby Bottle and Nipple Cleanserจากรางวัล Amarin Baby & Kids Awards 2022 โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัล คือ ENFANT NIPPLE AND BOTTLE LIQUID CLEANSER ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจุกนมและขวดนม สูตร Organic Tea Tree Oil

พัฒนาการที่สำคัญ

เพื่อพัฒนาระบบการบริหารธุรกิจให้สอดคล้องกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เต็มเปี่ยมไปด้วยคุณภาพและปริมาณที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ยึดมั่นการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมถึงสนับสนุนผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้ทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเติบโตและพัฒนาไปด้วยกัน ภายใต้หลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ (รายละเอียดเพิ่มเติมในหน้า 33) รวมถึงมุ่งเน้นพัฒนาทรัพยากรบุคคลอันเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนภายในองค์กรภายใต้แนวคิด

คนดี สินค้าดี สังคมดี

โดยในปี 2565 ได้มีการขับเคลื่อนและต่อยอดนวัตกรรมให้สอดคล้องไปกับ 3 แนวคิด ดังนี้

แนวคิดที่ 1 ต่อยอดนวัตกรรมสร้าง “คนเก่ง”



- **การจัดอบรมให้กับพนักงาน**

เพราะ “พนักงาน” คือหัวใจหลักในการพัฒนาองค์กร บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นผลักดันให้พนักงานไม่หยุดที่จะพัฒนาศักยภาพของตนเอง แม้ในช่วงที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยจัดตั้งโครงการฝึกอบรมผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาพนักงานที่เก่งให้เก่งมากยิ่งขึ้น (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 51-55)

แนวคิดที่ 2 สร้างสรรค์นวัตกรรม “สินค้าดี” เพื่อขยายช่องทางธุรกิจ



- **ตอบรับพฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าออนไลน์ควบคู่ไปกับการขายแบบออฟไลน์**

เพื่อสอดรับกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคหลังสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย บริษัทฯ นอกจากจะจัดงาน “สหกรุ๊ปแฟร์” เป็นประจำปีทุกปี ณ ศูนย์แสดงสินค้าไบเทค บางนา แล้ว ยังได้เปิดการขายสินค้าในช่องทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.sahagroupfair.com เพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคกว่า 20,000 รายการ เพื่อครอบคลุมช่องทางการขายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอตลอดทั้งปี

แนวคิดที่ 3 สานต่อนวัตกรรมด้าน “สังคมดี”



- **โครงการ “เพราะน้ำ คือชีวิต”**

บริษัทฯ ร่วมกับมูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนาและพนักงานในเครือสหพัฒน์ ร่วมสนับสนุนโครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำชุมชน ตามแนวพระราชดำริฯ ของชุมชนสหกรณ์การเกษตรแบบรวมกลุ่ม โครงการเพชรน้ำหนึ่ง จังหวัดเพชรบุรี เพื่อพัฒนาโครงการน้ำ และจัดตั้งแปลงเกษตรผสมผสานตามแนวทฤษฎีใหม่ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 83)

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม

ในฐานะผู้นำด้านการดำเนินธุรกิจ คณะกรรมการและผู้บริหารได้ดำเนินงานตามแบบแผนวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับการแข่งขันของตลาด และมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน

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

ปี 2565-2567

วิสัยทัศน์ :

มุ่งสู่การเป็นบริษัทของคนไทย ที่มีการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และการบริการที่ดี ส่งมอบประสบการณ์ความสุข ความสวยงาม และความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

พันธกิจ :

1. พัฒนาโครงสร้างการดำเนินธุรกิจในทุกมิติ (New Model) ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง (Changes) ของตลาดและผู้บริโภค
2. พัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการ สรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อลูกค้า
3. พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายและทันสมัย ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม
4. เพิ่มขีดความสามารถ และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านทัศนคติ วิธีคิด และวิธีการทำงานควบคู่กับการมีคุณธรรมและจริยธรรม
5. พัฒนาองค์กรภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม และนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมสู่การพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ค่านิยมองค์กร

Customer Focus
ให้ความสำคัญต่อความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้า



Honesty
ยึดถือความซื่อสัตย์โปร่งใสในการดำเนินงาน



Adaptability
ปรับเปลี่ยนและพัฒนาเร็วทันเหตุการณ์



New Creation
มุ่งมั่นสร้างสรรค์ นวัตกรรมสินค้า การตลาด และการบริการ



Goal
ร่วมใจมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน



Efficiency
มุ่งเน้นประสิทธิภาพของงานเป็นสำคัญ



Speed
เน้นความรวดเร็วในการสร้างประสิทธิผลของงาน



กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

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

กลยุทธ์ พัฒนากระบวนการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ และการบริการ เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม และเหมาะสมกับแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ พัฒนาทักษะ ความรู้ความชำนาญใหม่ ๆ ที่ทันสมัยให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสร้างความรวดเร็ว (Speed) และความถูกต้อง (Accuracy) ในการปฏิบัติงาน รวมถึงการบริหารจัดการเรื่องข้อมูลทั้งภายในองค์กรและการเชื่อมประสานกับคู่ค้า หรือพันธมิตรทางธุรกิจ

ห่วงโซ่คุณค่า

ปัจจัย



ทุนทางการเงิน

- มูลค่าหลักทรัพย์
- หนี้สิน
- ส่วนของผู้ถือหุ้น



ทุนทางการผลิต

- สินทรัพย์
- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์



ทุนทางบุคลากร

- จำนวนพนักงาน 3,376 คน
- ชั่วโมงในการฝึกอบรมเฉลี่ย (ต่อคน) 2 ชั่วโมง



ทุนทางปัญญา

- สร้างระบบการจัดการเพื่อช่วยเหลือในการทำงานและการจัดหน่ายสินค้า
- อบรมเพื่อพัฒนามูลค่าตราสินค้า



ทุนทางสังคม

- ความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- คู่ค้า



ทุนทางสิ่งแวดล้อม

- การใช้ทรัพยากรน้ำ 53,745 ลูกบาศก์เมตร
- การใช้พลังงานไฟฟ้า 4,438,000 กิโลวัตต์/ชั่วโมง
- การใช้เชื้อเพลิง 260,693 ลิตร

การแบ่งปันคุณค่า



รายได้รวม
9,471 ล้านบาท



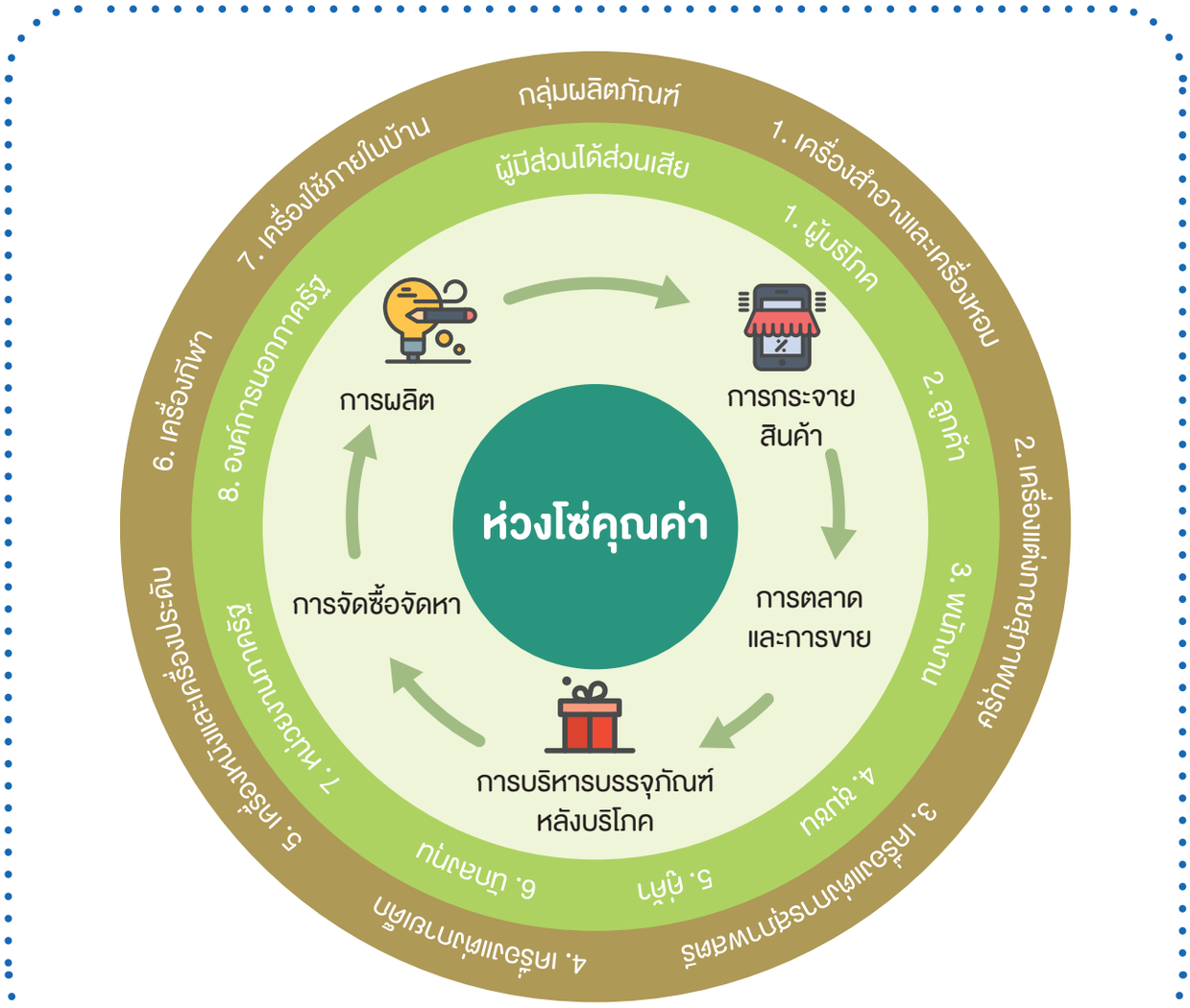
กำไรสุทธิ
612 ล้านบาท



อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)
0.0827/200,000 ชั่วโมง



ไม่มี การร้องเรียนเรื่องสิทธิมนุษยชน
ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ 1.98%



การจัดการทรัพยากรและวัตถุดิบ

การจัดซื้อจัดหา → การผลิต → การกระจายสินค้า → การตลาดและการขาย → การบริหารบรรจุภัณฑ์หลังบริโภค และการขาย

การดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า

- ผู้บริโภค
- ลูกค้า
- พนักงาน
- ชุมชน
- คู่ค้า
- นักลงทุน
- หน่วยงานภาครัฐ
- หน่วยงานนอกภาครัฐ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ในบริษัทฯ

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

ห่วงโซ่คุณค่า

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นในทุกขั้นตอนและทุกกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และสร้างคุณค่าให้กับทุกสินค้าและบริการภายในบริษัทฯ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



การจัดหาจัดซื้อ

ในฐานะผู้นำในการผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภค บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ด้วย

- พัฒนาศักยภาพคู่ค้าให้เติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ควบคู่ไปกับการพิจารณาตรวจสอบคุณภาพและกระบวนการจัดการเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน
- จัดตั้งกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมาตรฐาน คัดเลือกคู่ค้าเฉพาะที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าและบริการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์

การผลิต

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและใส่ใจในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนด้วย

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

การกระจายสินค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศและต่างประเทศด้วย

- การส่งมอบสินค้าควบคู่ไปกับบริการอย่างมืออาชีพ
- ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจัดเก็บสินค้า และจัดการระบบขนส่งผ่านเครือข่ายโลจิสติกส์ของบริษัทฯ โดยครอบคลุมทั้งในและต่างประเทศ

การตลาดและการขาย

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภคผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพ เช่น

- บริการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ชั้นนำ เพื่อมุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำในกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค
- สร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีอย่างต่อเนื่อง
- สื่อสารและประชาสัมพันธ์ถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สิ่งแวดล้อม และสังคมผ่านโครงการ CSR ต่าง ๆ



การบริการหลังการขาย

บริษัทฯ มุ่งมั่นส่งเสริมการสร้างความผูกพันหลังการขายและรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวกับคู่ค้า และลูกค้าด้วย

- จัดกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การจัดประชุมคู่ค้าเพื่อกำหนดแผนการดำเนินทางธุรกิจร่วมกัน
- มุ่งมั่นพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงเลือกใช้วัสดุที่สามารถใช้ซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้

การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ตระหนักดีว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของการดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ ได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงมีการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อจัดทำแผนงานตอบสนองที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจกับทุกฝ่าย ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง รวมถึงได้มีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

พนักงาน

ความคาดหวัง

- ค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเหมาะสม
- มีแผนในการอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถ
- มีความท้าทายและโอกาสในความก้าวหน้า
- ดูแลเรื่องความปลอดภัยและคุณภาพชีวิต

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

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

ลูกค้า

ความคาดหวัง

- ได้รับข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง
- ราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสม
- ได้รับสินค้าและบริการมีความเหมาะสม
- มีสินค้าที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นทางเลือก
- การรับประกันสินค้าและบริการ
- การรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

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

ผู้ถือหุ้น

ความคาดหวัง

- ให้ผลตอบแทนการลงทุนที่สูงและต่อเนื่อง
- ผลการดำเนินงานที่และเติบโตอย่างมั่นคง
- บริหารงานด้วยความโปร่งใส เป็นธรรมตามหลักบรรษัทภิบาล
- การเปิดเผยข้อมูล

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

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

คู่ค้า

ความคาดหวัง

- ปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อตกลงเงื่อนไขทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง
- สร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกัน
- แลกเปลี่ยนความรู้ ร่วมกันพัฒนาสินค้าและบริการเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ
- การจัดประชุมคู่ค้าเป็นประจำทุกปีเพื่อส่งเสริมและชี้แจงแนวทางการดำเนินงาน
- การเยี่ยมเยียนคู่ค้าเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
- การมีช่องทางการรับข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน
- การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์เป็นประจำ
- การทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อจัดทำกรอบความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจการแข่งขันทางการค้าที่สุจริต รวมถึงหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าของคู่ค้าที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน และละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

คู่แข่ง

ความคาดหวัง

- ดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดีและสุจริต

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การสร้างเงื่อนไขในการแข่งขันที่เป็นธรรมร่วมกัน

เจ้าหนี้เงินกู้

ความคาดหวัง

- ปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลงอย่างชัดเจน และเป็นธรรม
- แจ้งให้เจ้าหนี้เงินกู้ทราบล่วงหน้าหากไม่สามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันในสัญญาเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขโดยใช้หลักความสมเหตุสมผล
- จ่ายชำระดอกเบี้ยและคืนเงินต้นตรงตามกำหนดเวลากับเจ้าหนี้เงินกู้ตลอดมา

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

ความคาดหวัง

- สินค้า และบริการที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตประจำวัน
- ให้ความรู้ ความเข้าใจด้านสุขภาพ
- ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงผลกระทบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ
- การมีช่องทางการรับข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน

เจ้าหนี้การค้า

ความคาดหวัง

- สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงของสัญญา โดยใช้วิธีการโอนเงินผ่านธนาคารใน ระบบ Media Clearing กำหนดการรับค่าสินค้าและค่าใช้จ่ายทุกวัน และโอนค่าสินค้าและค่าใช้จ่ายทุกวันที่ 15 ของเดือน

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

ลูกหนี้

ความคาดหวัง

- ปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลงอย่างชัดเจนและเป็นธรรม

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

ภาครัฐ

ความคาดหวัง

- ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
- ร่วมมือและสนับสนุนการพัฒนาโครงการและกิจกรรมสาธารณประโยชน์

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- ชำระภาษีถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลาตามข้อกำหนดของกฎหมาย
- ร่วมประชุมให้ข้อคิดเห็น และสนับสนุนกิจกรรมภาครัฐอย่างต่อเนื่อง

สื่อมวลชน

ความคาดหวัง

- การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- ดำเนินการสื่อสารถึงสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ
- นำสื่อมวลชนเยี่ยมชมกิจกรรม หรือการดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านต่าง ๆ
- สนับสนุนและมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของสื่อมวลชน



แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

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

สรุปผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2565 (ESG Metrics)

มิติสิ่งแวดล้อม

GRI Standards	ESG Indicators	Unit	1 ปี ก่อนรายงาน (e.g. 2564)	ปีที่รายงาน (e.g. 2565)
E1 นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านส่งแวดล้อม				
GRI 103	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	มี/ไม่มี	มี	มี
	จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	จำนวนกรณี	0	0
E2 การจัดการด้านพลังงาน				
GRI 302	แผนการจัดการด้านพลังงาน	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า / เชื้อเพลิง	kWh	4,241,000	4,232,565
	ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	kWh	111,656.57	110,932.25
E3 การจัดการน้ำ				
GRI 303	แผนการจัดการน้ำ	มี/ ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณการใช้น้ำ	ลูกบาศก์เมตร	48,111	53,745
E4 การจัดการขยะและของเสีย				
GRI 306	แผนการจัดการขยะและของเสีย	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณขยะและของเสีย	กิโลกรัม	1,162	1,179
E5 การจัดการก๊าซเรือนกระจก				
GRI 305	แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมของขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2	tCO2e	N/A	N/A
	การทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยหน่วยงานภายนอก	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

มิติสังคม

GRI Standards	ESG Indicators	Unit	1 ปี ก่อนรายงาน (e.g. 2564)		ปีที่รายงาน (e.g. 2565)	
S1 สิทธิมนุษยชน						
GRI 412 (Disclosure 405-1)	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน	มี/ไม่มี	มี		มี	
	สถิติพนักงานจำแนกตามเพศและสัญชาติ		หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
	จำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัท - ไทย	คน คน	N/A N/A	N/A N/A	2,932 2,932	444 444
	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาคและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0	0		
S2 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม						
GRI 401 (Disclosure 405-1)	สถิติพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ		หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
	อายุน้อยกว่า 30 ปี อายุ 30-50 ปี อายุมากกว่า 50 ปี	คน คน คน	N/A N/A N/A	N/A N/A N/A	502 2,048 382	90 308 46
	สถิติพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง		หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
	ระดับปฏิบัติการ ระดับบริหาร ผู้บริหารระดับสูง	คน คน คน	N/A N/A N/A	N/A N/A N/A	2,777 142 13	392 39 13
GRI 405	จำนวนพนักงานผู้พิการและ/ผู้สูงอายุ	คน	N/A	N/A	15	3
การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน						
GRI 405	จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน	บาท	904,390,267		1,010,888,278	
	ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	%	N/A		79%	
การพัฒนาพนักงาน						
GRI 404	แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี		มี	
	จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยขอพนักงาน	ชม./คน/ปี	1		2	
ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน						
GRI 403	แผนงาน หรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	มี/ไม่มี	มี		มี	
	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	ครั้ง	0		3	

การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน				
GRI 402	แผนการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี
	ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	%	N/A	1.98
GRI 407	จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
S3 ความรับผิดชอบต่อลูกค้า /ผู้บริโภค				
สิทธิผู้บริโภค				
GRI 102-43	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	มี/ไม่มี	มี	มี
	จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหลพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
GRI 418	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภคพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
S4 ความรับผิดชอบต่อชุมชน/สังคม				
GRI 413	นโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี
	แผนส่งเสริมการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี
	จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/สังคมพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ				
G1 นโยบาย โครงสร้างและระบบกำกับดูแลกิจการ				
จรรยาบรรณธุรกิจ				
GRI 102-17	จรรยาบรรณธุรกิจ (code of conduct)	มี/ไม่มี	มี	มี
	นโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	มี/ไม่มี	มี	มี
	จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
COM-G1 ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล				
Disclosure 418-1	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล	มี/ไม่มี	มี	มี
	ร้อยละของจำนวนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์	%	100	100
	มาตรการและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	มี/ไม่มี	มี	มี

Disclosure 418-1	ร้อยละพนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	%	100	100
	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์ พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0
G2 นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน				
GRI 102-55	นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืนระดับองค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี
G3 การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน				
GRI 102-15	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปัจจัยความเสี่ยงและโอกาสจากประเด็นด้านความยั่งยืน (ESG risks)	มี/ไม่มี	มี	มี
	ปัจจัยความเสี่ยงใหม่ (emerging riks) ที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคตอันใกล้	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
	แผนบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี
G4 การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน				
GRI 308	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี
	แผนบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี
	จรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี
GRI 414	ร้อยละของคู่ค้าสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	%	100	100

แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

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

แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ



คนดี

สร้างคุณค่าคนดี : ประพฤติ ปฏิบัติตนเป็นคนดีบนพื้นฐานความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเอง องค์กร และสังคม



สินค้าดี

สร้างมูลค่าธุรกิจ : พัฒนาคุณภาพสินค้าบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



สังคมดี

สร้างโอกาสทางสังคม : สนับสนุนกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปสู่สังคมที่เข้มแข็ง

หลักคิดสู่ความสำเร็จ

1. สู้เพื่อชนะ
2. คิดบวก
3. วินัย
4. ศรัทธา
5. รวดเร็ว
6. ซื่อสัตย์เที่ยงธรรม
7. สามัคคี

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน



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

เป้าหมายด้านความยั่งยืน



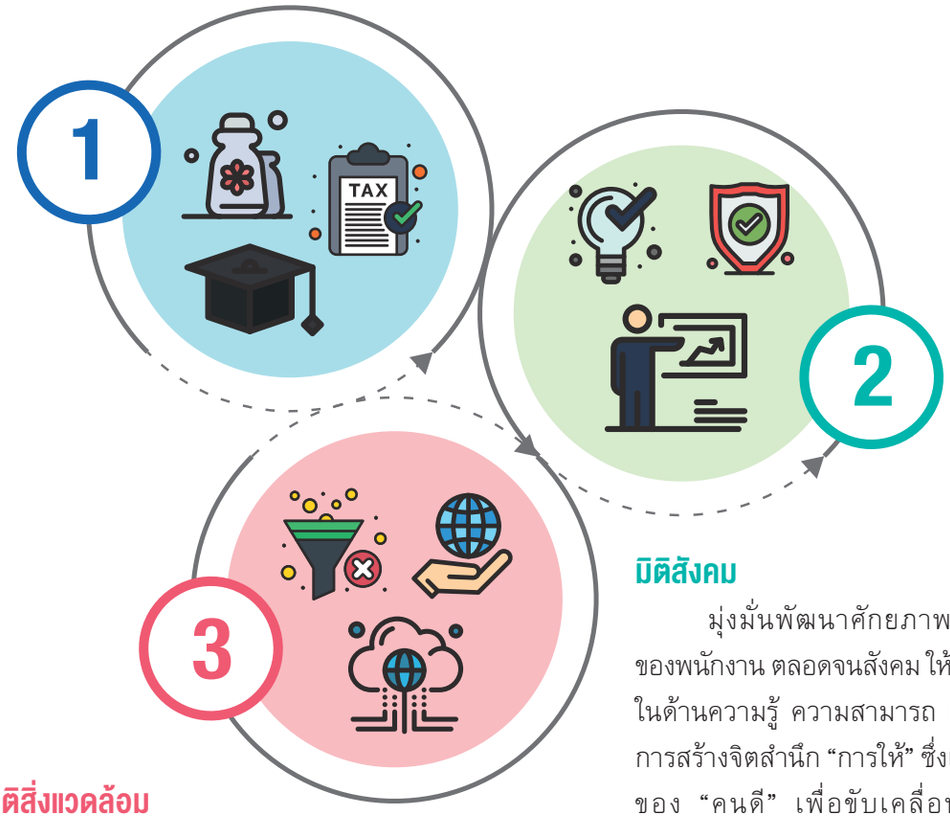
- ส่งมอบคุณภาพชีวิตที่ดีให้ผู้บริโภค โดยหลักการสำคัญของบริษัท **“คนดี สินค้าดี สังคมดี”**
- บริหารงานบนพื้นฐานแห่งความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม จริยธรรม ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล มั่นคง และเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

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

มิติธรรมาภิบาล

มุ่งเน้นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการพัฒนาพนักงานให้เป็น “คนเก่ง” ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้าด้วย “สินค้าดี” ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองลูกค้าทุกรูปแบบ รวมถึงมุ่งพัฒนาเครือข่ายธุรกิจร่วมกับคู่ค้า ลูกค้า และพัฒนาปรับเปลี่ยนระบบการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผล

- การดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การดำเนินธุรกิจอย่างมีความโปร่งใส



มิติสิ่งแวดล้อม

มุ่งมั่นสู่การเป็นองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการบริหารจัดการด้านพลังงาน น้ำ ของเสีย และขยะอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับปลูกฝังพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ให้มีจิตสำนึกในการรักษ์สิ่งแวดล้อม

- การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
- ความหลากหลายทางชีวภาพ
- การจัดการด้านพลังงาน
- แหล่งน้ำและมลพิษ
- มลพิษทางอากาศ

มิติสังคม

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

- สิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- การส่งเสริมและพัฒนาทักษะแรงงาน
- ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์
- ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

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

การกำหนดประเด็นสำคัญในรายงาน

บริษัทฯ ยึดหลักการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสำคัญ และพิจารณาปัจจัยที่ตอบสนองต่อมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อาจเกิดผลกระทบต่อประเด็นด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

การระบุประเด็น

พิจารณาจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ ผ่านกิจกรรมและโครงการในวาระต่าง ๆ ตลอดปี

ภายในองค์กร

ข้อมูลจากการประชุมผู้รับผิดชอบในประเด็นที่สำคัญกับความยั่งยืน และกลยุทธ์ของบริษัทฯ รวมทั้งการบริหารความเสี่ยงที่บริษัทฯ ต้องจัดการทั้งในระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว เพื่อบรรลุเป้าหมายที่บริษัทฯ กำหนดไว้

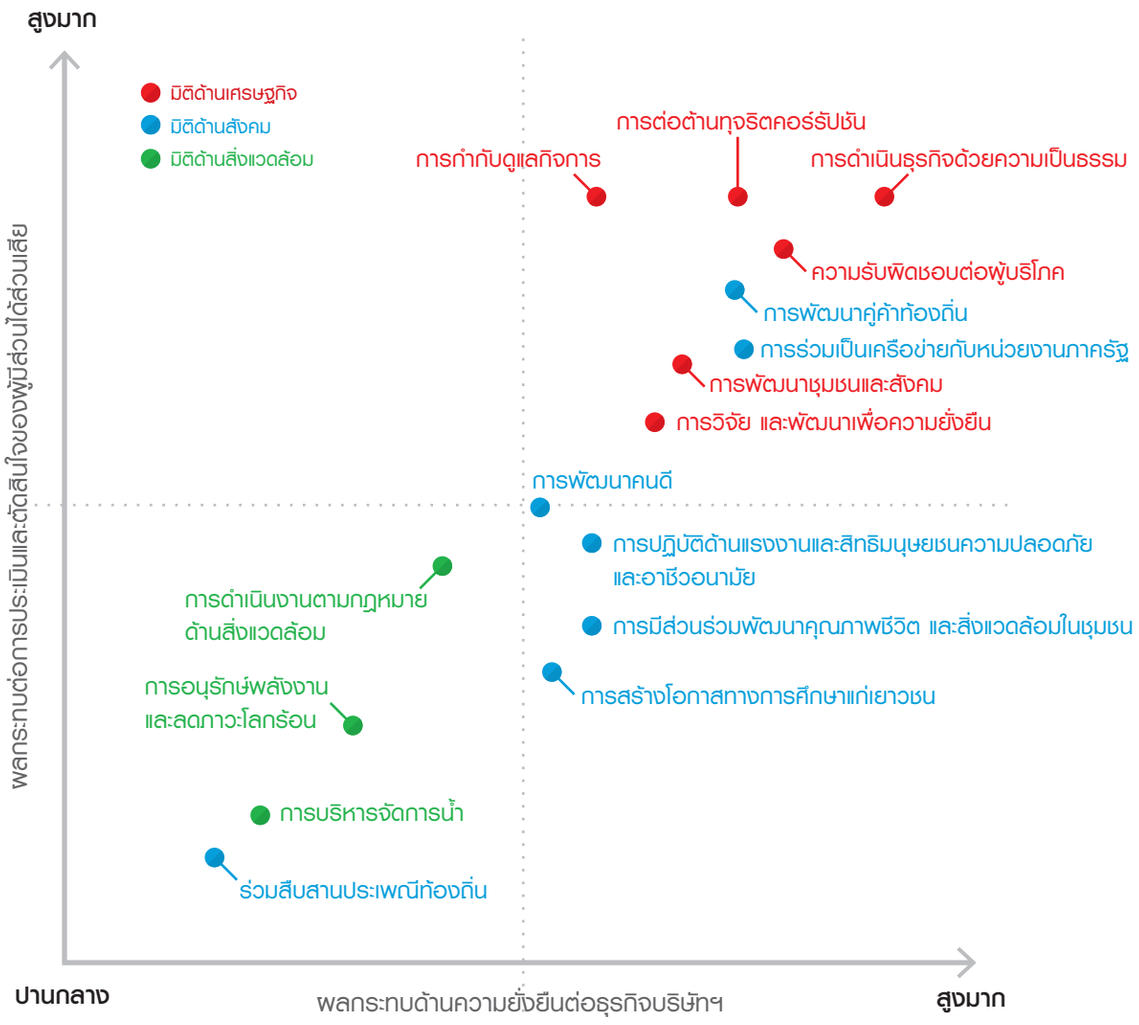
ภายนอกองค์กร

ข้อมูลจากการประชุมกับผู้รับผิดชอบในสายงานต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มต่อบริษัทฯ ด้วยการสำรวจความคิดเห็น หรือแบบประเมินผลด้านต่าง ๆ หรือจากการวบรวมข้อมูลอย่างเป็นทางการ เช่น การเสวนา หารือ ประชุม สัมมนา หรือสัมภาษณ์ตามความเหมาะสมของแต่ละกลุ่ม

การจัดลำดับความสำคัญ

นำประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาวิเคราะห์เทียบเคียงกับความสอดคล้องในประเด็น และตัวชี้วัดตามแนวทาง GRI STANDARD และ SDGs แล้วจัดลำดับความสำคัญ และคัดเลือกข้อมูลที่มีอยู่ในความคาดหวังและความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ





ความมุ่งมั่นตามกรอบฯ SDGs

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



ซึ่งเป้าหมายทั้ง 17 ข้อนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 People หรือกลุ่มด้านสังคม และความเป็นอยู่ของผู้คน

กลุ่มที่ 2 Prosperity หรือกลุ่มด้านเศรษฐกิจและความมั่นคั่ง

กลุ่มที่ 3 Planet หรือกลุ่มด้านทรัพยากรธรรมและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มที่ 4 Peace หรือกลุ่มด้านสันติภาพ

กลุ่มที่ 5 Partnership หรือกลุ่มหุ้นส่วนเพื่อการพัฒนา



ตารางความสอดคล้องกับการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)

ประเด็นที่มีนัยความยั่งยืนต่อการดำเนินธุรกิจ (คนดี : สินค้าดี : สังคมดี)		GOAL																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ด้านเศรษฐกิจ	การกำกับดูแลกิจการ			★	★						★	★	★				★	
	การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน																	★
	การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม					★	★				★						★	★
	ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค			★					★	★			★			★		★
	การวิจัย และพัฒนาเพื่อความยั่งยืน		★						★	★		★	★				★	★
	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน		★	★					★			★						★
	ICC กับสถานการณ์โควิด			★													★	
ด้านสังคม	การพัฒนาคนดี				★	★				★								
	การปฏิบัติด้านแรงงาน และสิทธิมนุษยชน				★	★	★		★	★	★	★					★	
	ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย			★									★				★	
	การพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่	★	★			★					★	★	★			★		
	การสร้างโอกาสทางการศึกษา			★	★													
	การพัฒนาคู่ค้าท้องถิ่น	★	★						★		★							
	การพัฒนาชุมชนและสังคม	★	★		★	★					★	★				★		
	ร่วมเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ	★	★		★					★						★	★	
	ร่วมสืบสานประเพณีท้องถิ่น				★													
ด้านสิ่งแวดล้อม	การดำเนินงานตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม						★					★	★	★	★	★		★
	การบริหารจัดการน้ำ	★	★	★			★					★	★	★		★		
	การอนุรักษ์พลังงาน และลดภาวะโลกร้อน							★	★			★	★	★	★	★		

การจัดการด้านความยั่งยืน ในมิติเศรษฐกิจ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการพัฒนาพนักงานให้เป็น “คนเก่ง” ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้าด้วยแบรนด์ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองลูกค้าทุกรูปแบบ มุ่งเน้นพัฒนาเครือข่ายธุรกิจ ร่วมกับคู่ค้าและลูกค้าในหลากหลายช่องทาง รวมทั้งพัฒนาปรับเปลี่ยนระบบและกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)

ข้อ 3. สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดี และส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

ข้อ 5. บรรลุความเท่าเทียมระหว่างเพศ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สตรี และเด็กหญิง

ข้อ 8. ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ ประสิทธิภาพและการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

ข้อ 9. สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความทนทาน ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม ที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม

ข้อ 12. สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

ข้อ 16. ส่งเสริมสังคมที่สงบสุข และครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิผลรับผิดชอบและครอบคลุมในทุกระดับ



หลักคิดสู่ความสำเร็จ

เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และพันธกิจ บริษัทฯ ได้กำหนด หลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนในองค์กรยึดถือในการปฏิบัติร่วมกัน ดังนี้



- **สู้เพื่อชนะ**

เสริมสร้างอุดมการณ์ให้พนักงานมีความเป็นนักสู้ ด้วยการคิดวางแผนกลยุทธ์ที่จะต่อสู้ในธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ติดตามผลและเปิดใจรับการปรับแผนการทำงานอยู่เสมอ เพื่อชัยชนะทางธุรกิจ

- **คิดบวก**

เสริมสร้างอุดมการณ์ให้พนักงานเกิดความคิดเชิงบวก ไม่มีอะไรที่จะหยุดยั้งความสำเร็จอย่างไม่มีเงื่อนไข

- **วินัย**

สร้างวินัยในการทำงาน รวมถึงการสื่อสาร และการปฏิบัติงานด้วยความเที่ยงตรงแก่องค์กร พร้อมติดตามผลปฏิบัติงาน และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

- **ศรัทธา**

เสริมทัศนคติแก่พนักงานให้เกิดความศรัทธาต่อตนเองและผู้อื่นเพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความเชื่อมั่น ความผูกพัน และบรรลุเป้าหมายในการทำงาน รวมถึงกระทำความดีทั้งต่อตนเองและผู้อื่น

- **รวดเร็ว**

พัฒนาบุคลากรให้เกิดความตระหนักถึงการตอบสนองที่รวดเร็วในการให้บริการ และตัดสินใจ โดยยึดคุณค่าของลูกค้า ด้วยความสมดุลกับความเป็นพนักงานอย่างเป็นรูปธรรม

- **ซื่อสัตย์ เที่ยงธรรม**

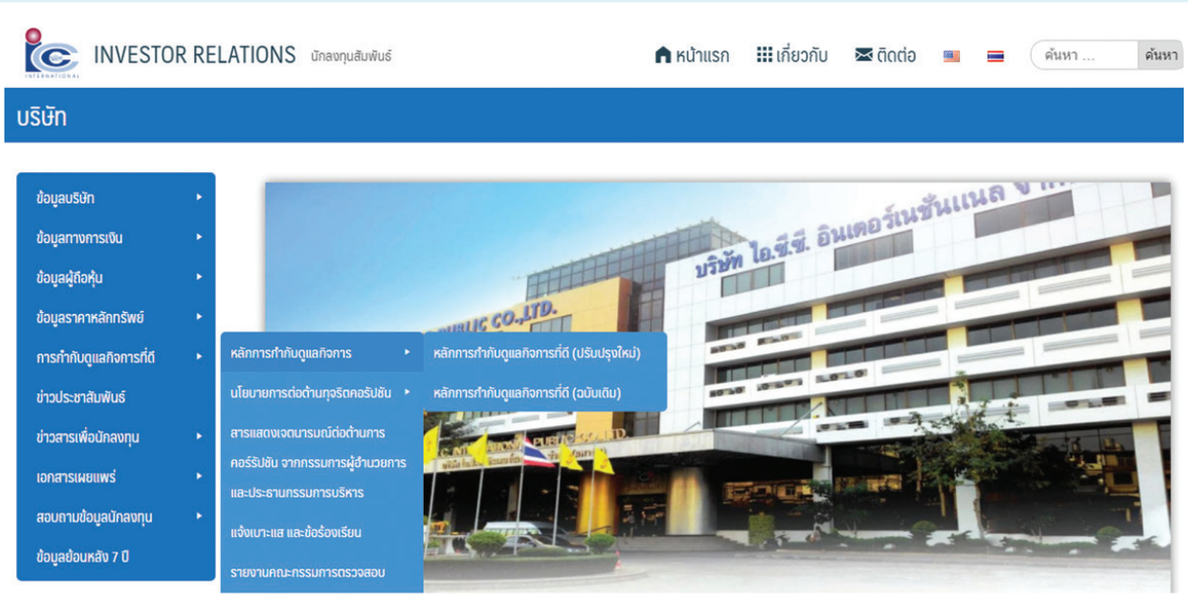
ปลูกฝังให้พนักงานมีความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น องค์กร สังคม รวมถึงประเทศชาติทั้งในที่ลับและในที่แจ้ง

- **สามัคคี**

สร้างวิธีคิดที่มุ่งไปในทิศทางเดียวกับองค์กร ด้วยความร่วมแรงร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมทำเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

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 และคู่ค้า
2. นำเสนอวีดิทัศน์หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่
3. อบรมพนักงานทุกคน พร้อมมีข้อกำหนดให้พนักงานทุกคนทำแบบทดสอบทบทวนข้อมูล ผ่านระบบ e-learning
4. เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของบริษัท www.icc.co.th บนคอลัมน์ “นักลงทุนสัมพันธ์” และ “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

