



รายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน 2562

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

คนดี • สีนค้ำดี • สังคมดี



ARROW
»»»—————>>>
USA • 1851



ARROW
EXCELLENCY



ARROW
GETAWAY



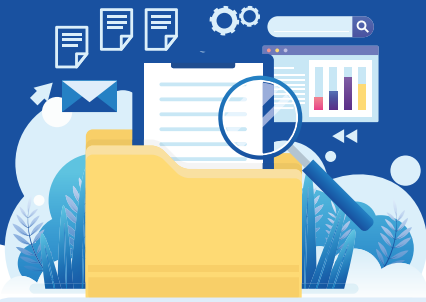
ARROW
»—————>



ARROW
»—————>







สารบัญ

สารจากกรรมการผู้อำนวยการ และรองประธานกรรมการบริหาร

4-5

ข้อมูลองค์กร

6-7

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

9

โครงสร้างองค์กร

11

พัฒนาการที่สำคัญ

12-16

การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

20-21

ขอบเขตรายงาน

22-23

การมีส่วนร่วมกับ SDGs

24-25

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

26-27

• คนดี

28-35

• สินค้าดี

36-48

• สังคมดี

49-57

สรุปผลดำเนินงาน

58-59

ดัชนีชี้วัดตามกรอบ GRI

60-68

สารจากผู้บริหาร

ก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน
ด้วยหลักจริยธรรม คุณธรรม
และความรับผิดชอบต่อ
ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตลอดระยะเวลากว่า 50 ปีของการดำเนินธุรกิจ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ยึดหลักจริยธรรม คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมาโดยตลอด ดังนั้น ความมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์ “คนดี สินค้าดี สังคมดี” และส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมสินค้าและบริการ จึงยังคงเป็นนโยบายในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ มาอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2562 บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นสร้างให้เกิด “คนดี สินค้าดี สังคมดี” ด้วยแนวคิด “การให้ทั้ง 5 ประการ” ได้แก่ ให้ความรู้ ให้อภัย ให้ความช่วยเหลือ ให้ชีวิต และให้ความรัก ด้วยความเชื่อมั่นว่าการให้ทั้ง 5 ประการนี้จะหล่อหลอมให้ทุกคนเป็นคนดี เป็นคนเก่งที่มีคุณธรรมจริยธรรม ส่งเสริมให้เกิดการคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมสินค้าและบริการที่สำคัญสำหรับลูกค้า อีกทั้งเป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้ทั้งธุรกิจของบริษัทฯ สังคม และประเทศชาติมีความแข็งแรงเจริญก้าวหน้าไปด้วยกัน

ทั้งนี้ ด้วยความร่วมมือร่วมใจของผู้บริหารและพนักงานจากรุ่นสู่รุ่น ประกอบกับการหล่อหลอมด้วยแนวคิดดังกล่าว บริษัทฯ จึงเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงมาจนปัจจุบัน และเชื่อว่าด้วยนโยบายการดำเนินงานด้วยแนวคิด “คนดี สินค้าดี สังคมดี” จะสามารถนำพาบริษัทฯ ให้เจริญก้าวหน้าต่อไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

นายธรรมรัตน์ โชควัฒนา
กรรมการผู้อำนวยการ
และรองประธานกรรมการบริหาร





คนดี

มุ่งเน้นการเสริมสร้างให้บุคลากรเป็นคนดี มีความซื่อสัตย์ ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ทั้งลูกค้า คู่ค้า สังคม และประเทศชาติ ปฏิบัติงานตามนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด อีกทั้งสร้างเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานเข้าใจความหมายในวิธีการปฏิบัติตนสวนต่อเจตนารมณ์ในเรื่องของการให้ 5 ประการ ได้แก่ ให้ความรู้ ให้อภัย ให้ความช่วยเหลือ ให้ชีวิต และให้ความรัก โดยในปี 2562 บริษัทฯ ยังคงสานต่อในเรื่องของการให้ความรู้แก่พนักงานภายในองค์กรเป็นหลัก เห็นได้จากโครงการต่างๆ ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาบุคลากรในทุกมิติ เช่น การอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงานให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจดิจิทัล รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการให้ในทุกมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความช่วยเหลือ ให้อภัย ให้ชีวิต และให้ความรักจากภายในสู่ภายนอกองค์กรตามลำดับ



