

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

##### การประกอบธุรกิจของบริษัท

บริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นในปี 2507 ในนามห้างหุ้นส่วนจำกัด อินเตอร์เนชั่นแนล คอสเมติกส์ (เพียช) ทุนจดทะเบียน 100,000.- บาท มีพนักงาน 7 คน เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพียช และได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล คอสเมติกส์ (เพียช) จำกัด ในปีต่อมาหลังจากปี 2513 เป็นต้นมา บริษัทฯ เริ่มขยายแนวผลิตภัณฑ์ โดยรับเป็นผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน “วาโก้” ผลิตภัณฑ์สุขภาพบุรุษ “เออร์โรว์” และผลิตภัณฑ์อื่นๆ อีกหลายประเภท ปี 2548 บริษัทฯ ได้เริ่มแนะนำ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง BSC COSMETOLOGY ขึ้นเพื่อสร้าง Brand เครื่องสำอางในเครือสหพัฒน์ ให้ก้าวสู่ระดับสากล บริษัทฯ ได้สร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ตลอดมาจนในปัจจุบัน บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท ภายใต้แบรนด์ต่างๆ กว่า 100 แบรนด์ ครอบคลุมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอาง เครื่องหอม ชุดชั้นในสตรี เสื้อผ้าสุขภาพสตรี เสื้อผ้าสุขภาพบุรุษ ชุดชั้นในสุขภาพบุรุษ เสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬา เสื้อผ้าเด็ก เครื่องหนัง นาฬิกา เครื่องใช้ภายในบ้าน อาหาร น้ำมันงาเครื่องสำอางเนื้อข้าวโพด น้ำดื่ม น้ำแร่ ฯลฯ บริษัทฯ ได้ร่วมกับพันธมิตรทั้ง 8 แห่ง ตามจังหวัดสำคัญๆ เพื่อเป็นศูนย์กลางอำนวยความสะดวกและบริการลูกค้าอย่างใกล้ชิด ดังนี้

|               |                                      |
|---------------|--------------------------------------|
| ที่เชียงใหม่  | คือ บริษัท อินทนิลเชียงใหม่ จำกัด    |
| ที่สงขลา      | คือ บริษัท อินเตอร์เซ้าท์ จำกัด      |
| ที่ขอนแก่น    | คือ บริษัท แคน จำกัด                 |
| ที่ภูเก็ต     | คือ บริษัท ชัน แอนด์ แซนด์ จำกัด     |
| ที่ชลบุรี     | คือ บริษัท อีสเทิร์น ไอ.ซี.ซี. จำกัด |
| ที่นครราชสีมา | คือ บริษัท โคราชวัฒนา จำกัด          |
| ที่นครสวรรค์  | คือ บริษัท ปากน้ำโพวัฒนา จำกัด       |
| ที่พิษณุโลก   | คือ บริษัท มหาราชพฤษภรณ์ จำกัด       |

บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินด้านธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นในประเทศและจากต่างประเทศ และจากนวัตกรรมขององค์ความรู้ขององค์กรบริษัท และบริษัทในเครือ อุตสาหกรรมหลัก คือ อุตสาหกรรมเครื่องสำอางและเครื่องหอม อุตสาหกรรมเพื่อสุขอนามัยของเส้นผม ผิวพรรณ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มครบวงจร ทั้งชุดชั้นใน ชุดชั้นนอก ชุดกีฬา และการออกกำลังกาย อุตสาหกรรมเพื่อการชก้าง และบำรุงรักษาเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องหนัง เป็นต้น

## 1. วิสัยทัศน์/ ภารกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินงานของบริษัท โดยมีส่วนร่วมในการกำหนด วิสัยทัศน์/ภารกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงาน มีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน และได้พิจารณาบททวนเป็นประจำทุกปี

### วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นเป็นผู้นำธุรกิจแฟชั่น ทั้งในประเทศ ภูมิภาค และระดับสากล ครอบคลุมความหลากหลายของช่องทาง การตลาด และกลุ่มลูกค้า โดยยึดหลักคุณธรรม และจริยธรรม สู่อนาคตที่ยั่งยืน

### ภารกิจ

1. พัฒนาระบบการโซ่อุปทาน (Supply Chain) ตั้งแต่ผู้ผลิตต้นน้ำ ไปยังการขายปลายทาง หน้าร้านค้า โดยมุ่งเน้นการพัฒนา ระบบ Logistics การบริหารสินค้าคงคลัง การขนส่ง และระบบติดตามประมวลผลสารสนเทศ ที่สามารถปรับเปลี่ยนให้ตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ อย่างเป็นระบบ
2. ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสรรสร้างนวัตกรรมใหม่ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ และ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย
3. ดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้า ลูกค้า ด้วยความเป็นธรรม สร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์อันดีต่อกัน เพื่อความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ และคำนึงถึงประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย
4. ยึดหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ตลอดจนความรับผิดชอบต่อ สังคมและชุมชน
5. สนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรของบริษัท เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจสู่ระดับสากล

### พันธกิจ

สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับลูกค้า คู่ค้า และสังคม เพื่อพัฒนาคุณค่า และการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบดิจิทัล พัฒนาระบบบริหารงานอัตโนมัติ ที่สามารถตอบสนองความ เปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้า คู่ค้า และสังคม อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายในช่องทางที่แตกต่างกัน

จากกระแสโลกาภิวัตน์ รวมถึง นโยบายการค้าเสรี ทำให้การทำธุรกิจในประเทศไทยมีการแข่งขันที่เข้มข้น และรุนแรงมากขึ้น นอกจากคู่แข่งในประเทศแล้ว ยังมีคู่แข่งจากต่างประเทศเข้ามาร่วมในตลาดที่เต็มไปด้วยโอกาส แห่งนี้ด้วย

คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการตลาด และตระหนักถึงความสำคัญของการแข่งขันกับ คู่แข่งที่อยู่ในสายธุรกิจเดียวกัน รวมทั้งคู่แข่งภายในประเทศ และ คู่แข่งภายนอกประเทศ จึงได้กำหนดอุดมการณ์ เพื่อบรรลุเป้าหมายให้กับผู้บริหารและพนักงานของบริษัท

### อุดมการณ์

1. ผู้เพื่อชนะ : เสริมสร้างอุดมการณ์ให้พนักงานมีความเป็นนักสู้โดยเริ่มต้นจากตนเอง เป็นแบบอย่างให้ผู้อื่น เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และชนะการแข่งขันทางธุรกิจ ด้วยการคิดวางกลยุทธ์ที่จะต่อสู้ในธุรกิจ ตลอดเวลา และติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ เปิดใจรับการปรับแผนการทำงาน

2. **คิดบวก :** เสริมสร้างอุดมการณ์ให้พนักงานเกิดความคิดเชิงบวก ว่าสามารถทำงานได้บรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างแน่นอน ไม่มีอะไรที่จะหยุดยั้งความสำเร็จ โดยเน้นให้คิดประสบความสำเร็จบ่อยๆ โดยไม่มีเงื่อนไข
3. **วินัย :** สร้างวินัยในการทำงาน รวมถึงการสื่อสาร และการปฏิบัติงาน ด้วยความเที่ยงตรง และความผูกพันในการทำงานแก่องค์กร พร้อมติดตามผลปฏิบัติงาน และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
4. **ศรัทธา :** เสริมทัศนคติแก่พนักงานให้เกิดความศรัทธาต่อตนเองในความสามารถในการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย และกระทำความดีทั้งต่อตนเอง และผู้อื่น รวมถึงสร้างความศรัทธาของพนักงานที่มีต่อผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ได้บังคับบัญชา องค์กร และประเทศชาติ เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความเชื่อมั่น และเกิดความผูกพันในการทำงาน
5. **รวดเร็ว :** พัฒนาบุคลากรให้เกิดความตระหนักถึงการตอบสนองที่รวดเร็วในการบริการลูกค้า ความกล้าในการตัดสินใจและปฏิบัติงาน โดยยึดคุณค่าของลูกค้า ด้วยความสมดุลกับความเป็นพนักงานขององค์กรในหน้าที่รับผิดชอบอย่างเป็นรูปธรรม
6. **ซื่อสัตย์ เที่ยงธรรม :** ปลุกฝังความซื่อสัตย์ เที่ยงธรรมให้พนักงานมีความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น องค์กร สังคม รวมถึงประเทศชาติ ทั้งในที่ลับ และในที่แจ้ง
7. **สามัคคี :** สร้างวิถีคิดที่สร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียว มุ่งไปในทิศทางเดียวกับองค์กร ด้วยความร่วมมือ ร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมทำ เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