การบริหารจัดการด้านความเสี่ยง

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



การดำเนินงานในปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยขยายการวางระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) Phase II เพื่อครอบคลุมโมดูลงาน เพื่อทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงทางทุจริต และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน

ความมุ่งหวัง

เพื่อสนับสนุนการดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นดำเนินการตามกรอบการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้บุคลากรในองค์กร สามารถปฏิบัติงานและลดความเสี่ยงต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิผล

(รายละเอียดเพิ่มเติม ดูได้ที่ แบบ 56-1 One-Report ประจำปี 2565)

รายละเอียดเพิ่มเติม ดูได้ที่ แบบแสดงรายการประจำปี/รายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One Report)

นโยบายต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

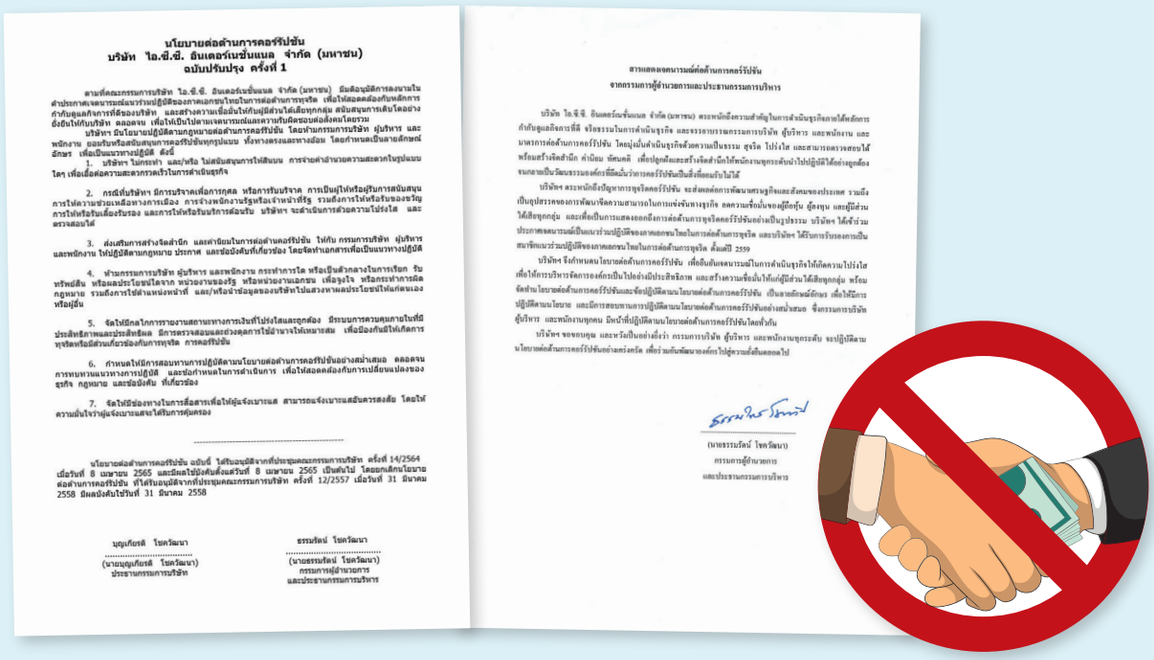
“ความซื่อสัตย์” เป็น 1 ในหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการของบริษัทฯ การให้ความสำคัญในด้านการจัดการภายในและดำเนินธุรกิจจึงยึดมั่นแนวทางการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษร และเริ่มสื่อสารให้ “งดเว้นการให้ของขวัญแก่กรรมการบริษัทฯ ผู้บริหาร หรือพนักงานของบริษัทในทุกโอกาส” ไปยังพนักงาน คู่ค้า และบุคคลภายนอกที่ติดต่อธุรกิจกับบริษัทฯ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งการติดประกาศ จดหมายอีเมล และเว็บไซต์ เป็นต้น



รวมถึงกำหนดให้มีระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสชัดเจนและเป็นธรรม มีข้อกำหนดในการเสนองานจัดซื้อจัดจ้าง และมีแนวทางการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสสำหรับคู่ค้าอย่างชัดเจน มีการจัดทำทะเบียนราคากลางของวัสดุอุปกรณ์ การเปรียบเทียบราคาจัดซื้อ การประกวดราคาจัดจ้างการก่อสร้าง หรือตกแต่งร้านทั้งในกรณีปกติและกรณีเร่งด่วน ซึ่งผู้บริหารและพนักงานมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามระบบที่วางไว้อย่างเคร่งครัด กรณีตรวจพบการไม่ปฏิบัติตามระบบโดยเจตนาทุจริต ถือเป็นความผิดร้ายแรงทางวินัยของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ส่วนงานจัดซื้อจัดจ้าง ยังได้จัดตั้งกิจกรรม **“วันนักพัฒนา”** ภายใต้จุดมุ่งหมายเพื่อให้คู่ค้าหน้าใหม่ที่มีความสนใจร่วมลงทุน ได้เข้ามานำเสนอสินค้าตอบรับเจตนารมณ์และปฏิบัติตามในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตามที่บริษัทฯ ได้ตั้งไว้

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


นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน
บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 1

สารแสดงเจตนารมณ์ต่อต้านการคอร์รัปชัน
จากกรรมการผู้อำนวยการและประธานกรรมการบริหาร

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



และเพื่อแสดงความตระหนักถึงปัญหาคอร์รัปชัน บริษัทฯ ร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ และปลูกฝังให้พนักงานภายในองค์กรตระหนักรู้ถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้สร้างคาแรกเตอร์เพื่อเป็นตัวแทนของโครงการ และสร้างภาพเตือนใจแก่พนักงานในองค์กร ดังนี้

การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการต่อต้านธุรกิจคอร์รัปชัน



- จัดอบรมคู่ค้า เพื่อขยายแนวร่วมการต่อต้านคอร์รัปชัน



- จัดอบรม “จริยธรรมในการทำงานสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน” สำหรับผู้บริหารและพนักงาน



- จัดกิจกรรมวันต่อต้านคอร์รัปชัน “ผู้นำ...กับการปราบโกง” ประจำปี 2565

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

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

การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม



บริษัทฯ มุ่งเน้นในการประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม มีจรรยาบรรณ และตั้งมั่นที่จะแข่งขันทางการค้าตามหลักจริยธรรมในการประกอบการการค้า กฎหมาย และหลักการแข่งขันทางการค้าอย่างเสมอภาคกัน รวมถึงปฏิเสธพฤติกรรมที่จะขัดขวางการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม เช่น การแสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้า การเรียก รับ และให้ผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่ถูกต้อง และไม่สุจริต

บริษัทฯ มีแนวปฏิบัติที่ไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่มีการลอกเลียนแบบ หรือนำทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาใช้ในธุรกิจโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยในปี 2559 บริษัทฯ ได้ริเริ่มให้มีการจัดประกวดนวัตกรรมไอ.ซี.ซี. (รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้ที่หน้า 41) และสนับสนุนให้พนักงานส่งนวัตกรรมเข้าประกวดในเวทีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทฯ ตระหนักว่าความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญอันนำมาสู่ความสำเร็จของบริษัทฯ อย่างยั่งยืน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจด้านการผลิต จำหน่ายสินค้า และบริการที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

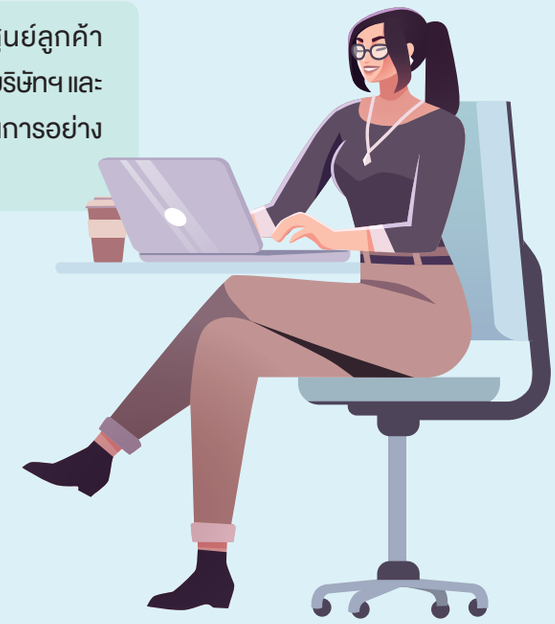
2. ดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่น พัฒนาสินค้า และบริการ คิดค้นนวัตกรรม เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้า และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจโดยไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง

3. ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือความซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม และไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของลูกค้า รักษาความลับทางการค้าของลูกค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ต่อเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ

4. ไม่เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดที่ไม่สุจริตจากลูกค้า ทั้งทางตรงและทางอ้อม

5. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้า ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ ให้รีบแจ้งลูกค้าล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

6. จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร “ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์” เพื่อให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม



การวิจัยและพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

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

ซึ่งในปี 2565 บริษัทฯ ได้มีการจัดประกวดนวัตกรรม ไอ.ซี.ซี. ขึ้นในรูปแบบของออนไลน์ และได้ส่งเข้าประกวดในโครงการนวัตกรรมเครือสหพัฒน์ (Chairman Awards) ประจำปี 2565 (ครั้งที่ 18) จำนวน 4 ผลงาน และได้รับรางวัล ดังนี้

- **ประเภท System & Process**
  - นวัตกรรม E-Statement to Customer (รางวัลชมเชย)
    เป็นนวัตกรรมที่คิดค้นและพัฒนาโดยฝ่ายบัญชี มีวัตถุประสงค์เพื่อลดการจัดทำเอกสารในรูปแบบของกระดาษ และลดขั้นตอนในการทำงาน รวมถึงลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับเอกสาร เช่น ค่ากระดาษ ค่าน้ำหมึกที่ใช้พิมพ์ ค่าบริการในการจัดส่ง และค่าแรงในการจัดทำ
  - นวัตกรรม ระบบบริหารจัดการสินค้า
    ฝ่ายสำนักงาน ภูมิภาคนครสวรรค์ ได้พัฒนาระบบบริหารจัดการสินค้าขึ้น โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามนโยบายของผู้บริหาร เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเรียกใช้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง ลดขั้นตอนในการเข้าถึงข้อมูล ลดความซับซ้อน สะดวกโดยสามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือ
- **ประเภท Corporate Social Responsibility (CSR)**
  - นวัตกรรม รองเท้าจากเส้นใยสับปะรด
    ฝ่ายรองเท้า ได้ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะเส้นใยสับปะรด ซึ่งมักเป็นวัตถุดิบที่ถูกทิ้งในกระบวนการแปรรูปเสมอ และได้เล็งเห็นถึงคุณสมบัติของเส้นใยที่มีความเหนียว ทนทาน จึงได้นำมาพัฒนาต่อเป็นรองเท้า เพื่อเพิ่มรูปแบบของสินค้า สร้างโอกาสทางการขาย และสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งนวัตกรรมนี้ ยังอยู่ในขั้นตอนการรวบรวมความคิดเพื่อผลิตจริง
- **ประเภท Sales & Marketing**
  - นวัตกรรม การขายป้ายยา (Impulsive Buying)
    ฝ่ายเครื่องสำอาง BSC Cosmetology ได้พัฒนากลยุทธ์ในการขายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยนำราคาโปรโมชั่นไปทำการวิจัยกับกลุ่มผู้บริโภค เพื่อหาราคาที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อง่ายที่สุด และได้นำราคาดังกล่าวมาจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายจริงผ่านเฟซบุ๊ก จากการทดลองใช้กลยุทธ์การขายแบบป้ายยาในเดือนมิถุนายน 2564 เป็นต้นมา ส่งผลให้ยอดขายสินค้าทางเฟซบุ๊กเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะ

การดำเนินงานในปี 2565

บริษัทฯ ในฐานะผู้ริเริ่มจัดประกวดโครงการด้านนวัตกรรม ประจำเครือสหพัฒน์ ได้จัดทำเว็บไซต์ www.sahainnovation.icc.co.th ขึ้น ในปี 2564 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในเครือสหพัฒน์ รวมถึงองค์ความรู้ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำข้อมูลเพื่อใช้ในการประกวด โดยพนักงานในเครือฯ และบุคคลทั่วไป สามารถเข้าชมเว็บไซต์ได้

เป้าหมาย

ในปี 2566 บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาเว็บไซต์ www.sahainnovation.icc.co.th ให้มีความทันสมัยเพื่อรองรับกระแสความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และพัฒนาระบบให้มีศักยภาพเพื่อให้พนักงานในบริษัทฯ ตลอดจนบุคคลทั่วไป สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก ปลอดภัย และเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อไป



นวัตกรรมสินค้า



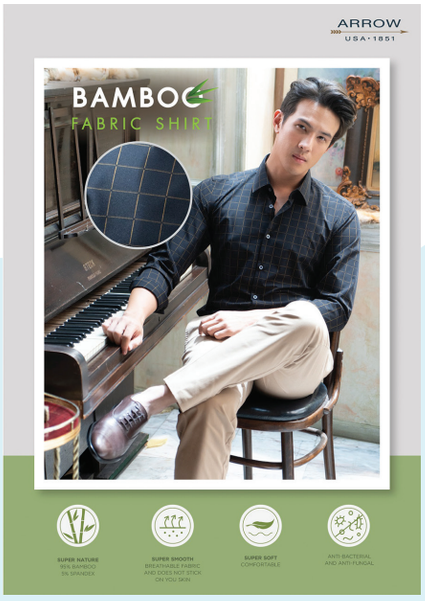


Enfant

อองฟองต์ ให้ความสำคัญกับคุณภาพ สุขอนามัย ความปลอดภัยและพัฒนาการที่ดีของเด็ก เราจึงมุ่งมั่นค้นคว้าและพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและของใช้สำหรับเด็กที่ตอบสนองความต้องการในทุกมิติ ภายใต้แนวคิด “Pure Gentle Safe” โดยในปี 2565 อองฟองต์ได้นำเสนอนวัตกรรม ดังนี้

- นวัตกรรม “Enfant Organic Cotton Bamboo” เนื้อผ้าที่ได้จากการปลูกฝ้ายไม่ใส่สารเคมี ผสมกับเส้นใยไผ่ (Bamboo fiber) ที่มีสารป้องกันแบคทีเรียตามธรรมชาติ ย้อมและพิมพ์ลวดลายด้วยสีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้ได้เนื้อผ้าที่นุ่มสบาย ระบายอากาศได้ดี ปลอดภัยไม่ระคายเคืองต่อผิว
- นวัตกรรม Soft Flex เป็นการผสานคุณค่าของเส้นใยฝ้าย (Cotton) 95% ที่มีคุณสมบัติเด่นในเรื่องความนุ่มสบาย ระบายอากาศดี ไม่อับชื้น และ สแปนเด็กซ์ (Spandex) 5% ช่วยให้ผ้ามีความยืดหยุ่น คล่องตัวทุกการเคลื่อนไหว ไม่สร้างความอึดอัด





ABSORBA Petit Chou

ใส่ใจวัยแรกเกิดด้วยผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายสำหรับเด็กอ่อน Absorba ที่ทุกชิ้นผลิตจากเส้นใยฝ้ายคุณภาพสูง 100% นำมาตัดเย็บอย่างประณีต มันเงาอย่างเป็นธรรมชาติด้วยนวัตกรรม NATURAL SOFT & SHINE สวมใส่สบาย ระบายอากาศได้ดี ไม่รู้สึกอึดอัด และยังช่วยลดการระคายเคืองต่อผิวอันบอบบางของลูกน้อยได้เป็นอย่างดี

ARROW Bamboo Collection

นวัตกรรมล่าสุดจากเครื่องแต่งกายบุรุษ Arrow ที่นำเนื้อผ้าจากเส้นใยไผ่ ผสมกับเส้นใยไมโครไฟเบอร์ กลายเป็นคอลเล็กชัน Bamboo Shirt ที่มีคุณสมบัติช่วยยับยั้งแบคทีเรีย ป้องกันอันตรายจากรังสียูวีตลอดอายุการใช้งาน เนื้อผ้าระบายอากาศได้ดี และคืนจากรอยยับ เรียบง่าย ไม่เปลืองแรงรีด

นโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง อย่างยั่งยืน

บริษัทฯ กำหนดโยบายการจัดซื้อจัดจ้างให้เป็นไปอย่างยุติธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ เพื่อให้เป็นไปอย่างยั่งยืน รวมถึงส่งเสริมและสนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างกับคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีธรรมาภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environmental Social and Governance: ESG) เพื่อให้องค์กรและคู่ค้าเติบโตอย่างมีศักยภาพอย่างยั่งยืน

ในปี 2565 บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบการจัดการ รวมถึงตั้งราคากลางของกลุ่มงานจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อลดต้นทุนบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ (Cost Saving) และเพื่อรองรับระบบ RFQ (Request for Quotation) ซึ่งราคากลางดังกล่าวใช้สำหรับอ้างอิงในการสั่งซื้อสินค้า จำแนกตามหมวดหมู่คู่ค้า ดังนี้

กลุ่มงานจัดจ้าง ได้แก่

- งานโครงสร้าง
- งานดิสเพลย์
- งานติดตั้งจอภาพแสดงผลทางอิเล็กทรอนิกส์

เช่น LED เป็นต้น

กลุ่มงานจัดซื้อ ได้แก่

- งานของขวัญและของสมนาคุณ
- งานพิมพ์
- เครื่องใช้ไฟฟ้า
- งานดิสเพลย์เพื่อการขาย
- อุปกรณ์สำนักงาน

กระบวนการคัดเลือกคู่ค้า / การจัดหาสินค้าและซัพพลายเออร์

1. สื่อสารความคาดหวัง และสรรหา โดยคัดเลือกจากหลากช่องทาง



สื่ออินเตอร์เน็ต



งานแสดงสินค้า
การออกร้านต่าง ๆ



แนะนำของพนักงาน
ภายในบริษัทฯ และคู่ค้า



รายชื่อผู้ผลิตสินค้า
ที่ติดบนฉลากสินค้า

2. คัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ ตรงตามนโยบายการจัดซื้อ-จัดจ้าง

3. ให้ความรู้ ความเข้าใจกับคู่ค้าและทำสัญญารับทราบนโยบายบริษัทฯ ผ่านกิจกรรม “วันนักพัฒนา”

4. สร้างความผูกพัน และสร้างรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว

ผลการดำเนินงานด้านงานจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

- **ในปี 2565 บริษัทมีคู่ค้าทั้งหมด จำนวน 373 ราย แบ่งเป็นคู่ค้าใหม่ จำนวน 120 ราย คิดเป็น 78.95%**



- **ในปี 2565 บริษัทสามารถประหยัดรายจ่ายได้ 556,515.22 บาท โดยเป็นกลุ่มงานจัดซื้อ จำนวน 177,731 บาท และกลุ่มงานจัดจ้างประหยัดได้ 378,784.22 บาท**