สินค้าดี

การพัฒนาสินค้าและบริการ จะยึดหลักการให้โดยมุ่งเน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า โดยคำนึงถึง Customer Journey เป็นหลัก เพื่อให้ลูกค้ามีความสุขในการใช้ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ ดังนั้น สินค้าทุกชิ้นจะอยู่ภายใต้การควบคุมคุณภาพตามมาตรฐานของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึงบริการหลังการขาย หากลูกค้าไม่ได้รับความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ จะเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบ และลูกค้าจะได้รับการดูแลอย่างดีที่สุดจากศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทฯ ต่อไป



สังคมดี

การสนับสนุนให้บุคลากรมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมในทุกมิติ ยังคงเป็นแนวทางปฏิบัติของบริษัทฯ มาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะใส่ใจผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแบบบูรณาการทั้งกระบวนการ จากต้นน้ำ กลางน้ำ สู่ปลายน้ำ นอกจากนี้ยังสนับสนุนกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์และสร้างสรรค์สิ่งดีงามต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่น ส่งเสริมการให้ชีวิตด้วยกิจกรรมบริจาคโลหิตให้แก่สภากาชาดไทย ส่งเสริมจริยธรรมคุณธรรมด้วยกิจกรรมตักบาตรในวันสำคัญทางศาสนาและหลักคิดในการดำเนินชีวิต และร่วมใจจัดกิจกรรมเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น



ข้อมูลองค์กร

2507

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นในปี 2507 โดยมีพนักงานเพียง 7 คน ภายใต้ชื่อ ห้างหุ้นส่วนจำกัด อินเทอร์เน็ตชั้นนำคอมพิวเตอร์สแควร์ (เพ็ช)

2513

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน “วาโก้” จากประเทศญี่ปุ่น

2518

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพบุรุษ “แอร์โรวี” จากประเทศสหรัฐอเมริกา

2521

ได้รับอนุมัติจากกระทรวงการคลังให้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2525

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฟชั่นสตรี “อีโตลิน”

2527

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพบุรุษ “กิลาโรซ” จากประเทศฝรั่งเศส

2531

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพบุรุษและสตรี “ลาคอส” จากประเทศฝรั่งเศส

2534

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในกีฬาระดับโลก “มิซูโน่”

2537

จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัท มหาชน จำกัด และได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด (มหาชน)

2539

เพื่อสะท้อนต้นกำเนิดและแนวคิดของบริษัทที่เป็น ASIAN อย่างเต็มตัว จึงได้มีการเปลี่ยนสัญลักษณ์ของบริษัทใหม่ โดยตัวอักษร I แทนชื่อบริษัท ตัวอักษร C ซ้อนกัน 2 ตัว ลักษณะคล้ายรูปโลก ภายในประกอบด้วย มังกร แทนจักรราศี มะโรง หมายถึงปีที่ก่อตั้งบริษัท (พ.ศ. 2507) และ หนู แทนจักรราศี ขวด หมายถึงปีที่มีการเปลี่ยนชื่อ เมื่อรวมกันจะหมายถึงความยิ่งใหญ่แห่งเอเชียที่มีอำนาจการมีสูง ขณะเดียวกันก็มีความคล่องตัวพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับทุกสถานการณ์ด้วยความอดทน

- รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพบุรุษและสตรี “DAKS” จากประเทศอังกฤษ 2540
- ริเริ่มมทรรรมส่งออกสินค้าในเครือสหพัฒน์ “สหกรุ๊ปเอ็กซ์พอร์ต’98” หรือ “สหกรุ๊ปแฟร์” ในปัจจุบัน 2541
- เริ่มธุรกิจสินค้า BSC (BEST SELECTED COLLECTION) 2542
- จัดตั้ง His & Her Shop แห่งแรก ณ ศูนย์การค้าบีบีเจียง จ. หนองคาย 2545
- จัดตั้งโครงการ 108 SHOP เพื่อสนับสนุนการค้าปลีกของคนไทย และนำระบบ ORMS (Quick Response Marketing System) มาใช้ในการบริการการขาย โดยติดตั้งระบบ ณ จุดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ 2546
- จัดตั้งอาคารสำนักงานใหม่ด้วยโครงสร้างอาคารแฝดสูง 6 ชั้น ในบริเวณใกล้เคียงอาคารเดิม และยังคงใช้จนถึงปัจจุบัน และริเริ่มโครงการประกวดนวัตกรรม เครื่องสหพัฒน์ CHAIRMAN AWARDS 2547
- จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม S Channel 2551
- ขยายช่องทางการขายไปยังช่องทางออนไลน์ eThailandBEST.com และ จัดตั้งโครงการนวัตกรรม ICC INNOVATION AWARDS 2559
- ก่อตั้งศูนย์จำหน่ายเครื่องสำอางภายใต้คอนเซ็ปต์ สถานีแห่งความงาม Beauty Station 2561
- เชินสัญญาความร่วมมือกับ ADK Emotion Inc. จับสิทธิ์คูแลลิสสิทธิ์เคาแรรักเตอร์ Kumamon ในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ 2562



บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้เพิ่มโลโก้ของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย อย่างครบครันด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพระดับสากล ได้แก่

1. เครื่องสำอางและเครื่องหอม
2. เครื่องแต่งกายสุขภาพบุรุษ
3. เครื่องแต่งกายสุขภาพสตรี
4. เครื่องแต่งกายเด็ก
5. เครื่องหนังและเครื่องประดับ
6. เครื่องกีฬา

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม

ในฐานะผู้นำด้านการดำเนินธุรกิจ คณะกรรมการและผู้บริหารได้ดำเนินงานตามแบบแผนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ที่วางไว้ และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับการแข่งขันของตลาด และมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น ในปี 2561 คณะกรรมการและผู้บริหารจึงได้ร่วมพิจารณาทบทวนกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ใหม่ เพื่อเป็นแผนงานในการดำเนินธุรกิจในระยะเวลา 3 ปี โดยเริ่มในปี 2562-2564 ดังนี้



ปี 2561

วิสัยทัศน์ :

มุ่งมั่นเป็นบริษัทชั้นนำของคนไทยที่ดำเนินธุรกิจสู่ระดับสากล มุ่งสร้างนวัตกรรม และพัฒนาบริษัทฯ โดยยึดหลักคุณธรรมและจริยธรรมสู่อนาคตที่ยั่งยืน

พันธกิจ :

- 1 สร้างตลาดใหม่โดยนำเทคโนโลยีมาอำนวยความสะดวกและสร้างประสบการณ์ใหม่
- 2 สร้างแบรนด์แฟชั่นของตนเองเพื่อความฉับไวและบริหารต้นทุนที่ได้เปรียบเหนือคู่แข่ง
- 3 สร้าง His & Her Shop Hub ขยายเครือข่ายในการเชื่อมโยงลูกค้า
- 4 รักษาตลาดที่มีอยู่ด้วยการสร้างกระบวนการ และระบบการปรับตัวให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
- 5 พัฒนาระบบปฏิบัติงาน ด้วยการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลอย่างครบวงจร
- 6 ปรับภาพลักษณ์ด้วยการปรับกระบวนการทำงาน
- 7 ควบคู่กับการผสมผสานการเรียนรู้ระหว่างคนรุ่นใหม่และรุ่นปัจจุบัน
- 8 สร้างและพัฒนาบุคลากรให้มีความทันสมัยเน้นทักษะความชำนาญ เข้าใจประสิทธิภาพการทำงานอย่างครบวงจร
- 9 ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหรือสถานีวิจัย ดึงดูดพนักงานรุ่นใหม่ที่มีความคิดแตกต่างหลากหลาย มีพลังพร้อมเรียนรู้คู่ประสบการณ์ขององค์กร

ปี

2562-2564

วิสัยทัศน์ :

มุ่งมั่นเป็นบริษัทชั้นนำของคนไทยที่ดำเนินธุรกิจสู่ระดับสากล มุ่งสร้างนวัตกรรม และพัฒนาบริษัทฯ โดยยึดหลักคุณธรรมและจริยธรรมสู่อนาคตที่ยั่งยืน