บริษัทฯ มุ่งเน้นในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า ด้วยการมุ่งเน้นในการพัฒนาเครือข่ายธุรกิจร่วมกับคู่ค้า และลูกค้าในหลากหลายช่องทางการจำหน่าย รวมทั้งพัฒนา ปรับเปลี่ยนระบบ และกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับภาวะนิยม ความต้องการของลูกค้า ที่แปรเปลี่ยน โดยการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล เพื่อสร้างคุณค่าที่เหมาะสมแก่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ รวมถึงประสิทธิภาพ และความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า และคู่ค้า ร่วมสร้างธุรกิจด้วยกันอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการทบทวนวิสัยทัศน์และพันธกิจเป็นประจำทุกปี โดยผ่านการทบทวนและอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2560 เพื่อให้วิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน

#### **เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ**

บริษัทฯ มุ่งเน้นในการทำการตลาด ที่สร้างความแตกต่าง นวัตกรรม ในการเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจ และช่องว่างทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ สร้างความมีส่วนร่วมกับลูกค้า ให้เกิดประสบการณ์ที่ประทับใจ ในช่องทางการตลาดที่หลากหลาย ตามความเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล สร้างความเชื่อมั่นจงรักภักดีต่อตราสินค้าขององค์กร รวมทั้งรักษาสถาบันในกลุ่มลูกค้าเดิม โดยพัฒนาคุณค่าผลิตภัณฑ์ การบริการ และคุณค่าตราสินค้าให้เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของลูกค้า โดยกลยุทธ์ประกอบด้วย