การจัดซื้อ-จัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



- งานพิมพ์ จากเดิมบริษัทฯ มีการใช้วัสดุ PP Board เป็นวัสดุหลักในการทำป้ายสื่อโฆษณาดิสเพลย์ ตั้งแต่ปี 2564เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนเป็นกระดาษลูกฟูก หรือกระดาษรวงผึ้ง ซึ่งเป็นวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติ ย่อยสลายง่าย ไม่ก่อให้เกิดมลพิษในการทำลาย



- งานของขวัญและของสมนาคุณ จากเดิมบริษัทฯ เลือกใช้ ถุงพลาสติก และผ้าสปันบอนด์เป็นหลัก ในปี 2565 ได้มีการปรับเปลี่ยน โดยรณรงค์ให้แบรนด์ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายง่าย หรือสามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ เช่น ถุงผ้าพรีเมียม เป็นต้น



- งานผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่าย บริษัทฯ ร่วมกับคู่ค้าส่งเสริมการใช้ผ้าที่มีส่วนผสมของเส้นใยพลาสติก ซึ่งได้จากการนำขวดพลาสติกเหลือใช้มาผลิต โดยได้นำผ้าที่ได้มาตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น แบรนด์ ARROW Upcycling Collection และแบรนด์ WBG T-shirt Collection



เป้าหมายในปี 2566

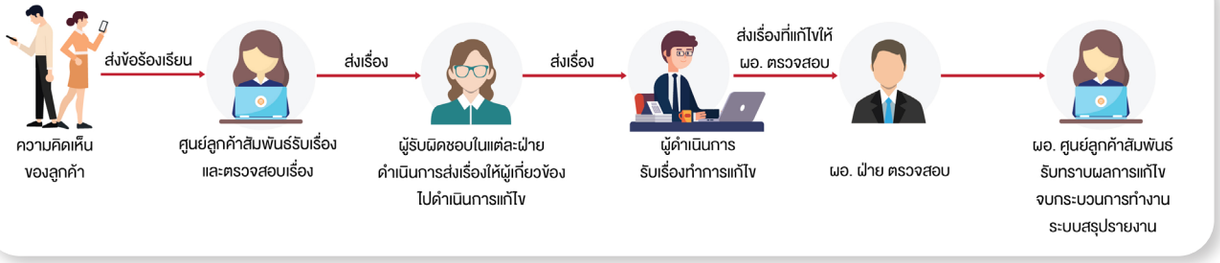
บริษัทฯ คำนึงถึงความยั่งยืนในทุกๆ มิติ รวมถึงการคัดเลือกคู่ค้า จึงได้มีแผนจัดตั้งทีม Visit Supplier ขึ้น เพื่อตรวจสอบและประเมินการดำเนินงานของคู่ค้า (ESG Audit) โดยจะออกเยี่ยมคู่ค้ากลุ่มงานจัดซื้อสัปดาห์ละ 1 ครั้ง และสำหรับกลุ่มงานจัดจ้าง เดือนละ 2 ครั้ง

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์



เพราะการบริการ คือ หัวใจสำคัญในการทำธุรกิจ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) จึงไม่เพียงแค่จัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นและความงามที่คำนึงถึงคุณภาพสินค้าที่ดี ราคาที่เป็นธรรม และความรับผิดชอบที่มีต่อทุกผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเท่านั้น เรายังคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดจากสินค้าและการให้บริการทั้งขณะใช้สินค้าและหลังการขายอีกด้วย

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



และเพื่อให้สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางในการติดต่อที่หลากหลาย โดยสามารถติดต่อศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ได้ตามช่องทางดังต่อไปนี้

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

ผลการดำเนินงานในปี 2565

- พบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำยาซักผ้า Essence บริษัทฯ มีการแก้ปัญหาด้วยการนำข้อร้องเรียน ส่งต่อให้กับบริษัทผู้ผลิตสินค้าเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการมากยิ่งขึ้น

- ร้องเรียนเกี่ยวกับการบริการของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ ARROW บริษัทฯ ได้ตักเตือนพนักงานคนดังกล่าว และได้นำหัวข้อในข้อร้องเรียนมาเป็นส่วนหนึ่งในการอบรมพนักงานขายใหม่ เพื่อป้องกันการเกิดความผิดซ้ำ และเพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานและการให้บริการของพนักงานขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เป้าหมาย

ในปี 2566 บริษัทฯ มุ่งหวังที่จะสร้างนวัตกรรมในการปรับปรุง และผลิตสินค้าใหม่ตลอดจนพัฒนามาตรฐานในการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทั้งขณะใช้สินค้าและหลังการขาย โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะไม่พบการร้องเรียนไม่ว่าในกรณีใด

การให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขาย

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

บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายอยู่ที่ระดับร้อยละ 80 ขึ้นไป (คิดตามสัดส่วนเคาน์เตอร์ของแต่ละแบรนด์) โดยใน 1 ปี บริษัทจะทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขาย จำนวน 2,000 ราย (ขั้นต่ำ 15 ราย / เคาน์เตอร์แบรนด์)

เกณฑ์ในการประเมิน



- **สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์**

  สอบถามทางโทรศัพท์จากกลุ่มลูกค้าสมาชิก His&Her ที่สะสมคะแนนจากการซื้อสินค้าภายใต้การจัดจำหน่ายของบริษัทฯ ในรอบ 3 เดือน (สุ่มประเมิน)



- **สอบถามจากหน้าร้าน (On Site)**

  สอบถามจากลูกค้าที่มีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานขายภายในร้านค้า โดยไม่กำหนดว่าจะต้องซื้อสินค้าหรือไม่



เป้าหมายปี 2566

บริษัทฯ ยังคงทบทวนระบบบริหารคุณภาพ เพื่อกำหนดแผนงานปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม

การพัฒนาและดูแลพนักงานปี 2565

ตารางอัตราพนักงาน

พนักงานรวมทั้งหมด **3,376 คน**

พนักงานสำนักงาน **1,140 คน**

พนักงานขาย **2,236 คน**

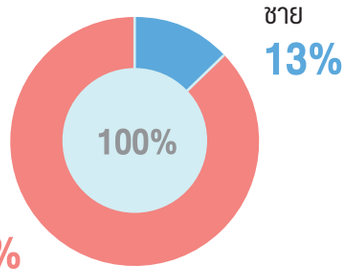
อายุพนักงานเฉลี่ย **ระหว่าง 30-50 ปี**

เป็นพนักงาน **สัญชาติไทย** ทั้งหมด

ตารางสถิติและอัตราพนักงาน จำแนกตามเพศ

ชาย **444 คน**

หญิง **2,932 คน**



พนักงานสำนักงาน:

ชาย **251 คน**

หญิง **889 คน**

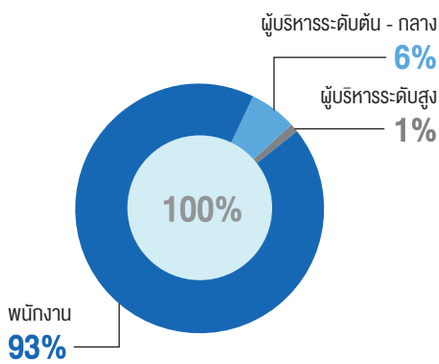
พนักงานขาย:

ชาย **193 คน**

หญิง **2,043 คน**

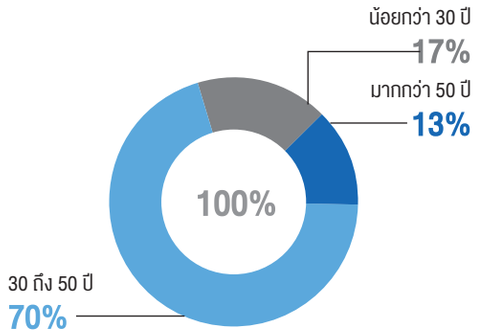
ตารางสถิติและอัตราพนักงาน จำแนกตามระดับ

อายุ	ชาย	หญิง
ผู้บริหารระดับสูง	13	13
ผู้บริหารระดับต้น - กลาง	39	142
พนักงาน	392	2,777
รวม	**444**	**2,932**



ตารางสถิติพนักงาน จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	ชาย	หญิง
มากกว่า 50 ปี	46	382
30 ถึง 50 ปี	308	2,048
น้อยกว่า 30 ปี	90	502
รวม	**444**	**2,932**



จำนวนผู้พิการ


ชาย **3 คน**


หญิง **15 คน**

จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน ทั้งหมด
1,010,888,278 บาท แบ่งเป็น
พนักงานชาย **157,037,428** บาท
พนักงานหญิง **853,850,850** บาท




จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
2,643 คน
คิดเป็น 79% ของพนักงานทั้งหมด


จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อพนักงาน
1,866 คน
คิดเป็น 56% ของพนักงานทั้งหมด


อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน 3 ครั้ง
คิดเป็น **0.0827 LTIFR**
(กรณี 1 ครั้ง / 200,000 ชั่วโมง)


จำนวนชั่วโมงการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพโดยเฉลี่ยของพนักงาน
944 ชั่วโมง
คิดเป็น 2 ชั่วโมง / คน / ปี


สถิติการลาออกและการต่อเกษียณ

- การลาออกอย่างสมัครใจ
  คิดเป็น ร้อยละ 1.98
  ของพนักงานทั้งหมด
- จำนวนพนักงานเกษียณ ทั้งสิ้น 53 คน
  ต่อเกษียณ **22 คน**
  คิดเป็น 41.51%
- จำนวนกรณีพิพาทด้านแรงงาน **ไม่มี**

อัตราการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพโดยเฉลี่ยของพนักงาน จำแนกตามระดับ

ผู้บริหารระดับสูง	196	ชั่วโมง
ผู้บริหารระดับกลาง	141	ชั่วโมง
ผู้บริหารระดับต้น-กลาง	146	ชั่วโมง
พนักงาน	461	ชั่วโมง


จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ
2,213,646 บาท

การให้

บริษัทฯ ในฐานะผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฟชั่นและความงามชั้นนำ นอกจากการดำเนินงานในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนโดยมีหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ เป็นแนวทางในการมุ่งสู่เป้าหมาย (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 33) แล้วการดำเนินพันธกิจด้านสังคมเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความใส่ใจและไม่มองข้าม รวมถึงยังมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้บุคลากรภายในองค์กรมีจิตสำนึกของการเป็น “ผู้ให้” เป็นผู้มีจิตอาสาด้วยการเป็นกำลังสำคัญในการให้ความช่วยเหลือ และริเริ่มในการจัดกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และสาธารณประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ

ในปี 2565 บริษัทฯ ได้ดำเนินงานภายใต้แนวคิดในเรื่อง “การให้” โดยมุ่งเน้นส่งเสริมการตระหนักรู้ สร้างความสามัคคี และศรัทธาให้กับบุคลากรภายในองค์กร ด้วยการเผยแพร่ปรัชญาของ ดร. เทียม โชควัฒนา ผู้ก่อตั้ง และการนำหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการของคุณบุญเกียรติ โชควัฒนา ประธานกรรมการ เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ วารสารสายใย บอร์ดประชาสัมพันธ์ ประกาศเสียงตามสาย รวมถึงช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊กเพจ และไลน์ โดยได้มีการอัพเดตเพื่อให้ทันสมัยอยู่เสมอ







“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 และการประเมินผลเพื่อวัดประสิทธิภาพในการทำงานให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้



ผลการดำเนินงานในปี 2565

- จำนวนชั่วโมงการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพโดยเฉลี่ยของพนักงาน 944 ชั่วโมง คิดเป็น 2 ชั่วโมง / คน / ปี
- จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ 2,213,646 บาท

สถิติการอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากร

	2563		2564		2565	
	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน
พนักงานประจำ	55	1,149	316	2,192	461	2,074
ผู้บริหารระดับต้น	59	292	72	315	146	163
ผู้บริหารระดับกลาง	63	140	21	182	141	85
ผู้บริหารระดับสูง	32	861	21	39	196	44

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

โครงการ ICC Enter “train” ment

จากนโยบายบริษัทฯ ที่ต้องการปลุกระดมความคิดบวกให้กับพนักงานขายทั่วประเทศ ในช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่วนงานพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท จึงได้พัฒนาช่องทางการสื่อสารกับพนักงานขายทั่วประเทศขึ้นมาใหม่ โดยจัดทำเฟซบุ๊กกลุ่มปิดในชื่อ “ดูแล้วรวย” ภายใต้คอนเซ็ปต์ Enter “train” ment เพื่อสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ กับพนักงานขายทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการอบรมแบบคลาสรูม

โครงการ ICC Enter “train” ment จึงได้ถูกจัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ปลุกพลังความคิดบวก และเพื่อเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่าง ๆ โดยพนักงานขายทั่วประเทศสามารถรับชมได้ผ่านทางสมาร์ทโฟนในทุกที่ ทุกเวลา



ปัจจุบันโครงการ ICC Enter “train” ment มีสมาชิกเข้าร่วมซึ่งเป็นพนักงานขาย จำนวนทั้งสิ้น 1,791 คน

เป้าหมายในปี 2566

โครงการ ICC Enter “train” ment มีเป้าหมายในการพัฒนาให้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างแบรนด์ผลิตภัณฑ์กับพนักงานขาย ทั้งในเรื่องของการขาย การบริการ การให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า และเกร็ดความรู้ต่าง ๆ โดยจะคงคอนเซ็ปต์ตามรูปแบบของ Enter “train” ment

โครงการ Diamond Crown Awards

ริเริ่มขึ้นครั้งแรกในปี 2548 โดยส่วนงานพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท ได้คัดเลือกพนักงานขายผู้มีความสามารถมาร่วมโครงการ โดยมีแผนงานเพื่อกระตุ้น และติดตาม ให้พนักงานขายสามารถทำยอดขายให้เติบโตมากขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาหลักคิดวิธีการสร้างยอดขายและการบริการ โดยคุณสมบัติของพนักงานที่จะเข้าร่วมโครงการ จะต้องทำยอดขายได้ถึงเป้าหมายอย่างน้อย 6 เดือนในปีที่ผ่านมา และผู้ที่ได้รับรางวัลต้องสามารถทำยอดขายในปีที่ร่วมโครงการถึงเป้าหมายอย่างน้อย 9 ใน 12 เดือนขึ้นไป

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

ปี 2563
จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 213 คน
ยอดขาย 508,273,987 ล้านบาท



ปี 2564
จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 233 คน
ยอดขาย 744,359,068 ล้านบาท



ปี 2565
จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 351 คน
ยอดขาย 785,544,248 ล้านบาท



ทั้งนี้การจัดตั้งโครงการ Diamond Crown Awards นั้นมีส่วนช่วยกระตุ้น และสร้างแรงบันดาลใจให้มีพนักงานขายเก่งมากยิ่งขึ้น ซึ่งโครงการนี้นอกจากจะเป็นการเพิ่มศักยภาพทั้งส่วนบุคคลแล้ว ยังสามารถทำให้องค์กรเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

หลักสูตรการพัฒนาศักยภาพและทักษะ

ปัจจุบันแม้จะยังมีการแพร่ระบาดของโควิด 19 แต่การอบรมพนักงานยังเป็นสิ่งจำเป็นอยู่เสมอ ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท จึงได้มีการจัดอบรม และพัฒนาพนักงานแบบ New Normal ตามมาตรการ Social Distancing ด้วยการนำเทคโนโลยี และ Application ต่าง ๆ เข้ามาใช้ควบคู่ไปกับการอบรมแบบออฟไลน์ และ Classroom โดยแบ่งออกเป็นโครงการ และหลักสูตรอบรมขั้นพื้นฐาน หลักสูตรเฉพาะสำหรับพนักงานขาย และหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะ (Up-skill & Re-skill) ดังนี้

โครงการพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning)

เป็นโครงการอบรมที่มีระยะเวลาในการอบรมต่อเนื่องมาตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2564 ถึงเดือนเมษายน 2565 สำหรับผู้บริหารกลุ่ม Successor โดยวิทยากรภายนอก อาจารย์ปรีดิ์ฤทัย เหล่าพูนพัฒน์ และอาจารย์ชวัลณัฐ เหล่าพูนพัฒน์ ด้วยการอบรมในรูปแบบ Classroom





หลักสูตรอบรมด้านพื้นฐาน

1. หลักสูตรปฐมนิเทศพนักงานขายใหม่

เป็นหลักสูตรอบรมทุกวันจันทร์แรกของเดือน โดยวิทยากรภายใน ผ่านช่องทางการอบรมในรูปแบบ Classroom สำหรับพนักงานขายกรุงเทพฯ และ Online ผ่านระบบ Zoom สำหรับพนักงานขายต่างจังหวัด

2. หลักสูตรจริยธรรมในการทำงานสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน

อบรมโดยวิทยากรภายนอก อาจารย์ ธนกฤต เพิ่มพูนขันติสุข สำหรับพนักงานทุกระดับ ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Zoom





3. หลักสูตรการป้องกันอัคคีภัยและการอพยพหนีไฟ

อบรมโดยวิทยากรภายนอก คุณธราธร ลีกระจ่าง นักชำนาญการดับเพลิง สถานีดับเพลิงยานนาวา สำหรับผู้นำในการอพยพหนีไฟ และอบรมผ่านช่องทาง ICC e-learning สำหรับพนักงานทุกระดับ



4. หลักสูตรการสร้างความตระหนักเกี่ยวกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

อบรมโดยวิทยากรภายนอก คุณเอกรัตน์ บุณยรัตนกลิน บริษัทตรวจสอบภายในธรรมนิติ จำกัด สำหรับผู้บริหารและพนักงานในทุกระดับในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Zoom และออฟไลน์



5. หลักสูตรการปฏิบัติงานของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล

อบรมโดยวิทยากรภายนอก คุณเอกรัตน์ บุณยรัตนกลิน บริษัทตรวจสอบภายในธรรมนิติ จำกัด สำหรับพนักงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Zoom

หลักสูตรสำหรับพนักงานขาย

1. หลักสูตร ขั้นตอนการใช้งาน Application ICC CSG APP

อบรมโดยวิทยากรภายใน เพื่อให้พนักงานขายประจำบริษัทฯ ได้เข้าใจขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับการทำงาน ด้วยการอบรมในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Facebook Live และ ICC e-learning



หลักสูตร Up Skill และ Re Skill

1. หลักสูตร Chanel Manager 360 องศา

อบรมจำนวน 4 ครั้ง 3 หัวข้อโดยวิทยากรภายในได้แก่ หัวข้อ Step in Leader หัวข้อโปรแกรมที่ใช้ในการทำงานของ CM หัวข้อระเบียบอำนาจการอนุมัติที่เกี่ยวข้องกับ CM และอบรมโดยวิทยากรภายนอก 1 หัวข้อ Empathic Communication การสื่อสารให้ได้ใจและได้งาน โดยอาจารย์ชวัลณัฐ เหล่าพูนพัฒน์ ด้วยการอบรมในรูปแบบ Classroom





2. หลักสูตร Area Manager AM3C to be Leader

อบรมโดยวิทยากรภายใน จำนวน 3 ครั้ง เพื่อให้พนักงานระดับ Area Manager รู้จักบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบและความสำคัญของ AM ต่อความสำเร็จในองค์กร รู้จักตนเอง เข้าใจผู้อื่น และเรียนรู้การสื่อสารให้ได้ใจให้ได้งาน ด้วยการอบรมในรูปแบบ Classroom