พันธกิจ :

- 1 วิจัยและพัฒนานวัตกรรมออกแบบและจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
- 2 ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนาแบรนด์สินค้าใหม่ๆ พร้อมทั้งการบริหารจัดการการขายและการตลาดยุคใหม่ เพื่อเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ต่างๆ ให้เข้มแข็ง
- 3 พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบใหม่ที่หลากหลาย ทันสมัยและผสมผสานสามารถตอบสนองวิถีชีวิต และตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม
- 4 เพิ่มประสิทธิภาพและพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการ ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย
- 5 มุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์กรที่มีธรรมาภิบาลเติบโตอย่างต่อเนื่อง .





กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

1



กลยุทธ์ สร้าง ออกแบบ และจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่น่าสนใจ ผ่านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ



2

กลยุทธ์ พัฒนาแบรนด์สินค้าใหม่ๆ ด้วยการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ พร้อมทั้งจัดการด้านการขายและการตลาดที่เหมาะสมกับยุคสมัย เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่ง เป็นผู้นำในตลาด

3



กลยุทธ์ ผสมผสานความทันสมัยท่ามกลางความหลากหลาย ผ่านการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายรูปแบบใหม่ๆ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม โดยนำเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจนสามารถสร้างความประทับใจสูงสุดได้



4

กลยุทธ์ เพิ่มและพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการเทคโนโลยีและซัพพลายเชนคู่กับพันธมิตรทางการค้า ตั้งแต่การผลิตถึงโลจิสติกส์ เพื่อส่งมอบและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

5



กลยุทธ์ เติบโตอย่างต่อเนื่องบนหลักธรรมาภิบาล เพื่อมอบสิ่งที่ดีๆ ตอบแทนอย่างยั่งยืนให้กับผู้ถือหุ้น นักลงทุน พันธมิตร ผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงพัฒนาบุคลากรในองค์กรอย่างต่อเนื่องให้มีศักยภาพ และพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและแข่งขัน

การพัฒนายั่งยืน

ด้วยพันธกิจของบริษัทฯ ที่มุ่งมั่นพัฒนาองค์กรอย่างมีธรรมาภิบาล ธุรกิจมีการดำเนินเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมอบผลตอบแทนที่ดีและยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมขยายธุรกิจใหม่ๆ พัฒนาบุคลากรและองค์กรอย่างต่อเนื่อง ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี เพื่อให้มีศักยภาพความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในการแข่งขัน

ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ



หลักคิดสู่ความสำเร็จ

คนดี



สร้างคุณค่าคนดี : ประพฤติ ปฏิบัติตนเป็นคนดีบนพื้นฐานความซื่อสัตย์สุจริต ต่อตนเอง องค์กร และสังคม

สินค้าดี



สร้างมูลค่าธุรกิจ : พัฒนาคุณภาพสินค้า บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สังคมดี



สร้างโอกาสทางสังคม : สนับสนุนกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำไปสู่สังคมที่เข้มแข็ง