1. กลยุทธ์การสร้างตลาดใหม่ ด้วยการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงดิจิทัล อำนวยความสะดวกรวดเร็วในการเข้าร่วมกิจกรรม และสร้างประสบการณ์กับลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ เพื่อก่อให้เกิดคุณค่าในตราสินค้าของบริษัทในใจของลูกค้า เปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วม Sharing economy ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ สร้างเครือข่ายลูกค้ากลุ่มต่างๆ ในการพัฒนาการบริการร่วมกันอย่างยั่งยืน
2. การสร้างแบรนด์แฟชั่นของตนเอง ด้วยการพัฒนาร่วมกับคู่ค้าการผลิตที่มีความยืดหยุ่น และฉับไว ทนความเปลี่ยนแปลง พร้อมต้นทุนที่ได้เปรียบในการแข่งขัน สร้างให้เกิดความได้เปรียบในความรวดเร็วในการออกแบบ วิจัยพัฒนา และการผลิต Economy of speed and design
3. สร้าง His & Her Shop ให้เป็น Hub เครือข่ายในการเชื่อมโยงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย พร้อมบูรณาการการให้บริการรองรับการบริการเชิงดิจิทัลตอบสนองการจับจ่าย และการรับรู้ของลูกค้า และวิถีชีวิตที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว
4. กลยุทธ์การรักษาตลาดที่มีอยู่ ด้วยการสร้างกระบวนการและระบบการปรับตัวให้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ดูแลลูกค้าที่มีอยู่ด้วยคุณค่าของคุณภาพสินค้า ความใส่ใจในการบริการ พัฒนากระบวนการ และระบบการวิจัยพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม สร้างความประทับใจการรับรู้ของลูกค้าด้วยนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ของการมีส่วนร่วม
5. กลยุทธ์การพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานอัจฉริยะ ด้วยการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลอย่างครบวงจร บูรณาการในองค์กรรวมของห่วงโซ่อุปทาน (Digital Supply Chain) พัฒนาการความซับซ้อนที่เกิดขึ้นจากความต้องการที่แปรเปลี่ยนไป สภาพเศรษฐกิจ สังคมที่ผันผวนยากจะคาดเดา และเทคโนโลยีที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ให้เกิดความง่ายดาย สะดวก รวดเร็วในการตัดสินใจ และปฏิบัติการ ทำให้บริษัทฯ สามารถปรับตัว สอดคล้องความต้องการที่แปรเปลี่ยนของลูกค้าอย่างทันทั่วทั้งที่ และสร้างประสิทธิภาพการบริหารงานตั้งแต่ต้นน้ำจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ผลิต ไปยังปลายน้ำ การตลาด การขาย และลูกค้า ให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยต้นทุนการบริหารจัดการที่ลดลง รวมถึงถูกต้องแม่นยำในการตัดสินใจทางธุรกิจ เพิ่มศักยภาพการจัดการกับความผันผวน และปรับตัวเตรียมความพร้อมในรูปแบบลักษณะธุรกิจใหม่ที่จะเกิดขึ้น
6. กลยุทธ์ในการปรับภาพลักษณ์ ทั้งภายในและภายนอก ด้วยการปรับกระบวนการทำงานให้เกิดความเป็นอัตโนมัติ มีประสิทธิภาพ ควบคู่กับวัฒนธรรมที่เปิดกว้างใน generation ต่างๆ ผสมผสานคนรุ่นใหม่ และรุ่นปัจจุบัน ให้เกิดการทำงานด้วยทัศนคติเชิงบวกที่เปิดกว้างรับการเรียนรู้ และเปลี่ยนแปลงด้วยหลักคุณธรรม จริยธรรม และเกิดความโปร่งใสในการทำงานในทุกระดับ
7. สร้างและพัฒนาบุคลากร ให้มีความทันสมัย มองการบริการลูกค้าด้วยคุณค่า มุ่งเน้นทักษะความชำนาญเฉพาะทางด้านวิชาชีพ มีสมรรถนะตรงหน้าที่ (Skill Matching) เข้าใจประสิทธิภาพการทำงานได้ครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ เพื่อสร้างคุณค่าและมีส่วนร่วมกับลูกค้าอย่างยั่งยืน และเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต

8. ความร่วมมือกับโครงการสานประชารัฐ สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ดึงดูดพนักงานรุ่นใหม่ที่มีความคิดแตกต่าง มีพลังพร้อมเรียนรู้ผู้ประกอบการเข้าสู่องค์กร

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัท ได้ติดตามดูแลให้มีการนำกลยุทธ์ของบริษัทไปปฏิบัติ โดยฝ่ายจัดการจะรายงานแผนการปฏิบัติงาน และการวางแผนกลยุทธ์ ให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัท รับทราบตามลำดับเป็นประจำทุกเดือน ซึ่งในการประชุมแต่ละคณะจะกำหนดเป็นวาระ รับทราบผลการดำเนินงานของบริษัทแต่ละเดือน พร้อมทบทวนแผนกลยุทธ์รายไตรมาส ซึ่งที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัทจะให้ข้อเสนอแนะในเรื่องที่ฝ่ายจัดการควรนำไปพัฒนาปรับปรุง