3. หลักสูตรกลยุทธ์การสร้าง Brand ในยุค Next Normal

อบรมโดยวิทยากรภายใน จำนวน 4 ครั้ง สำหรับพนักงานระดับ Brand Manager, Marketing และ Digital Marketing ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Zoom และออฟไลน์



4. หลักสูตร Online Tools and Content Creation

อบรมโดยวิทยากรภายใน พนักงานระดับ Brand Manager, Marketing และ Digital Marketing ในรูปแบบออฟไลน์



5. หลักสูตร Social Listening กลยุทธ์ฟังเสียงลูกค้าเพื่อการเติบโตของ Brand

อบรมโดยวิทยากรภายใน สำหรับพนักงานระดับ Brand Manager, Advertising Manager, Merchandiser และ Marketing ในรูปแบบออฟไลน์





6. หลักสูตร การใช้โปรแกรม Microsoft Excel ในการทำงาน

อบรมโดยวิทยากรภายใน จำนวน 2 ครั้ง สำหรับพนักงานระดับ Area Manager (AM) และ Channel Manager (CM) ในรูปแบบ Classroom





7. หลักสูตร Positive Thinking Day

อบรมโดยวิทยากรภายใน จำนวน 4 ครั้ง สำหรับพนักงานระดับผู้อำนวยการฝ่าย ผู้บริหาร และพนักงาน ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Zoom และ Classroom



8. หลักสูตรเทคนิคการบริหาร Trademark

อบรมโดยวิทยากรภายนอก คุณกฤชากร นิ่มเวไนย์ และMr.Franck Fougere บริษัทอนันต์ดา อินเทลเลคชวล พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด สำหรับพนักงานระดับผู้อำนวยการฝ่าย ผู้บริหารระดับฝ่าย และ Brand Manager ในรูปแบบออนไลน์



การจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

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

รวมถึงหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือแตกแยก และจัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้พนักงาน หรือผู้ที่เชื่อว่าสิทธิของตนถูกละเมิด หรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม สามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่ และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

ผลการดำเนินงานในปี 2565

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

1	**ระบุปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อจัดทำร่างนโยบาย**
2	**จัดอันดับความเสี่ยงจากมาตรการ นอกเหนือมาตราการควบคุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน**
3	**จัดลำดับความสำคัญ**
4	**ประเมินความเสี่ยงด้านมนุษยชน** • การจ้างงานของพนักงานและคู่ค้า • อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย • สภาพแวดล้อมในการทำงาน • การเลือกปฏิบัติ และการคุกคาม • การเคารพความเป็นส่วนตัว
5	**ติดตามและรายงานผลการดำเนินงาน**
6	**การเยียวยาผลกระทบที่เกิดขึ้น**

เป้าหมายปี 2566

- กำหนดเป็นนโยบายที่สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง
- พนักงาน ได้รับการอบรมด้านสิทธิมนุษยชน
- กำหนดให้มีการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน
- พิจารณาและทบทวนนโยบาย เพื่อให้มีความทันสมัยทันต่อสถานการณ์
- สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนให้กับพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่า และเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของบริษัทฯ โดยกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติต่อพนักงาน ดังนี้



1. ปฏิบัติต่อพนักงานโดยความเคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน ตลอดจนไม่เปิดเผยหรือส่งผ่านข้อมูล หรือความลับของพนักงานต่อบุคคลภายนอกหรือผู้ที่ไม่เกี่ยวข้อง
2. ปฏิบัติต่อพนักงานภายใต้กรอบกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัทฯ
3. ส่งเสริมความเท่าเทียมกันในการจ้างแรงงาน ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกันด้วยเหตุทางเพศ สีผิว เชื้อชาติ ศาสนา อายุ ความพิการ หรือสถานะอื่นใดที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงาน
4. สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการฝึกอบรม แลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคคลอย่างทั่วถึง สร้างความมั่นคงในอาชีพ และให้โอกาสในการเจริญก้าวหน้าตามศักยภาพของแต่ละคน
5. ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานและพัฒนาบริษัทฯ
6. ให้ผลตอบแทนด้วยความเป็นธรรม เหมาะสมตามความรู้ ความสามารถ หน้าที่ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงาน
7. จัดให้มีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมแก่พนักงาน อาทิ การรักษาพยาบาล กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ สหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นต้น



ส่งเสริมความภักดีต่อองค์กร ด้วยนโยบายค่าตอบแทน

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

ผลการดำเนินงานในปี 2565



จำนวนค่าตอบแทน

1,010,888,278 บาท

จำแนกตามบทบาท



พนักงานสำนักงาน
522,061,801 บาท



พนักงานขาย
488,826,477 บาท

จำแนกตามเพศ



พนักงานเพศชาย
157,037,428 บาท

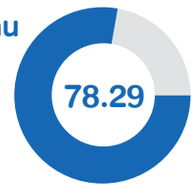


พนักงานเพศหญิง
853,850,850 บาท

กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

ปัจจุบันมีพนักงานที่เป็นสมาชิก
ทั้งสิ้น **2,643 คน**

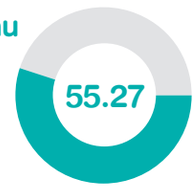
คิดเป็นร้อยละ **78.29**



สหกรณ์ออมทรัพย์

ปัจจุบันมีพนักงานเป็นสมาชิก
ทั้งสิ้น **1,866 คน**

คิดเป็นร้อยละ **55.27**



สวัสดิการเครื่องแบบ

พนักงานขายประจำเคาน์เตอร์ทุกแบรนด์สินค้า บริษัทฯ จะมีสวัสดิการเครื่องแบบให้ โดยจะสับเปลี่ยนใหม่ทุกปี ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่ม

ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One Report)

ส่งเสริมการทำงานของผู้สูงอายุ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย โดยภาครัฐและภาคเอกชนได้มีนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการเพื่อสอดรับคนกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่อง อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนผู้สูงอายุแห่งชาติและพระราชบัญญัติผู้สูงอายุแห่งชาติ ส่งผลให้ผู้สูงอายุที่อยู่ในวัยเกษียณมีแนวโน้มทำงานต่อเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ จึงได้เล็งเห็นความสำคัญของบุคลากรอันเป็นหัวใจหลัก จึงสนับสนุนและส่งเสริมการทำงานของผู้สูงอายุ โดยยึดหลักยืดหยุ่นและสมัครใจ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุที่มีความสามารถและสมรรถนะร่างกายที่เหมาะสมได้ทำงานต่อ เพื่อให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่า เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อุดมด้วยสุขภาพกายใจที่ดี และมีรายได้เลี้ยงชีพตนเองได้



ปี	ครบเกษียณ / (คน)	จำนวนคนเกษียณที่สมัครใจทำงานต่อ	
		จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
2563	33	10	30.30
2564	65	28	43.08
2565	53	22	41.51

(ตารางแสดงการยืดอายุเกษียณปี 2563-2565 ของพนักงาน บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล)

การดำเนินงานในปี 2565

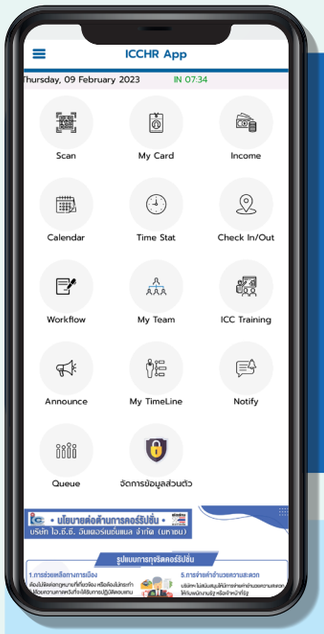
บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณค่า ความรู้ และประสบการณ์ของพนักงานที่เกษียณอายุ ซึ่งทำงานกับองค์กรมาอย่างยาวนาน โดยมีนโยบายที่ยืดหยุ่นเพื่อให้พนักงานต่อเกษียณสามารถเลือกวันทำงานได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ในปี 2539 บริษัทฯ ได้จัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และสหกรณ์ออมทรัพย์ สำหรับพนักงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมการออม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

เป้าหมายในปี 2566

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีจำนวนพนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี เป็นจำนวน 428 คน แบ่งเป็นผู้หญิง 382 คน และผู้ชาย 46 คน กระจายอยู่ในสายงานต่าง ๆ โดยบริษัทฯ ได้วางแผนการสืบทอดตำแหน่งสำหรับพนักงานอาวุโส เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเกษียณอายุ และเพื่อให้ส่งต่อองค์ความรู้ หน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่พนักงานอื่น ๆ เพื่อให้องค์กรยังสามารถขับเคลื่อนต่อไป

เชื่อมความสัมพันธ์ในองค์กร

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



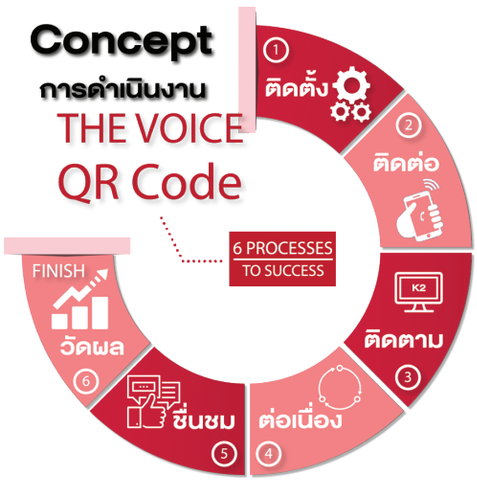
ICCHR App

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

สายใย E-Magazine

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





The Voice

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

ในปี2565 บริษัทฯ มีบุคลากร รวม 3,376 คน เป็นพนักงานขาย จำนวน 2,36 คน และพนักงานสำนักงาน จำนวน 1,140 คน ในจำนวนบุคลากรทั้งหมด ไม่พบ ข้อร้องเรียนที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ

การเคารพสิทธิมนุษยชน : ผู้พิการ

เพื่อให้ผู้พิการได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร บริษัทฯ ได้จัดสถานที่ทำงานที่อำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติต่อผู้พิการอย่างเท่าเทียม โดยในปี 2565 บริษัทฯ ไม่เพียงแต่รับผู้พิการเข้ามาทำงานในองค์กรเท่านั้น ยังจัดตั้งโครงการเพื่อสนับสนุนความสามารถ และสร้างโอกาสให้กับผู้พิการ และผู้ประสบปัญหาวิกฤตชีวิตทั้งร่างกายและจิตใจให้มีกำลังใจกลับสู่สังคมได้อย่างมีคุณค่าและมีความสุข โดยในปี 2558บริษัทฯ ได้จัดสถานที่ทางเลือกให้กับผู้พิการ 2 ทาง ด้วยกัน คือ

1. เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความสมัครใจทำงาน เข้าทำงานกับบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้จัดอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น ทางลาด และห้องน้ำสำหรับผู้พิการ

2. สำหรับผู้ไม่ประสงค์ทำงาน บริษัทฯ ได้จัดทำสัมปทานสินค้าเพื่อให้ผู้พิการนำไปขายสร้างอาชีพอย่างยั่งยืนต่อไป



การดำเนินงานในปี 2565

บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตาม พรบ. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2540 และที่แก้ไขเพิ่มเติมได้อย่างครบถ้วน โดยในปี 2565 บริษัทฯ มีพนักงานทั้งสิ้นจำนวน 3,376 คน ในจำนวนนี้ เป็นผู้พิการจำนวน 18 คน โดยเป็นเพศชาย 3 คน และเป็นเพศหญิง 15 คน นอกจากนี้ บริษัทยังจัดให้มีสัมปทานสินค้าให้กับผู้พิการได้นำไปจัดจำหน่าย จำนวน 19 คน รวมผู้พิการทั้งสิ้น 37 คน



ผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+)



เพื่อให้เป็นไปตามกรอบเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน 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 นอกจากนี้ยังได้จัดตั้งโปรเจ็กต์ BNBM-Big Data New Business Model เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร และเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมต่าง ๆ ภายในและภายนอกบริษัท

การดำเนินงานในปี 2565

จากการจัดตั้งกลุ่ม BNBM ซึ่งสมาชิกได้รับคัดเลือกมาจากกลุ่มพนักงานที่มีความหลากหลายของบริษัทฯ เพื่อเป็นตัวแทนในการแสดงเสรีภาพในการสมาคม การแสดงความคิดเห็น เจรจา และพูดคุยกันอย่างเปิดเผย จริงใจ ซึ่งการรวมกลุ่มดังกล่าวได้ช่วยกระชับความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทฯ และพนักงานให้บรรลุยังเป้าหมายเดียวกัน ปัจจุบันจัดประชุมอาทิตย์ละ1 ครั้ง

เป้าหมายในปี 2566

เพื่อสร้างองค์กรที่เคารพสิทธิมนุษยชน บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติ เพื่อสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการยอมรับความแตกต่างทางเพศ และตระหนักถึงการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกรูปแบบ รวมถึงเพิ่มหัวข้อในการให้ความรู้เกี่ยวสิทธิมนุษยชนและความเท่าเทียมทางเพศในหลักสูตรการฝึกอบรม

อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทฯ ตระหนักถึงความปลอดภัยของพนักงาน อันเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ดังนั้น บริษัทจึงใส่ใจในด้านสุขภาพของพนักงานอย่างเข้มงวด รวมถึงให้ความสำคัญกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานเป็นสำคัญ

นโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

- ติดตามและสำรวจการแพร่กระจายของโรคติดต่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โควิด-19 ที่มีการแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2563
- รวบรวม ติดตาม และวิเคราะห์ผลการดำเนินธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดจากความไม่สมบูรณ์ในชีวอนามัยและความปลอดภัย
- ร่วมมือกับภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานในองค์กรและประชาชนทั่วไป



มาตรการจัดการด้านความเสี่ยงที่มีผลต่อความยั่งยืน (ESG)

1. จัดให้มีการตรวจสุขภาพพนักงาน โดยเฉพาะช่วงสถานการณ์โควิด-19 แพร่ระบาด
2. ดำเนินการตรวจวัด และวิเคราะห์สภาวะการทำงานของระบบการทำงานภายในตัวอาคาร เช่น ระบบไฟส่องสว่าง ระบบน้ำและการบำบัดน้ำเสีย ระบบเครื่องทำความเย็นและปรับอากาศ เป็นต้น
3. แต่งตั้งเจ้าหน้าที่ในการดูแลด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย
4. จัดทำคู่มือ และจัดอบรมด้านความปลอดภัยให้กับพนักงาน
5. จัดทำแผนฉุกเฉินกรณีเกิดเหตุเพลิงไหม้ และจัดฝึกซ้อมอพยพหนีไฟให้กับพนักงานเป็นประจำทุกปี



การดำเนินงานในปี 2565

อาคารสถานที่

1. เพิ่มความปลอดภัยในการทำความสะอาดจุดสัมผัสต่าง ๆ ด้วยแอลกอฮอล์ และน้ำยาฆ่าเชื้อโรค
2. เพิ่มการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ ระบบกรองอากาศ และระบบฆ่าเชื้อโรคเป็นกรณีพิเศษ นอกเหนือจากภาวะปกติ
3. เพิ่มการฉีดน้ำยาฆ่าเชื้อโรคในการทำความสะอาดห้องประชุมก่อนการประชุมทุกครั้ง
4. จัดให้มีจุดบริการเจลล้างมือบริเวณประตูทางเข้า-ออกอาคารสำนักงาน หน้าลิฟต์โดยสาร และบริเวณที่มีคนใช้บริการจำนวนมาก

การปฏิบัติงาน

1. กำหนดให้มีแนวทางในการคัดกรองผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมของบริษัท โดยจัดให้มีจุดคัดกรองเพื่อตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย รวมถึงขอผลการรับรอง การฉีดวัคซีน หรือการตรวจคัดกรองเชื้อ (ATK. RT-PCR)
2. งดกิจกรรมที่มีการจัดเลี้ยงอาหาร หรือของว่าง
3. กำหนดให้พนักงาน และบุคคลภายนอก ต้องสวมหน้ากากอนามัยทุกครั้งที่เข้าตัวอาคาร หรือติดต่องาน

สุขอนามัยส่วนบุคคล

1. ประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทราบ และเข้าใจแนวทางปฏิบัติ เพื่อป้องกันโรคติดต่อ โดยจัดทำโปสเตอร์เพื่อติดตั้งตามจุดต่าง ๆ และสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น กำหนดเป็นภาพหน้าจอคอมพิวเตอร์, บอร์ดประกาศ และ Line@ เป็นต้น
2. รณรงค์ให้พนักงานรักษาความสะอาดอยู่เสมอ
3. รณรงค์และกำหนดให้พนักงานต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน
4. พนักงานที่มีอาการป่วย หรือมีพฤติการณ์น่าสงสัย ให้แจ้งผู้บังคับบัญชาเพื่อพบแพทย์ ลาหยุด และปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์จนกว่าจะหายเป็นปกติ
5. จัดให้มีการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโควิด-19 อย่างต่อเนื่อง 4 เข็ม และเข็มกระตุ้นภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดอย่างได้ผล ให้กับพนักงานสำนักงานใหญ่ และพนักงานขาย







แนวทางการจัดการในปี 2565 และ 2566



รถบริการพนักงาน

1. ฆ่าเชื้อภายในรถทุกครั้ง ทั้งก่อนและหลัง
2. สวมหน้ากากอนามัยตลอดระยะเวลาการโดยสาร
3. งดรับประทานอาหาร-เครื่องดื่มขณะโดยสาร



ลิฟต์โดยสาร

1. จัดระยะห่างภายในลิฟต์ โดยสารครั้งละไม่เกิน 4 คน
2. จัดวางเครื่องจ่ายแอลกอฮอล์อัตโนมัติหน้าลิฟต์ทุกชั้น



โต๊ะทำงาน

1. จัดโต๊ะที่นั่งโดยเว้นระยะห่าง
2. ติดตั้งฉากกั้นระหว่างโต๊ะทำงาน และแผนกที่ต้องติดต่อคนเป็นจำนวนมาก เช่น เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ ส่วนงานบัญชี และห้องถ่ายเอกสาร เป็นต้น



ห้องรับประทานอาหาร

1. กำหนดให้นั่งรับประทานอาหารโต๊ะละ 1 คน

พื้นที่สำหรับบุคคลภายนอก

1. กำหนดพื้นที่นั่งรอสำหรับบุคคลภายนอก
2. กำหนดจุดรับ-ส่งพัสดุ ไปรษณีย์ รวมถึงติดตั้งเครื่องฆ่าเชื้อ UV



การอบรมหนีไฟ

จัดตั้งหลักสูตร “การป้องกันอัคคีภัยและการอพยพหนีไฟ” และทำแบบทดสอบผ่านระบบ e-learning โดยในปี 2565 มีพนักงานที่เข้าร่วมอบรม และทำแบบทดสอบ จำนวน 992 คน และผ่านเกณฑ์การทำแบบทดสอบ 20 คะแนน (100%) จำนวน 992 คน