รู้เพื่อชนะ

1



คิดบวก

2



วินัย

3



ศรัทธา

4



รวดเร็ว

5



ซื่อสัตย์เที่ยงธรรม

6



สามัคคี

7

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน



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

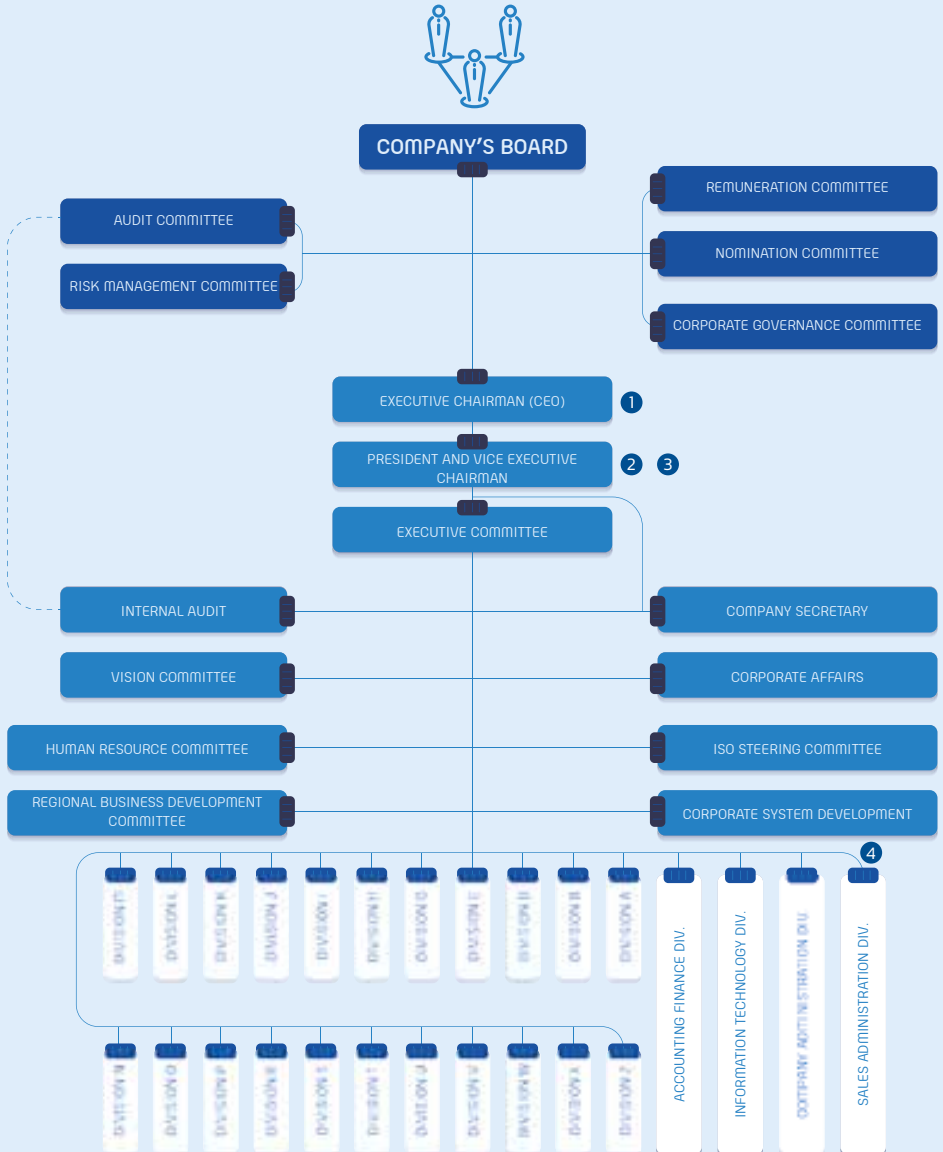
เป้าหมายด้านความยั่งยืน



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

โครงสร้างองค์กร

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ ตามโครงสร้างการจัดองค์กรของบริษัท ณ 31 ธันวาคม 2561 และได้เผยแพร่ทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ <http://www.icc.co.th>



1. พัฒนาการที่สำคัญ

The background features a large blue circle on the left. Below it, several blue arrows of varying sizes and orientations point upwards and to the right, suggesting growth and progress. In the lower half, there is a faint, light blue silhouette of a city skyline with various building shapes. The overall color palette is shades of blue, with a white sun-like shape in the upper right corner.



เพื่อพัฒนาระบบการบริหารธุรกิจให้สอดคล้องกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เต็มเปี่ยมไปด้วยคุณภาพและปริมาณที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ยึดมั่นการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล สร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมถึงสนับสนุนผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้ทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเติบโตและพัฒนาไปด้วยกัน ภายใต้หลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ รวมถึงมุ่งเน้นพัฒนาทรัพยากรบุคคล อันเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนภายในองค์กร ภายใต้แนวคิด

"คนดี สินค้าดี สังคมดี"



โดยในปี 2562 ได้มีการขับเคลื่อนและต่อยอดนวัตกรรมให้สอดคล้องไปกับ 3 แนวคิด ดังนี้

แนวคิดที่ 1



ต่อยอดนวัตกรรม สร้าง "คนเก่ง"