### โครงการในอนาคต

บริษัทฯ มีนโยบายสร้างแบรนด์ใหม่ และขยายช่องทาง On Line Business และ Specialty Shops ที่บริษัทฯ บริหารเองเพื่อรองรับกับสภาวะตลาด และแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมพัฒนาสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าหลากหลายมากขึ้น

## 2. การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจทางการค้าส่ง และการค้าปลีกให้กับร้านค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ผลผลิตหลักของบริษัทส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นทางด้านความสวยงาม ตามคำขวัญของบริษัทที่ว่า “เราสรรสร้างความสุข และความสวยงามให้ปวงชน”

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ขยายแนวธุรกิจบริการต่างๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่

- ICC Call Center ให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์
- โครงการบัตรสมาชิก His & Her Plus Point “สะสมความสุข สะสมคะแนน” โดยเชิญชวนลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกบัตร His & Her เพื่อสะสมคะแนนจากการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ณ เคาน์เตอร์ปกติในร้านค้าที่ร่วมรายการทั่วประเทศ โดยลูกค้าจะได้รับคะแนนสะสม 1 คะแนน จากทุกๆ ยอดซื้อ 25 บาท เพื่อสะสมแลกรับของรางวัลตามแคตตาล็อกและรับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่จัดขึ้นเป็นพิเศษเฉพาะสมาชิก
- His & Her Shop ร้านค้าที่รวบรวมสินค้าแฟชั่นของบริษัท โดยเน้นการตกแต่งร้านที่ทันสมัย
- His & Her ShopSmart แคตตาล็อกไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้ง เป็นอีกหนึ่งช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าในแคตตาล็อก และสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ เว็บไซต์ แพลตฟอร์ม หรือทางไปรษณีย์ รับบริการจัดส่งสินค้า ถึงบ้านเป็นการตอบสนองไลฟ์สไตล์การช้อปปิ้งที่ทันสมัยและสะดวกสบาย
- I.C.C. Line Official Account ตอบโจทย์ลูกค้าในโลกออนไลน์ เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ก เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสาร และโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือข่าย
- eThailandBEST.com ช้อปปิงมอลล์ออนไลน์ ที่รวบรวมสินค้าไว้อย่างครบครัน หลากหลายหมวดหมู่ ด้วยวิธีง่ายๆ เพียงแค่ปลายนิ้วคลิก คุณก็สามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบายตลอด 24 ชั่วโมง

ตอบโจทย์ครบครันด้วยสินค้าคุณภาพดี ในราคาที่คุ้มค่าจากกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าโดยตรงในเครือ “สหพัฒน์” กลุ่มบริษัทชั้นนำที่อยู่คู่ประเทศไทยมากกว่า 60 ปี

- BEAUTY STATION สถานีแห่งความงาม ทางเลือกใหม่ในการรวบรวมแบรนด์เครื่องสำอางทั้งภายในและภายนอกบริษัท ที่เป็นที่สนใจของกลุ่มลูกค้าให้อยู่ในสถานที่เดียวกัน (One Stop Service Shop) เพื่อตอบสนองต่อ Life Style ลูกค้าและให้อิสระในการเลือกซื้อแก่ลูกค้า แต่ยังคงไว้ซึ่งการบริการแบบดีเยี่ยมแบบเคาน์เตอร์