การขับขี่

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจัดหาบุคลากรสำหรับอบรม บริษัทฯ ยกเลิกนโยบายการอบรมใบขับขี่ โดยระบุเป็นกฎข้อบังคับในการสมัครงานแทน สำหรับตำแหน่งงานที่จำเป็นต้องใช้การขับขี่ยานพาหนะ รวมถึงมีมาตรการในการตรวจสอบใบอนุญาตขับรถของพนักงานอย่างเคร่งครัด

นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูลที่ได้รับ และใช้งาน โดยเฉพาะข้อมูลส่วนบุคคล จึงได้จัดทำนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 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

การเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้า

บริษัทฯ ได้มีการเก็บรวบรวม ใช้ เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า โดยบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 หรือ PDPA (Personal Data Protection Act B.E. 2562) บริษัทฯ จึงได้ประกาศนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และประกาศความเป็นส่วนตัวของลูกค้า คู่ค้า และผู้มาติดต่อภายนอก บนเว็บไซต์ของบริษัท และให้ลูกค้าลงนามรับทราบในเอกสารใบแสดงผู้มีอำนาจของผู้แทนจำหน่ายสินค้าของบริษัท เพื่อเปิดร้านค้ากับบริษัท



หากมีข้อซักถามเกี่ยวกับนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สามารถติดต่อได้ที่ :
บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
ที่อยู่: 530 ซ. สาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง
เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์: 0-2294-4999 (ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์)
และ 0-2293-9000 ต่อ 108
สำหรับพนักงานและผู้สมัครงานเท่านั้น

การดำเนินงานด้านความมั่นคงและความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี



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

หน่วยงานและบุคลากร

ก่อตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อกำหนดนโยบายและมาตรการด้านความมั่นคงและความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี และจัดตั้งคณะทำงานเพื่อทำหน้าที่ในการตรวจสอบความเสี่ยง เฝ้าระวัง 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 การกำหนดนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ การรักษาความลับ การกำหนดสิทธิเข้าถึง การกำหนดหลักเกณฑ์ ข้อบังคับ การประเมินและจัดการความเสี่ยง เป็นต้น

กำหนดสิทธิในการเข้าถึง

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

บทลงโทษ

บริษัทฯ ได้กำหนดบทลงโทษ สำหรับผู้ที่ฝ่าฝืนนโยบาย และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล โดยผู้นั้นจะต้องรับโทษทางวินัยตามระเบียบของบริษัทอย่างไม่มีการประนีประนอม รวมถึงอาจพิจารณาดำเนินคดีตามกฎหมายเพิ่มเติม ในกรณีที่ความผิดดังกล่าวก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัท และ/หรือบุคคลอื่นใด

การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

ทันทีที่ได้รับแจ้งหรือทราบถึงเหตุละเมิด บริษัทฯ จะดำเนินการแจ้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทราบภายใน 72 ชั่วโมง หรือในกรณีที่การละเมิดนั้นมีความเสี่ยงสูง บริษัทฯ จะดำเนินการแจ้งเหตุละเมิดพร้อมแนวทางเยียวยาเหตุละเมิดดังกล่าวให้เจ้าของข้อมูลทราบโดยไม่ชักช้า

รายละเอียดผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล

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

สามารถอ่านประกาศฉบับเต็มได้ที่ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One Report)

การพัฒนาชุมชน และสังคม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบที่มีต่อประเทศชาติ ชุมชน และสังคม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งสังคมและส่วนรวมที่ดี โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้



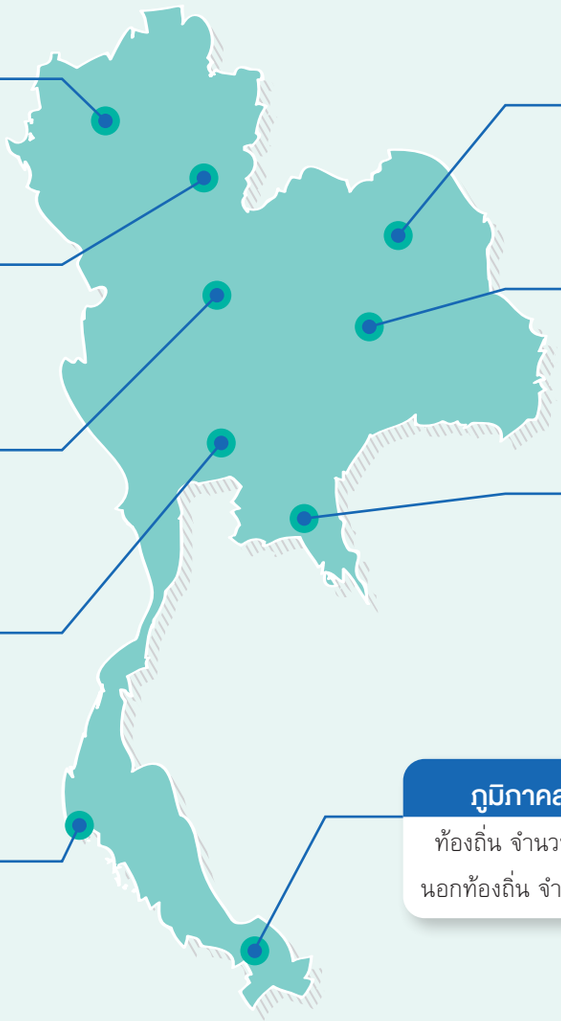
1. ไม่ดำเนินธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อมลง ไม่ละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นที่อยู่ร่วมกันในชุมชนและสังคม
2. ปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมโดยส่วนรวมให้เกิดขึ้นในบริษัทฯ และพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง
3. กำหนดให้มีมาตรการป้องกัน แก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนและสังคมอันเนื่องมาจากการดำเนินงานของบริษัทฯ
4. ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น
5. ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการพัฒนาชุมชน
6. ให้การสนับสนุนในกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสาธารณประโยชน์
7. สร้างรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยสนับสนุนการจ้างงานและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากชุมชน
8. สร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างบริษัทกับชุมชนและสังคม บนพื้นฐานของความถูกต้องโปร่งใสเป็นธรรม



การพัฒนาคู่ค้าท้องถิ่น

สร้างงาน สร้างอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงานในท้องถิ่น

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



ภูมิภาคเชียงใหม่
ท้องถิ่น จำนวน 139 คน
นอกท้องถิ่น จำนวน 23 คน

ภูมิภาคพิษณุโลก
ท้องถิ่น จำนวน 92 คน
นอกท้องถิ่น จำนวน 9 คน

ภูมิภาคนครสวรรค์
ท้องถิ่น จำนวน 94 คน
นอกท้องถิ่น จำนวน 29 คน

กรุงเทพฯ และปริมณฑล
ท้องถิ่น จำนวน 395 คน
นอกท้องถิ่น จำนวน 459 คน

ภูมิภาคภูเก็ต
ท้องถิ่น จำนวน 205 คน
นอกท้องถิ่น จำนวน 39 คน

ภูมิภาคขอนแก่น
ท้องถิ่น จำนวน 148 คน
นอกท้องถิ่น จำนวน 17 คน

ภูมิภาคนครราชสีมา
ท้องถิ่น จำนวน 189 คน
นอกท้องถิ่น จำนวน 13 คน

ภูมิภาคชลบุรี
ท้องถิ่น จำนวน 81 คน
นอกท้องถิ่น จำนวน 92 คน

ภูมิภาคสงขลา
ท้องถิ่น จำนวน 189 คน
นอกท้องถิ่น จำนวน 23 คน

รวมพนักงานขาย
ทั้งหมด
2,236 คน

เป็นพนักงานท้องถิ่น
ทั้งหมด 1,532 คน
เป็นพนักงานนอกท้องถิ่น
ทั้งหมด 704 คน

คิดเป็น ร้อยละ 68.50
ของพนักงานทั้งหมด
คิดเป็น ร้อยละ 31.50
ของพนักงานทั้งหมด

*หมายเหตุ สามารถดูรายชื่อจังหวัดที่อยู่ในแต่ละภูมิภาคได้ที่หน้า 6 ขอบเขตรายงาน

สานต่อเรื่อง “การให้”
เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

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

เพราะเราเชื่อว่าพื้นฐานความดีของมนุษย์
เริ่มต้นได้ด้วย **“การให้”**



เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)

ข้อ 3. สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดี และส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย
ข้อ 4. สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม สนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต
ข้อ 5. บรรลุความเท่าเทียมระหว่างเพศ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สตรีและเด็กหญิง
ข้อ 11. ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิต้านทานและยั่งยืน



หลากกิจกรรมภายในเพื่อชาว ICC

“ให้ชีวิต” ด้วยการบริจาคโลหิต

ส่งเสริมพนักงานให้รู้จัก “การให้” แก่ผู้อื่น ด้วยกิจกรรมบริจาคโลหิตกับสภากาชาดไทย “1 คนให้ หลายคนรับ” เป็นประจำทุกปี ปีละ 4 ครั้ง หรือ ทุกๆ 3 เดือน ซึ่งในปี 2565 มีพนักงานเข้าร่วมลงทะเบียนบริจาคโลหิตจำนวน 341 คน มีจำนวนผู้ที่สามารถบริจาคโลหิตได้ 341 ยูนิต หรือ 136,400 ซีซี

“ICC Click Like” ชื่นชมพนักงานที่เป็นคนดี

ส่งเสริมและเชิดชูพนักงานที่ทำความดี เพราะทุกการกระทำความดีควรค่าแก่การยกย่องและบอกต่อ บริษัทฯ จึงปลูกจิตสำนึก และสร้างค่านิยมให้พนักงานเห็นคุณค่าของการทำความดี และสร้างความภาคภูมิใจด้วยการยกย่องเชิดชู เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับผู้อื่น จึงได้จัดให้มีกิจกรรม “คนนี้สิ ICC Click Like” ขึ้นในปี 2558 และได้สานต่อยังปัจจุบัน ซึ่งในปี 2565 มีพนักงานที่กระทำความดี จำนวน 15 คน

“ให้สิทธิ” ในการลาเพื่อปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา

บริษัทฯ เห็นความสำคัญในการทำนุบำรุงศาสนา จึงให้สิทธิพนักงานได้ลาปฏิบัติธรรมตามศาสนาของตนได้ ปีละ 5วัน นอกจากนี้ยังส่งเสริมกิจกรรมศาสนกุศลต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เช่น การจัดกิจกรรมการตักบาตรในวันสำคัญตามวาระ ซึ่งในปีนี้เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 บริษัทได้มีการงดจัดพิธีการตักบาตร แต่ยังคงมีพิธีสงฆ์ในวันสำคัญตามปกติ โดยบริษัทฯ เป็นตัวแทนในการถวายภัตราหารในรูปแบบปิ่นโต

ICC ร่วมสืบสานพุทธศาสนา จัดสร้างวิหาร “อี่ ทง เทียน ไท้”

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการสืบสานพุทธศาสนา โดยสนับสนุนให้ผู้บริหาร และพนักงานในบริษัทและในเครือ ร่วมบริจาคตามกำลังศรัทธา สร้างวิหารกวนอิม “อี่ ทง เทียน ไท้” เพื่อเป็นที่ประดิษฐานองค์พระโพธิสัตว์กวนกิม ปางประทับบนเต่ามังกร ณ สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ตำบลนนทรี อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี ปัจจุบันวิหารฯ อยู่ระหว่างก่อสร้าง แต่ยังสามารถเดินทางไปสักการะบูชาองค์พระโพธิสัตว์กวนอิมได้ตามปกติ และยังสามารถร่วมบริจาคตามกำลังทรัพย์ได้ที่ มูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนา เลขที่บัญชี 068-292-0498 ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาสาธุประดิษฐ์ หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ 0-2293-9000



ICC ร่วมใจ แบ่งปันการให้สู่ภายนอก

(1) Enfant บริจาคหน้ากากผ้าให้แก่เด็กนักเรียนในสถานศึกษา



เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ยังคงอยู่ในสังคมไทยและได้กลายเป็นโรคประจำถิ่น Enfant ผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก คำนึงถึงความปลอดภัยของเด็ก ๆ เหมือนที่เคยเป็นมา โดยปี 2565 ได้มีการเดินสายส่งมอบความห่วงใย ด้วยการบริจาคหน้ากากผ้าให้เด็กนักเรียนในสถานศึกษาต่าง ๆ เช่น โรงเรียนวัดราชสิงขร โรงเรียนวัดช่องลม โรงเรียนสายน้ำผึ้ง โรงเรียนวัดปริวาส โรงเรียนประถมนนทรี และโรงเรียนวัดด่าน เป็นต้น เพื่อให้เด็ก ๆ ได้มีสุขอนามัยที่ดี ห่างไกลจากเชื้อไวรัสด้วยเกราะป้องกันจากอองฟองต์

(2) BSC INTERNATIONAL ร่วมสนับสนุนเดิน-วิ่งการกุศล “ก้าวด้วยธรรม เพื่อ 17โรงพยาบาล” ครั้งที่ 6



ผลิตภัณฑ์ BSC Cosmetology ร่วมกับผลิตภัณฑ์ในเครือสหพัฒน์ ภายใต้แบรนด์ BSC INTERNATIONAL ร่วมสนับสนุนกิจกรรมพิเศษ เดิน-วิ่ง การกุศล มินิมาราธอน “ก้าวด้วยธรรม เพื่อ 17 โรงพยาบาล” ครั้งที่ 6 เพื่อมอบรายได้ให้แก่โรงพยาบาล 17 แห่ง นำไปใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ ในการรักษาเยียวยากรณีเร่งด่วนแก่ประชาชนในพื้นที่ห่างไกลและคนไข้ยากจนที่รอคอยการเยียวยารักษา

(3) ลาคอสท์ ร่วมกับ คุมะมง สร้างรอยยิ้ม มอบของขวัญให้เด็ก ๆ

ผลิตภัณฑ์ลาคอสท์ Lacoste และผลิตภัณฑ์คุมะมง คืนความสุขให้แก่เด็ก ด้วยการนำของขวัญ ได้แก่ ผ้าเช็ดหน้า แก้วมัค แก้วเซรามิก ชุดตะเกียบ ช้อนส้อม และอุปกรณ์การเรียน มอบให้แก่เด็กและเยาวชนในโรงเรียนต่าง ๆ เช่น โรงเรียนหนองนกไข่ โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม โรงเรียนนันทนวรวิทย์ และโรงเรียนวัดสุทธาราม เป็นต้น เพื่อใช้ในการเรียน และทำกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ ต่อไป






(4) โครงการ “วาโก้โบว์ชมพู สู้มะเร็งเต้านม”



ผลิตภัณฑ์วาโก้จัดกิจกรรม “แมมโมแกรมการกุศล” Wacoal Cares For You Breast, Mammogram Saves Your Life มอบสิทธิการตรวจแมมโมแกรมและอัลตร้าซาวด์ฟรี ให้กับโรงพยาบาลมะเร็งภูมิภาค 4 แห่ง จำนวนแห่งละ 30 คน รวม 120 สิทธิ เพื่อผู้หญิงยากไร้ห่างไกลจากโรคมะเร็งเต้านม พร้อมมอบ Wacoal Balancing Bra บรารุ่นพิเศษและเต้านมเทียม เพื่อเติมเต็มให้สตรีผู้สูญเสียเต้านม จำนวน 450 ชุด นอกจากนี้ยังจัดคอนเสิร์ตการกุศล “Rockstar Café Glamping Day ร็อคสตาร์พาซิ่ง แกลมปิ้งช่วยเพื่อน” เพื่อระดมทุนในการจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ 4





ภาค 4 จังหวัด 4 โรงพยาบาลเพื่อให้ผู้ป่วยโรคมะเร็งเต้านมได้รับโอกาสในการรักษา ถือเป็นการขับเคลื่อนพลังแห่งการให้และสร้างกำลังใจแก่ผู้ป่วยมะเร็งเต้านม



(5) โครงการสานพลังประชารัฐ : สถานศึกษาต้นแบบทวิภาคี สานพลังประชารัฐ (Excellent Model School)

ในปี 2565 บริษัท ไอ.ซี.ซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ร่วมมือกับวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี จัดโครงการสถานศึกษาต้นแบบทวิภาคี สานพลังประชารัฐ (Excellent Model School) เพื่อพัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการตลาด อย่างต่อเนื่อง เป็นรุ่นที่ 4 โดยมีนักศึกษาสมัครเข้าร่วมโครงการจำนวน 6 คน มุ่งเน้นพัฒนาให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สัมผัสประสบการณ์การทำงานจริง และมีโอกาสได้ทำงานร่วมกับแบรนด์สินค้าชั้นนำ อาทิเช่น เสื้อผ้าบุรุษ Arrow, เสื้อผ้าสตรี DAKS, ชุดชั้นในชาย Guy Laroche, เสื้อผ้าเด็ก Enfant และรองเท้า Naturalizer เป็นต้น



(6) โครงการประกวดดนตรีไทย มหาวิทยาลัยบูรพา

บริษัทฯ ได้สนับสนุนคณะดนตรีและการแสดง มหาวิทยาลัยบูรพา ในการจัดงานประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียนภาคตะวันออก เพื่อชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นประจำทุกปี ต่อเนื่องเป็นปีที่ 37 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจรรโลงศิลปวัฒนธรรม กระตุ้นให้มีการฝึกหัดและสืบสานดนตรีไทย โดยในปี 2565 ได้มีการจัดประกวดในรูปแบบออนไลน์ เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมผู้เข้าประกวดทั้งสิ้น 500 คนจากโรงเรียนทั่วภาคตะวันออก

(7) Arty Professional เฟ้นหา Makeup Artist ระดับภูมิภาค

เครื่องสำอาง Arty Professional by BSC กระตุ้นและพัฒนาศักยภาพของเมคอัพอาร์ติสในเมืองไทย ให้มีความคิดสร้างสรรค์ สวยทันสมัย และไม่จำกัดเพศ โดยได้จัดประกวด Arty Professional Makeup Contest 2022 ขึ้น เพื่อเฟ้นหา Makeup Artist ทั่วประเทศไทย จนได้ผู้ชนะจาก 4 ภาค ได้แก่ คุณภาณุเดช จิ๋วแหยม ผู้ชนะจากภาคกลาง คุณธีระพงษ์ เพ็ชรแก้ว ผู้ชนะจากภาคอีสาน คุณภาศกร วรภัทรยศ ผู้ชนะจากภาคใต้ และคุณอลงกต กอกทองคำ ผู้ชนะจากภาคเหนือ

(8) สนับสนุนทุกความสวยอย่างมั่นใจ ด้วย Arty Professional

เพื่อเสริมสร้างความสวยและสะท้อนตัวตนได้อย่างมั่นใจ เครื่องสำอาง Arty Professional by BSC ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้สนับสนุนแต่งหน้าในการประกวด Miss & Mister Supranational Thailand 2022 อย่างเป็นทางการ เพื่อเฟ้นหาหนุ่มหล่อสาวสวยมากความสามารถตัวแทนประเทศไทย ชิงมงกุฎระดับโลก ณ ประเทศโปแลนด์ ซึ่งเป็น 1 ใน 5 เวทีการประกวดระดับแกรนด์สแลม (Grand Slam) ของโลก

การจัดการด้านความยั่งยืน ในมิติสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นสู่การเป็นองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการบริหารจัดการด้านพลังงาน น้ำ ของเสีย และขยะอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการปลูกฝังให้พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีจิตสำนึกในการรักษ์สิ่งแวดล้อม

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)

ข้อ 1. ขจัดความยากจน ทุกรูปแบบในทุกพื้นที่

ข้อ 2. ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร ยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน

ข้อ 6. สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำ และสุขอนามัยสำหรับทุกคนและมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

ข้อ 7. สร้างหลักประกันให้ทุกคนสามารถเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ที่ยั่งยืนในราคาที่ย่อมเยา

ข้อ 11. ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิต้านทานและยั่งยืน

ข้อ 12. สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

ข้อ 13. การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ข้อ 14. อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรทะเล และทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อ 15. ปกป้อง ฟื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน จัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน ต่อสู้กับการกลายสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและฟื้นสภาพกลับมาใหม่ และหยุดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

ข้อ 17. เพิ่มความร่วมมือระหว่างประเทศแล้วกับประเทศกำลังพัฒนาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



นโยบายสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ใส่ใจ และดูแลในทุกกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย และการให้บริการในทุกผลิตภัณฑ์มาอย่างยาวนาน รวมทั้งคำนึงถึงความรับผิดชอบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและพลังงาน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องตามกฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการทบทวน และประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

2. สร้างนวัตกรรมองค์กรและสร้างจิตสำนึกให้พนักงานทุกระดับ เกิดความร่วมมือ และความรับผิดชอบในการจัดการสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

3. ส่งเสริมให้ความรู้ และฝึกอบรมแก่พนักงานทุกคนในเรื่องสิ่งแวดล้อม ผ่านระบบ e-learning อันประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม และการประหยัดพลังงาน พร้อมแบบทดสอบความเข้าใจซึ่งอยู่ในระหว่างการดำเนินงาน และผลักดันให้เป็นหัวข้อหนึ่งในการอบรมพนักงานใหม่

4. ส่งเสริมระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด มีมาตรการบำบัดและฟื้นฟูการทดแทน การเฝ้าระวังดูแล และป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

5. มีระบบคัดเลือกคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานที่ดำเนินธุรกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

6. ส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



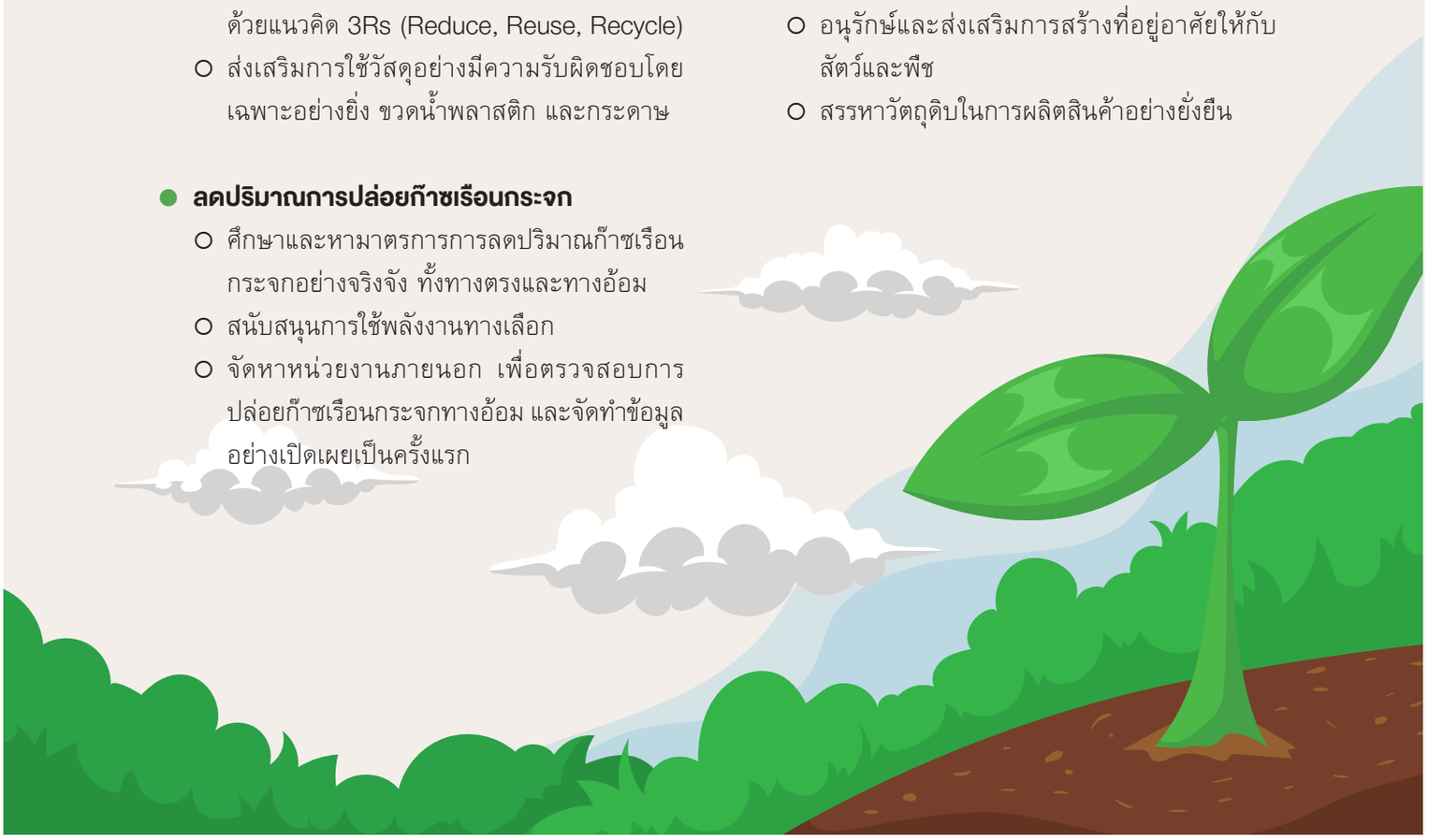
ปี 2565 **ไม่มี** ข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชนใกล้เคียงบริษัทฯ
ปี 2565 **ไม่มี** กรณีละเมิดกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ

การบริหารและจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

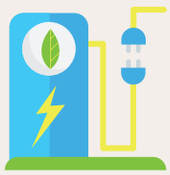
บริษัทฯ ในฐานะผู้ผลิตสินค้าด้านแฟชั่นและความงาม เราตระหนักถึงความสำคัญในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเฉพาะอย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเรามีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานตามกรอบการบริหารและจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อสะท้อนความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม จากต้นน้ำสู่ปลายน้ำตั้งแต่การคัดเลือกคู่ค้า สรรหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดส่ง และบริการหลังการขาย

เป้าหมายและแนวทางการดำเนินงาน

- **ลดการใช้พลังงานภายในอาคารสำนักงาน**
  - ศึกษาและหามาตรการการประหยัดพลังงานในรูปแบบต่าง ๆ
  - ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการประหยัดพลังงาน ด้วยการจัดอบรมบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม
- **ลดปริมาณขยะและของเสีย**
  - ปลูกจิตสำนึกในการลดปริมาณขยะและของเสียด้วยแนวคิด 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle)
  - ส่งเสริมการใช้วัสดุอย่างมีความรับผิดชอบโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขวดน้ำพลาสติก และกระดาษ
- **ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก**
  - ศึกษาและหามาตรการการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกอย่างจริงจัง ทั้งทางตรงและทางอ้อม
  - สนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือก
  - จัดหาหน่วยงานภายนอก เพื่อตรวจสอบการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม และจัดทำข้อมูลอย่างเปิดเผยเป็นครั้งแรก
- **ตระหนักถึงการใช้น้ำอย่างยั่งยืน**
  - ปลูกจิตสำนึกในการใช้น้ำอย่างประหยัด
  - ให้ความสำคัญกับชุมชนโดยรอบด้วยการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่ลำธารสาธารณะ
  - ร่วมกับภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนโครงการเพื่อช่วยในการประหยัดน้ำ สร้างแหล่งน้ำสะอาด
- **ยกระดับความหลากหลายทางชีวภาพ**
  - อนุรักษ์และส่งเสริมการสร้างที่อยู่อาศัยให้กับสัตว์และพืช
  - สรรหาวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอย่างยั่งยืน



การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ



การใช้ไฟฟ้า

ในปี 2565 บริษัทฯ
สามารถลดการใช้พลังงานได้ **0.2%**



ติดตั้งโซลาร์เซลล์
ช่วยประหยัดพลังงานได้
3.66% ต่อเดือน

การใช้น้ำ

ลดการใช้น้ำได้ **11.71%**
บำบัดน้ำเสีย **10,950** ลูกบาศก์เมตร



การจัดการด้านพลังงาน

ติดตั้งปลั๊กสำหรับ
จุดชาร์จรถไฟฟ้า **6** คัน



การจัดการขยะ

ส่งต่อขยะเพื่อเข้าสู่กระบวนการย่อยสลาย **1,179** กิโลกรัม





กล่องกระดาษ **761** กิโลกรัม



กระดาษสีขาวที่ผ่านการย่อยสลาย **107** กิโลกรัม



เศษกระดาษอื่น ๆ **193** กิโลกรัม



ขวดพลาสติก **118** กิโลกรัม

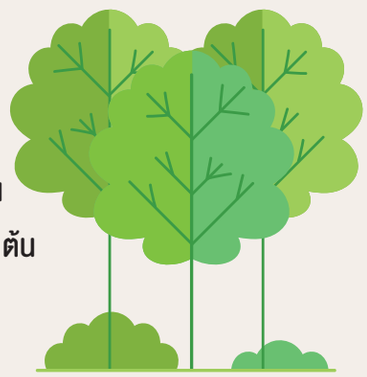


แปรรูปขวด ได้ **15.8** กิโลกรัม

พัฒนาที่ดินเปล่า เพื่อเป็นพื้นที่ทางการเกษตร

รวมทั้งสิ้น **309** ไร่
ให้เช่าเพื่อทำการเกษตร **251** ไร่
ปลูกต้นไม้ทดแทน **57** ไร่
จำนวน **4,620** ต้น

มะม่วง 540 ต้น
กล้วย 200 ต้น
สักทอง 1,000 ต้น
ยูคาลิปตัส 2,880 ต้น



การจัดการด้านพลังงานไฟฟ้า

เนื่องจากในปี 2565 ยังคงเป็นปีที่บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้บริษัทฯ ต้องลดปริมาณค่าใช้จ่ายลงในหลายส่วน แต่อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ยังคงมีมาตรการในการกำกับดูแลการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยกระทบต่อการทำงานน้อยที่สุด ดังนี้

- ปรับเวลาปิดอาคารสำนักงานเร็วขึ้น 1 ชั่วโมง
- ปรับเวลาในการเปิด-ปิดเครื่องปรับอากาศ เพื่อให้ชั่วโมงในการทำงานลดลง
- เปิดใช้งานพลังงานไฟฟ้าเฉพาะจุดที่จำเป็นเท่านั้น

การดำเนินงานในปี 2565

ปริมาณการใช้ไฟฟ้า

บริษัทฯ ใช้พลังงานไฟฟ้า ทั้งสิ้น 4,438,000 KWh ในจำนวนนี้ เมื่อหักจำนวนการใช้พลังงานไฟฟ้าจาก 7 บริษัทผู้เช่าพื้นที่

- รวมการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งสิ้น 4,323,565 KWh
- เสียค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานไฟฟ้าลดลง 0.2% จากปี 2564





ปริมาณการผลิตไฟฟ้าใช้เอง

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

- ปัจจุบัน บริษัทฯ ใช้ไฟฟ้าประมาณ 700 กิโลวัตต์ ในวันธรรมดา และ 150 กิโลวัตต์ ในวันเสาร์-อาทิตย์
- พื้นที่ในการติดตั้งแผงโซล่าเซลล์ รวม 1,230 ตารางเมตร สามารถติดตั้งได้ 276 แผง (ใช้แผงโซล่าเซลล์ขนาด 315 กิโลวัตต์ / แผง) สามารถผลิตไฟฟ้าได้ 86.94 กิโลวัตต์
- ในปี 2565 บริษัทฯ สามารถนำพลังงานแสงอาทิตย์มาผลิตไฟฟ้าเพื่อใช้ในองค์กร ซึ่งทดแทนการใช้ไฟฟ้าได้ 110,932.25 กิโลวัตต์ คิดเป็นเงินที่ประหยัดได้ 664,598.26 บาท / ปี เฉลี่ย 55,383.19 ต่อเดือน หรือ 3.66%

การใช้พลังงานทางเลือก



เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางความยั่งยืนตามหลักสากล และนโยบายสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการใช้พลังงานทางเลือก ได้ติดตั้งปลั๊กไฟแก่พนักงาน เพื่อใช้ในการเสียบที่ชาร์จสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า จำนวน 6 จุด

โดยในปี 2566 บริษัทฯ มี **เป้าหมายในการติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า** บริเวณพื้นที่ลานจอดรถสำหรับพนักงาน และสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการหน้า His & Her Outlet

ส่งเสริมการประหยัดไฟด้วยเสื้อเชิ้ต “ไม่ต้องรีด”

ผลิตภัณฑ์ ARROW ส่งเสริมการประหยัดไฟ คิดค้นนวัตกรรมเสื้อเชิ้ตประหยัดไฟ ภายใต้สโลแกน “ใส่แล้วหล่อ ไม่ต้องรีด” ซึ่งผ่านการทดสอบคุณสมบัติของเนื้อผ้าครบ 4 ด้าน ได้แก่ ความปลอดภัยของผิวกาย คุณภาพ และความคงทน การทดสอบความเรียบมากกว่าหรือเท่ากับ 4 และการลดความร้อนโดยสามารถลดอุณหภูมิในร่างกายได้จริง 1-2 องศา (CoolMode) โดยเป็นเสื้อเชิ้ตชายแบรนด์แรกที่ได้รับฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ซึ่งได้รับการรับรองจาก การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.)



การจัดการน้ำ

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

ปี 2564

บริษัทฯ ใช้น้ำ **48,111** ลบ.ม.

ค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำ

เป็นเงิน **762,930** บาท

ปี 2565

บริษัทฯ ใช้น้ำ **53,745** ลบ.ม.

ค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำ

เป็นเงิน **839,102** บาท



เพิ่มขึ้น **5,634** บาท หรือ **11.71%**

(ทั้งนี้เป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนบริษัทผู้เช่าภายในพื้นที่บริษัท)

การจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน

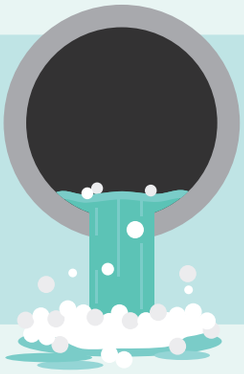
บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรน้ำ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นหลักในการดำรงชีวิต ทำการเกษตร และการประกอบธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันน้ำหรือแหล่งน้ำสะอาดมีความเสี่ยงต่อการขาดแคลนโดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกลความเจริญ และพื้นที่แห้งแล้ง ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งการดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการบำบัดน้ำเสีย

บริษัทฯ ได้ติดตั้งเครื่องบำบัดน้ำเสีย โดยตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่า ตลอดจนศึกษากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดการปล่อยน้ำเสียสู่ลำธารสาธารณะ และบำบัดเพื่อนำกลับมาใช้ในองค์กร

การดำเนินงานในปี 2565

บำบัดน้ำเสีย **10,950** ลบ.ม. เฉลี่ยบำบัดได้ **913** ลบ.ม. / เดือน	น้ำที่บำบัดแล้ว ถูกนำมาใช้ในการรดน้ำต้นไม้ ล้างรถ ล้างพื้น ในบริเวณโดยรอบบริษัทฯ	บางส่วน ถูกปล่อยลงสู่ลำธารสาธารณะ





ผลผลิตทางการเกษตร จากชุมชน
ส่งต่อเพื่อวางจำหน่ายในร้าน Golden Place

สืบสานปณิธาน เพราะ “น้ำ” คือชีวิต

บริษัทฯ ร่วมกับมูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนา และพนักงานในเครือสหพัฒน์ในฐานะภาคเอกชนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ตามแนวพระราชดำริฯ ของในหลวงรัชกาลที่ 9 โดยสนับสนุน ชุมชนเกษตรกรเพชรน้ำหนึ่ง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี เพื่อให้ชาวบ้านกว่า 200 ครอบครัว มีแหล่งน้ำเพียงพอในการทำการเกษตรและอุปโภคบริโภค มีรายได้ที่มั่นคงจากการขายสินค้าทางการเกษตรให้กับตนเองและครอบครัวอย่างยั่งยืน ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินงานดังกล่าวอย่างต่อเนื่องมาตลอด 5 ปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ในฐานะผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ได้ออกคอลเล็กชันพิเศษในชื่อ (WBG White Black Gold) โดยนำรายได้ส่วนหนึ่งที่ได้จากการจัดจำหน่ายสนับสนุนการบริหารจัดการน้ำในชุมชนเพชรน้ำหนึ่ง

สำหรับผู้ที่สนใจสามารถร่วมสนับสนุนได้ที่ https://wbgwaterislife.bentoweb.com/th หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ Line @ : @iccshopping หรือ Call center : 0-2826-7988 (ตลอด 24 ชั่วโมง)



นอกเหนือจากการบริจาค เสื้อในคอลเล็กชัน WBG ยังผลิตด้วยเส้นใยจากขวดพลาสติกรีไซเคิล เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดการปัญหาขยะ

ในปี 2565 บริษัทฯ ได้ดำเนินงานเพื่อปลูกจิตสำนึกพนักงานให้ใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ผ่านการรณรงค์ต่าง ๆ รวมถึงการคัดแยกขยะ

ภายใต้แนวคิด 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle)

แนวทางในการจัดการ

- คัดแยกประเภทของกระดาษที่ใช้งานแล้ว ออกจากขยะประเภทอื่น โดยการนำกระดาษที่ใช้แล้ว 1 หน้า มาหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycle) รวมถึงแปรรูปเป็นกระดาษโน้ต / สมุดโน้ตแทนการใช้โพสต์อิท (Reused)
- สำหรับกระดาษที่เป็นเอกสารสำคัญ คัดแยกเพื่อทำลายด้วยเครื่องย่อยกระดาษ เพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลและเพื่อเป็นการเคารพข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
- นำเอาช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนการใช้กระดาษ (Paperless) ในทุกส่วนงาน ส่งผลให้จำนวนการใช้กระดาษและยอดสั่งซื้อกระดาษสำหรับใช้ภายในบริษัทฯ ลดลงอย่างมีนัยยะ ทั้งนี้การนำช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนการใช้กระดาษเป็นนวัตกรรมที่ได้รับรางวัลจากโครงการประกวด ICC INNOVATION ประจำปี 2560
- ขยะอิเล็กทรอนิกส์บริษัทฯ ได้มีการตรวจสอบสภาพการใช้งานตามวาระประจำปี และคัดอุปกรณ์ที่ไม่สามารถซ่อมบำรุงได้แล้ว ส่งต่อยังโรงงานที่มีกระบวนการรีไซเคิลขยะอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ
- บริจาคและจัดจำหน่ายให้กับแหล่งทำลาย เพื่อนำขยะเข้าสู่กระบวนการย่อยสลายอย่างถูกวิธีต่อไป