### ธุรกิจและผลิตภัณฑ์ใหม่ ปี 2559

- YISHION เสื้อผ้าแบรนด์สตรีทแฟชั่นสุดเท่อันดับต้นๆ ของเอเชีย สำหรับคนรุ่นใหม่ ที่มีไลฟ์สไตล์ที่โดดเด่น เป็นตัวของตัวเอง และกล้าที่จะเปลี่ยนแปลง
- DESIGUAL เสื้อผ้าและ Accessories จากประเทศสเปน โดดเด่นในการออกแบบสไตล์เซ็บปะติด เน้นเทรนด์สีสันสดใส และความสนุกสนาน
- ENFANT ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กภายใต้แนวคิด Healthy & Safety เพื่อสุขอนามัย และความปลอดภัยของลูกน้อย โดยคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ ปลอดภัย อ่อนโยนต่อผิวที่บอบบาง บำรุงทะนุถนอม เพื่อสุขภาพและอนามัยที่ดี นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ อาทิ
  - Infant Organic Gentle Baby Toothpaste Gel 6M+ ยาสีฟันสำหรับเด็กน้อย 6 เดือนขึ้นไป กลิ่น Banana & Strawberry
  - Infant Organic Plus Natural Baby Power แป้งเด็กสูตรธรรมชาติจากแป้งข้าวโพด ปราศจากส่วนผสมของแร่หินทัลคัม (Talc-free)
  - Infant Organic Herbal Soothing Cream ครีม บรรเทาอาการคันและลดเลือนรอยดำจากการโดนยุง และแมลงกัด
  - Infant Organic Bye Bye Mozzie Lotion โลชั่นกันยุง ปกป้องลูกน้อยจากยุงและแมลงด้วยน้ำมันสกัดออแกนิก 100%
  - Infant Organic Plus Face & Body Sunscreen Milky Spray SPF 30PA+++ สเปรย์กันแดด เนื้อบางเบา
  - Infant Organic Plus Shea Butter Nurturing Balm ปกป้องผิวจากความแห้งกร้าน และป้องกันผิวจากมลภาวะ พร้อมคงความชุ่มชื้นให้ผิวได้อย่างยาวนาน
- ENFANT BEAUTY MOM ผลิตภัณฑ์สำหรับคุณแม่ ปราศจากสารเคมีอันตราย ปลอดภัยสำหรับสตรีที่ตั้งครรภ์ และลูกน้อย ได้แก่ Infant Beauty Mom Nipple Moisturizing cream ผลิตภัณฑ์บำรุงหัวนมสำหรับคุณแม่ที่ต้องการดูแลผิวเป็นพิเศษ โดยเฉพาะในขณะที่ให้นมบุตร อุดมไปด้วยคุณค่าจาก Shea butter และน้ำมันสกัดจากธรรมชาติ 5 ชนิด ช่วยให้ผิวที่แห้งกร้านกลับมาชุ่มชื้น
- ENFANT เสื้อผ้าสำหรับเด็ก นำเสนอชุดว่ายน้ำเด็กดีไซน์น่ารัก ที่ตัดเย็บอย่างพิถีพิถันมาโดยเฉพาะ เพื่อให้หนูน้อยสวมใส่สบาย

- VIRTUAL AR STORE ห้างสรรพสินค้าเสมือนจริง เทคโนโลยีที่ผสานความเป็นจริง (Real World) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual World) โดยซ้อนภาพสามมิติที่อยู่ในโลกเสมือนไปบนภาพที่เห็นจริงๆ ผ่านจอภาพโดยนำเทคโนโลยี AR STORE มาผสมกับการขายในรูปแบบเดิม เพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค
- VIRTUAL FITTING ROOM ห้องลองเสื้อผ้าเสมือนจริง เทคโนโลยีดิจิทัลที่อาศัยกล้องจับความเคลื่อนไหวกับการประมวลผล ภาพ (Image Processing) โดยจำลองภาพการลองสวมใส่ชุดของลูกค้าผ่านจอภาพแทนการทดลองสวมใส่จริง ด้วยวิธีการนำภาพของลูกค้าขึ้นมาบนจอภาพ แล้วให้ลูกค้าคลิกเลือกเสื้อผ้าที่ต้องการสวมใส่ จากนั้นระบบจะประมวลผล เพื่อแสดงภาพลูกค้าที่สวมใส่ชุดที่คลิกเลือกให้เห็นผ่านจอภาพ ซึ่ง VIRTUAL FITTING ROOM จะอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถ MIX & MATCH เสื้อ กางเกง กระโปรง เสื้อนอก ฯลฯ ได้หลากหลายรูปแบบจนกว่าจะพอใจ โดยไม่ต้องเสียเวลาใส่ - ถอด แบบการลองเสื้อผ้าแบบเดิมๆ
- AR TAG เป็นเทคโนโลยีใหม่ ที่ผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริง (Real) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual) ซึ่งจะทำให้ภาพที่เห็นในจอภาพกลายเป็นวัตถุ 3 มิติลอยอยู่เหนือพื้นผิวจริง และเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ให้สื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ไปสู่ความตื่นเต้นเร้าใจแบบใหม่ ของการที่ภาพสินค้าจากป้าย TAG ลอยออกมาสู่จอคอมพิวเตอร์หรือมือถือ
- QUICK BUY การซื้อสินค้าผ่าน QR Code โดย Quick Buy นั้นสามารถผสมผสานกับเทคโนโลยี AR เพื่อสร้างเป็น Virtual AR Store , Virtual Fitting Room และ WoW Price ที่สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตามต้องการได้ทันทีด้วยการสแกน QR Code ผ่าน Application ทางมือถือ (Smart Phone) และเชื่อมโยงไปยัง [www.eThailandBEST.com](http://www.eThailandBEST.com) ที่พร้อมบริการจัดส่งสินค้า ฟรีถึงบ้านอย่างรวดเร็ว