การดำเนินงานในปี 2565

ประเภทของกระดาษที่ผ่านการคัดแยก ประกอบด้วย



กล่องกระดาษ
จำนวน **761** กิโลกรัม



กระดาษสีขาว
จำนวน **193** กิโลกรัม



เศษกระดาษ
จำนวน **107** กิโลกรัม



ขวดพลาสติก
จำนวน **118** กิโลกรัม

โครงการ “ขวดเหลือใช้ให้เรานะ”

ส่วนงานประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสำนักงานบริษัท ได้จัดตั้งจุดรับบริจาคขวดน้ำเหลือใช้ บริเวณหน้าห้องน้ำของทุกชั้นในอาคารสำนักงานใหญ่ และบริเวณศูนย์อาหาร และจัดทำโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทิ้งขวดพลาสติกได้อย่างถูกวิธี โดยเริ่มจากการ แยกฝา แยกฉลาก และบีบขวด





ส่งต่อขวดพลาสติกเพื่อแปรรูป

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

โครงการรับบริจาคปฏิทินตั้งโต๊ะเพื่อคนตาบอด

ฝ่ายสำนักงานบริษัท ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการรับบริจาคปฏิทินใช้แล้วจากพนักงานภายในบริษัทฯ และบริษัทในเครือ เพื่อนำไปบริจาคให้กับหน่วยงานที่ต้องการ ซึ่งในปี 2565 ได้นำปฏิทินเก่าไปมอบให้กับฝ่ายรักษาความสะอาด สำนักงานเขตยานนาวา เพื่อนำไปบริจาคยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป โดยปฏิทินเหล่านี้จะนำกลับมาใช้ใหม่ให้คนตาบอดได้มีสมุดสำหรับจดบันทึก และอีกส่วนหนึ่งจะถูกจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับศูนย์ฯ ในการจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็น เพื่อบำรุงรักษาสาธารณูปโภคอื่น ๆ ต่อไป



การจัดการมลพิษทางอากาศ

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

ปัจจุบัน บริษัทฯ ยัง **ไม่มีข้อมูล** ในการจัดทำรายงานฉบับนี้ แต่ในปี 2566 เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการตระหนักถึงปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก บริษัทฯ มีแผนที่จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดทำ เพื่อใช้ในการยื่นเรื่องขอการทวนสอบข้อมูลและขอรับรองข้อมูลคาร์บอนฟุตปริ้นท์จากผู้ทวนสอบที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจาก องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (อบก.) หรือเทียบเท่า โดยคาดว่าจะสามารถเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวได้ในปี 2567

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

ประเภทของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	การรับรอง *หมายเหตุ
• พลังงานไฟฟ้า • น้ำมันเชื้อเพลิง • การใช้น้ำ • ขยะมูลฝอยทั่วไป	อยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูลเพื่อยื่นทวนสอบ	อยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูลเพื่อยื่นทวนสอบ

ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจก (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

ประเภทของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณการชดเชย	การรับรอง *หมายเหตุ
• การใช้โซลาร์เซลล์ • การบำบัดน้ำเสีย • การปลูกต้นไม้	อยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูลเพื่อยื่นทวนสอบ	อยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูลเพื่อยื่นทวนสอบ



ผลการดำเนินงานในปี 2565

CO_2

บริษัทฯ สามารถชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้
127.42-159.92 ตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่า จากการปลูกต้นไม้จำนวน **57** ไร่ **4,620** ต้น ได้แก่





มะม่วง
540 ต้น



ยูคาลิปตัส
2,880 ต้น



สักทอง
1,000 ต้น



กล้วย
200 ต้น





ติดตั้งปลั๊ก
สำหรับจุดชาร์จรถไฟฟ้า
6 คัน

เป้าหมายในปี 2566



- ติดตั้งจุดสำหรับชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า บริเวณพื้นที่ลานจอดรถสำหรับพนักงาน และสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการหน้า His & Her Outlet
- ขอรับรองข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากผู้ทวนสอบ
- สร้างการมีส่วนร่วมกับคู่ค้าและลูกค้าในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

การสรุปผลการดำเนินงาน

จากการนำ **ค่านิยมขององค์กร : CHANGES** เข้าสู่กระบวนการคิดและกระบวนการทำงานของผู้บริหารและพนักงาน ส่งผลให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจได้ในทุกมิติที่มีความจำเป็นต่อการก้าวสู่อนาคตอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับพันธกิจที่กำหนดไว้ นับตั้งแต่การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารงาน การพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และการบริการ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม รวมถึงการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึง สิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาล (ESG) เป็นสำคัญ

ผู้บริหารและพนักงาน ต่างตระหนักถึงความจำเป็นที่เราจะต้องเปลี่ยนแปลงวิธีคิดและทำงานในมิติต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์กรมีความคล่องตัวและแข็งแรงที่จะก้าวสู่อนาคตได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น ทุกปีเราจะทบทวนและประเมินผลความสำเร็จของการทำงานตามตัวชี้วัดที่กำหนด เพื่อให้เกิดการพัฒนาและกำหนดนโยบายและตัวชี้วัดในทั้งมิติเดิมและมิติใหม่ ที่จะเพิ่มศักยภาพให้องค์กรสามารถก้าวสู่อนาคตได้อย่างยั่งยืน (Changes for Sustainable Moving Forward)



ดัชนีชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนระดับสากล

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
G4-1	GRI 102	General Disclosures	102-14	Statement from senior decision-maker	4-5	1	
G4-2	GRI 102	General Disclosures	102-15	Key impacts, risks, and opportunities	4-5-6	34-42	
G4-3	GRI 102	General Disclosures	102-1	Name of the organization	Front/Back Cover	7,15	
G4-4	GRI 102	General Disclosures	102-2	Activities, brands, products, and services	8-9	12-14, 16-29	
G4-5	GRI 102	General Disclosures	102-3	Location of headquarters	6, Back Cover	15, Back Cover	
G4-6	GRI 102	General Disclosures	102-4	Location of operations	6, Back Cover	15, Back Cover	
G4-7	GRI 102	General Disclosures	102-5	Ownership and legal form	8-11	7, 212, 228	
G4-8	GRI 102	General Disclosures	102-6	Markets served	8-9	17-29	
G4-9	GRI 102	General Disclosures	102-7	Scale of the organization	10-11	16, 45-57	
G4-10	GRI 102	General Disclosures	102-8	Information on employees and other workers	46-47	59-75, 92	
G4-11	GRI 102	General Disclosures	102-41	Collective bargaining agreements			
G4-12	GRI 102	General Disclosures	102-9	Supply chain	16-19	7-15	
G4-13	GRI 102	General Disclosures	102-10	Significant changes to the organization and its supply chain			
G4-14	GRI 102	General Disclosures	102-11	Precautionary Principle or approach	35,77		
G4-15	GRI 102	General Disclosures	102-12	External initiatives	40-41	7	
G4-16	GRI 102	General Disclosures	102-13	Membership of associations			
G4-17	GRI 102	General Disclosures	102-45	Entities included in the consolidated financial statements		121-140	
G4-18	GRI 102	General Disclosures	102-46	Defining report content and topic Boundaries	6		
G4-19	GRI 102	General Disclosures	102-47	List of material topics	28-29		
G4-20	GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary			
G4-21	GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary			
G4-22	GRI 102	General Disclosures	102-48	Restatements of information			
G4-23	GRI 102	General Disclosures	102-49	Changes in reporting			
G4-24	GRI 102	General Disclosures	102-40	List of stakeholder groups	20-21	60-110	
G4-25	GRI 102	General Disclosures	102-42	Identifying and selecting stakeholders	20-21	60-110	

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
G4-26	GRI 102	General Disclosures	102-43	Approach to stakeholder engagement	20-21, 44-45	60-110	
G4-27	GRI 102	General Disclosures	102-44	Key topics and concerns raised	28-29		
G4-28	GRI 102	General Disclosures	102-50	Reporting period	6		
G4-29	GRI 102	General Disclosures	102-51	Date of most recent report	6		
G4-30	GRI 102	General Disclosures	102-52	Reporting cycle	6		
G4-31	GRI 102	General Disclosures	102-53	Contact point for questions regarding the report	6	73-74	
G4-32-a	GRI 102	General Disclosures	102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	6		
G4-32-b	GRI 102	General Disclosures	102-55	GRI content index	89-96		
G4-32-c	GRI 102	General Disclosures	102-56	External assurance			
G4-33	GRI 102	General Disclosures	102-56	External assurance			
G4-34	GRI 102	General Disclosures	102-18	Governance structure	7	79	
G4-35	GRI 102	General Disclosures	102-19	Delegating authority	70-87	79-90	
G4-36	GRI 102	General Disclosures	102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics		67-77	
G4-37	GRI 102	General Disclosures	102-21	Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics			
G4-38	GRI 102	General Disclosures	102-22	Composition of the highest governance body and its committees	7	235	
G4-39	GRI 102	General Disclosures	102-23	Chair of the highest governance body			
G4-40	GRI 102	General Disclosures	102-24	Nominating and selecting the highest governance body		232	
G4-41	GRI 102	General Disclosures	102-25	Conflicts of interest		113-119	
G4-42	GRI 102	General Disclosures	102-26	Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy		235	
G4-43	GRI 102	General Disclosures	102-27	Collective knowledge of highest governance body			
G4-44	GRI 102	General Disclosures	102-28	Evaluating the highest governance body's performance	30-31		
G4-45	GRI 102	General Disclosures	102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	28-29	16-29	
G4-46	GRI 102	General Disclosures	102-30	Effectiveness of risk management processes	35	234	
G4-47	GRI 102	General Disclosures	102-31	Review of economic, environmental, and social topics	30-31	111-119	
G4-48	GRI 102	General Disclosures	102-32	Highest governance body's role in sustainability reporting	4-5	4-5	

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
G4-49	GRI 102	General Disclosures	102-33	Communicating critical concerns			
G4-50	GRI 102	General Disclosures	102-34	Nature and total number of critical concerns			
G4-51	GRI 102	General Disclosures	102-35	Remuneration policies	58-59	86-87, 233	
G4-52	GRI 102	General Disclosures	102-36	Process for determining remuneration	58-59	86-87, 233	
G4-53	GRI 102	General Disclosures	102-37	Stakeholders' involvement in remuneration			
G4-54	GRI 102	General Disclosures	102-38	Annual total compensation ratio	59	103-104	
G4-55	GRI 102	General Disclosures	102-39	Percentage increase in annual total compensation ratio			
G4-56	GRI 102	General Disclosures	102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	14-15		
G4-57	GRI 102	General Disclosures	102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	58		
G4-58	GRI 102	General Disclosures	102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	58		
G4-DMA-a	GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary			
G4-DMA-b	GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components	56-61		
G4-DMA-c	GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach	57	16-29	
G4-EC1	GRI 201	Economic Performance	201-1	Direct economic value generated and distributed			
G4-EC2	GRI 201	Economic Performance	201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change			
G4-EC3	GRI 201	Economic Performance	201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	58-60	70-71, 92	
G4-EC4	GRI 201	Economic Performance	201-4	Financial assistance received from government			
G4-EC5	GRI 202	Market Presence	202-1	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage		92	
G4-EC6	GRI 202	Market Presence	202-2	Proportion of senior management hired from the local community			
G4-EC7	GRI 203	Indirect Economic Impacts	203-1	Infrastructure investments and services supported			
G4-EC8	GRI 203	Indirect Economic Impacts	203-2	Significant indirect economic impacts	77-87		

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
G4-EC9	GRI 204	Procurement Practices	204-1	Proportion of spending on local suppliers	43, 71		
G4-EN1	GRI 301	Materials	301-1	Materials used by weight or volume			
G4-EN2	GRI 301	Materials	301-2	Recycled input materials used			
G4-EN3	GRI 302	Energy	302-1	Energy consumption within the organization	80-83		
G4-EN4	GRI 302	Energy	302-2	Energy consumption outside of the organization	80-81		
G4-EN5	GRI 302	Energy	302-3	Energy intensity	80-81		
G4-EN6	GRI 302	Energy	302-4	Reduction of energy consumption	78, 80-81		
G4-EN7	GRI 302	Energy	302-5	Reductions in energy requirements of products and services	81		
G4-EN8	-	-	-	-			
G4-EN9	-	-	-	-			
G4-EN10	-	-	-	-			
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-1	Interactions with water as a shared resource	82-83		
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-2	Management of water discharge-related impacts	82-83		
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-3	Water withdrawal			
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-4	Water discharge	82-83		
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-5	Water consumption	82		
G4-EN11	GRI 304	Biodiversity	304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	78		
G4-EN12	GRI 304	Biodiversity	304-2	Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity			
G4-EN13	GRI 304	Biodiversity	304-3	Habitats protected or restored	83, 87		
G4-EN14	GRI 304	Biodiversity	304-4	IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations			
G4-EN15	GRI 305	Emissions	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	N/A		
G4-EN16	GRI 305	Emissions	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	N/A		
G4-EN17	GRI 305	Emissions	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	N/A		
G4-EN18	GRI 305	Emissions	305-4	GHG emissions intensity	86-87		
G4-EN19	GRI 305	Emissions	305-5	Reduction of GHG emissions			

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
G4-EN20	GRI 305	Emissions	305-6	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	86-87		
G4-EN21	GRI 305	Emissions	305-7	Nitrogen oxides (NOX), sulfur oxides (SOX), and other significant air emissions			
G4-EN22	-	-	-	-			
G4-EN23	GRI 306	Effluents and Waste	306-2	Waste by type and disposal method	79, 84-85		
G4-EN24	GRI 306	Effluents and Waste	306-3	Significant spills			
G4-EN25	GRI 306	Effluents and Waste	306-4	Transport of hazardous waste			
G4-EN26	-	-	-	-			
G4-EN27	NA	NA	NA	NA			
G4-EN28	GRI 301	Materials	301-3	Reclaimed products and their packaging materials			
G4-EN29	GRI 307	Environmental Compliance	307-1	Non-compliance with environmental laws and regulations			
G4-EN30	NA	NA	NA	NA			
G4-EN31	Several	Several	NA	NA			
G4-EN32	GRI 308	Supplier Environmental Assessment	308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	43		
G4-EN33	GRI 308	Supplier Environmental Assessment	308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken			
G4-EN34	GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components	44-45		
G4-LA1	GRI 401	Employment	401-1	New employee hires and employee turnover [This Standard includes a Standard Interpretation on how to calculate the rates of new employee hires and employee turnover.]	58-59, 71		
G4-LA2	GRI 401	Employment	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	59	70-71, 92	
G4-LA3	GRI 401	Employment	401-3	Parental leave			
G4-LA4	GRI 402	Labor/Management Relations	402-1	Minimum notice periods regarding operational changes			
G4-LA5	-	-	-	-			
G4-LA6	-	-	-	-			
G4-LA7	-	-	-	-			
G4-LA8	-	-	-	-			
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-1	Occupational health and safety management system	64-66		

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	64		
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-3	Occupational health services	64-66	70-71, 92	
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	64-66		
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-5	Worker training on occupational health and safety	66		
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-6	Promotion of worker health	65		
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	64-66		
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	64-66	70-71, 92	
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-9	Work-related injuries	N/A	70	
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-10	Work-related ill health	N/A		
G4-LA9	GRI 404	Training and Education	404-1	Average hours of training per year per employee	47, 49		
G4-LA10	GRI 404	Training and Education	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	49-55	97-99	
G4-LA11	GRI 404	Training and Education	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	49		
G4-LA12	GRI 405	Diversity and Equal Opportunity	405-1	Diversity of governance bodies and employees	46-47		
G4-LA13	GRI 405	Diversity and Equal Opportunity	405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	46-47		
G4-LA14	GRI 414	Supplier Social Assessment	414-1	New suppliers that were screened using social criteria	42-43		
G4-LA15	GRI 414	Supplier Social Assessment	414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken			
G4-LA16	GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components			
G4-HR1	GRI 412	Human Rights Assessment	412-3	Significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human rights screening	56-63		

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
G4-HR2	GRI 412	Human Rights Assessment	412-2	Employee training on human rights policies or procedures	56-63	97-98	
G4-HR3	GRI 406	Non-discrimination	406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	62-63		
G4-HR4	GRI 407	Freedom of Association and Collective Bargaining	407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk			
G4-HR5	GRI 408	Child Labor	408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	N/A		
G4-HR6	GRI 409	Forced or Compulsory Labor	409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	N/A		
G4-HR7	GRI 410	Security Practices	410-1	Security personnel trained in human rights policies or procedures	57		
G4-HR8	GRI 411	Rights of Indigenous Peoples	411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	N/A		
G4-HR9	GRI 412	Human Rights Assessment	412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	62-63		
G4-HR10	GRI 414	Supplier Social Assessment	414-1	New suppliers that were screened using social criteria	43		
G4-HR11	GRI 414	Supplier Social Assessment	414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken			
G4-HR12	GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components	39		
G4-SO1	GRI 413	Local Communities	413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs			
G4-SO2	GRI 413	Local Communities	413-2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities			
G4-SO3	GRI 205	Anti-corruption	205-1	Operations assessed for risks related to corruption	36-38	70-71	
G4-SO4	GRI 205	Anti-corruption	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	36-37	107-109	
G4-SO5	GRI 205	Anti-corruption	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	N/A	109	
G4-SO6	GRI 415	Public Policy	415-1	Political contributions			
G4-SO7	GRI 206	Anti-competitive Behavior	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices			
G4-SO8	GRI 419	Socioeconomic Compliance	419-1	Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area	36-38		

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
G4-SO9	GRI 414	Supplier Social Assessment	414-1	New suppliers that were screened using social criteria			
G4-SO10	GRI 414	Supplier Social Assessment	414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken			
G4-SO11	GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components	39		
G4-PR1	GRI 416	Customer Health and Safety	416-1	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	44-45		
G4-PR2	GRI 416	Customer Health and Safety	416-2	Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services			
G4-PR3	GRI 417	Marketing and Labeling	417-1	Requirements for product and service information and labeling	39-41		
G4-PR4	GRI 417	Marketing and Labeling	417-2	Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling			
G4-PR5	GRI 102	General Disclosures	102-43 102-44	Approach to stakeholder engagement Key topics and concerns raised	20-21		
G4-PR6	GRI 102	General Disclosures	102-2	Activities, brands, products, and services	20-21		
G4-PR7	GRI 417	Marketing and Labeling	417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications			
G4-PR8	GRI 418	Customer Privacy	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	67		
G4-PR9	GRI 419	Socioeconomic Compliance	419-1	Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area			

เราสรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน

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

530 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์ : (662) 293-9000, (662) 293-9300
เว็บไซต์ : http://www.icc.co.th อีเมล : webmaster@icc.co.th

นายทะเบียนบริษัท : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ (662) 009-9000