### 3. โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

1. บริษัทฯ มีบริษัทย่อย 3 บริษัท และบริษัทร่วม 9 บริษัท

| ชื่อบริษัท                                                  | ประกอบธุรกิจ                                                | ICC ถือหุ้น (%) |            |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------|------------|
|                                                             |                                                             | บริษัทย่อย      | บริษัทร่วม |
| 1. บจ. ดับเบิลยู บี อาร์ อี                                 | พัฒนาอสังหาริมทรัพย์                                        | 99.9994         | -          |
| 2. Amis Du Monde Sarl. (ประเทศฝรั่งเศส)                     | ซื้อขายสินค้าในประเทศฝรั่งเศส และต่างประเทศ นำเข้าและส่งออก | 81.92           | -          |
| 3. บจ. ไหมทอง                                               | ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป                             | 58.16           | -          |
| 4. บจ. เวสต์คลาส เรนท์ อะเคอร์                              | รถเช่า                                                      | -               | 25.00      |
| 5. บจ. อินเตอร์เนชั่นแนล เลทเธอร์เฟชั่น                     | ผลิตสินค้าที่ทำจากหนังแท้และหนังเทียม                       | -               | 28.00      |
| 6. บจ. ร่วมอิสสระ                                           | พัฒนาอสังหาริมทรัพย์                                        | -               | 25.00      |
| 7. บจ. บุญ แคปปิตอล โฮลดิ้ง                                 | ลงทุน                                                       | -               | 32.00      |
| 8. บจ. ซ้อป โกลบอล (ประเทศไทย)                              | TV Shopping                                                 | -               | 30.00      |
| 9. Canchana International Co., Ltd.<br>(ราชอาณาจักรกัมพูชา) | จัดจำหน่ายสินค้า                                            | -               | 40.00      |
| 10. Nanan Cambo Solution Co., Ltd.<br>(ราชอาณาจักรกัมพูชา)  | ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์                                      | -               | 49.00      |
| 11. ร่วมอิสสระ ดีเวลอปเม้นท์                                | โรงแรม                                                      | -               | 25.00      |
| 12. บจ.รักษาความปลอดภัย ไทยซีคอม                            | รักษาความปลอดภัย                                            | -               | 25.50      |

2. การถือหุ้นในบริษัทที่อาจมีความขัดแย้งกัน ตามเงินลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้องกัน หน้า 37-43 ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

3. บริษัทเกี่ยวข้อง บริษัทย่อย และบริษัทร่วมที่ทำธุรกิจคล้ายหรือเกี่ยวเนื่องกัน และการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ 31 ธันวาคม 2559

| ชื่อบริษัท                                           | ICC ถือหุ้น (%) | ถือหุ้นใน ICC (%) | ธุรกิจคล้ายหรือเกี่ยวเนื่องกัน | ถือหุ้นไขว้ | บริษัทย่อย | บริษัทร่วม |
|------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|--------------------------------|-------------|------------|------------|
| 1. บมจ. สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง                       | 9.97            | 22.49             | -                              | ✓           | -          | -          |
| 2. บมจ. สหพัฒนาพิบูล                                 | 10.19           | 8.53              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 3. บมจ. ไทยวาโก้                                     | 5.09            | 3.80              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 4. บมจ. ธนุกิจย์                                     | 11.09           | 3.44              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 5. บมจ. โอ ซี ซี                                     | 19.73           | 0.55              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 6. บมจ. เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ | 14.61           | 0.35              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 7. บมจ. เท็กซ์ไทล์เพรสทิจ                            | 10.43           | 0.43              | ✓                              | ✓           | -          | -          |



| ชื่อบริษัท                                                   | ICC ถือหุ้น (%) | ถือหุ้นใน ICC (%) | ธุรกิจคล้ายหรือเกี่ยวเนื่องกัน | ถือหุ้นไขว้ | บริษัทย่อย | บริษัทร่วม |
|--------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|--------------------------------|-------------|------------|------------|
| 8. บมจ. ประชาอากรณ                                           | 5.25            | 0.12              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 9. บมจ. ฟาร์อีสท์ ดีดีบี                                     | 10.64           | 0.29              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 10. บจ. เฟิสท์ยูไนเต็ดอินดัสตรี                              | 9.12            | 0.35              | -                              | ✓           | -          | -          |
| 11. บจ. ไอ.ดี.เอฟ.                                           | 9.00            | 9.45              | -                              | ✓           | -          | -          |
| 12. บจ. ไทเกอร์ ดิสทริบิวชั่น แอนด์ โลจิสติกส์               | 19.90           | -                 | ✓                              | -           | -          | -          |
| 13. บจ. อินเตอร์เนชั่นแนล แลบบอราทอรีส์                      | 19.56           | 1.10              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 14. บจ. ไทยอูรช                                              | 4.17            | 0.03              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 15. บจ. ภัทยาอุตสาหกรรม                                      | 5.33            | 0.14              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 16. บจ. โลอ้อน (ประเทศไทย)                                   | 12.00           | 0.07              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 17. บจ. ไซ ไอ.ที. เซอร์วิส                                   | 10.00           | 0.01              | ✓                              | ✓           | -          | -          |
| 18. บจ. ไหมทอง                                               | 58.16           | -                 | ✓                              | -           | ✓          | -          |
| 19. บจ. อินเตอร์เนชั่นแนล เลทเธอร์ แฟชั่น                    | 28.00           | -                 | ✓                              | -           | -          | ✓          |
| 20. บจ. ซ้อป โกลบอล (ประเทศไทย)                              | 30.00           | -                 | ✓                              | -           | -          | ✓          |
| 21. Canchana International Co., Ltd.<br>(ราชอาณาจักรกัมพูชา) | 40.00           | -                 | ✓                              | -           | -          | ✓          |
| 22. Amis Du Monde Sarl.(ประเทศฝรั่งเศส)                      | 81.92           | -                 | ✓                              | -           | ✓          | -          |

หมายเหตุ : บริษัทฯมีโครงสร้างการถือหุ้นแบบไขว้ หรือโครงสร้างการถือหุ้นแบบปิรามิด เนื่องจากเป็นลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทที่มีมาตั้งแต่ก่อนเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แต่การถือหุ้นไขว้ดังกล่าวไม่มีลักษณะเป็นการถือหุ้นไขว้ระหว่างกันที่ขัดหรือแย้งกับหลักเกณฑ์ ข้อ 14 ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ.28/2551 เรื่องการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่