การจัดอบรมให้กับพนักงาน

เพราะ “พนักงาน” คือหัวใจหลักในการพัฒนาองค์กร บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นผลักดันให้พนักงานไม่หยุดที่จะพัฒนาศักยภาพของตนเอง โดยจัดตั้งโครงการฝึกอบรมต่างๆ ขึ้นตลอดปี เช่น โครงการ Diamond Crown Awards เพื่อพัฒนาพนักงานที่เก่งให้เก่งมากยิ่งขึ้น โครงการปั้นดาว Regional Star Trainer เพื่อพัฒนาพนักงานขายให้มีศักยภาพในฐานะวิทยากรผู้ถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญและเทคนิคการขายแก่พนักงานขายอื่น ๆ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 30-31)



ICC INNOVATION

บริษัทฯ ตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน โดยเชื่อมั่นว่าการพัฒนาคนให้มีส่วนร่วมขององค์กร จะนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมในองค์กรต่อไป และเพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมสินค้าและการให้บริการอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในองค์กรในด้านต่างๆ อาทิ โปรแกรม ERP ที่ใช้ในการพัฒนาระบบบัญชี ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากในการทำธุรกิจในปัจจุบัน และการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจทันการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและผู้บริโภค การนำข้อมูล Big Data มาใช้ในการทำการตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการประกวดนวัตกรรม ICC INNOVATION AWARDS ที่จัดขึ้นเป็นประจำในทุกปี (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 48)



สร้างสรรค์นวัตกรรม "สินค้าดี" เพื่อขยายช่องทางธุรกิจ



แนวคิดที่ 2

ร้านค้าอัจฉริยะไร้พนักงาน “His & Her Smart Shop อีตาระแห่งการจับจ่าย” โดยร่วมกับทรู คอร์ปอเรชั่น พัฒนาระบบร้านค้าโดยใช้เทคโนโลยี AI เข้ามาใช้กับระบบการขาย นำเสนอการดำเนินงานในฐานะผู้นำด้านการจัดจำหน่ายสินค้าและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า โดยไม่ผ่านพนักงาน



ร่วมมือทางการค้าออนไลน์ผ่าน Lazada ผู้นำด้านอีคอมเมิร์ซในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จัดมหกรรมซื้อสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ บนแพลตฟอร์ม Lazada ผ่านแคมเปญต่างๆ ตลอดปี เพื่อผลักดันยอดขายออนไลน์ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง และเพื่อเพิ่มโอกาสในการกระจายสินค้าสู่ลูกค้าทุกกลุ่มและต่างประเทศ



พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ โดยร่วมกับ ADK Emotion Inc. ลงนามสัญญา Master Licensee “คุมะมง (Kumamon)” มาสคอตตัวแทนจังหวัดคุมาโมโตะ ประเทศญี่ปุ่น ที่ถูกออกแบบให้มีใบหน้ายิ้มแย้มเพื่อเป็นตัวแทนของคนญี่ปุ่น ในการต้อนรับและมอบความสุขให้แก่ผู้ที่มาเยือน คาแรกเตอร์ที่เป็นมิตรและความน่ารักที่ครองใจชาวญี่ปุ่น และสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ไปเยือนคุมาโมโตะ ทำให้บริษัทฯ ได้นำเข้าและจัดจำหน่าย รวมถึงดูแลลิขสิทธิ์ คาแรกเตอร์คุมะมงในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ เพื่อต่อยอดและนำไปผลิตสินค้าทุกชนิดและใช้บนสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์



แนวคิดที่ 3



สานต่อนวัตกรรม "สังคมดี"

การร่วมมือกับภาครัฐ จัดตั้ง 2 โครงการประชารัฐ

ตามที่รัฐบาลได้ประกาศนโยบายขับเคลื่อนประเทศด้วยยุทธศาสตร์ประชารัฐ ในปี 2559 เพื่อสานพลังความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม บริษัทฯ ได้เป็นส่วนหนึ่งในคณะทำงาน จำนวน 2 โครงการ คือ



1) โครงการสถานศึกษาต้นแบบทวีภาคีสานพลังประชารัฐ หรือ Excellent Model School โดยได้ร่วมกับวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ในการพัฒนาหลักสูตร และองค์ความรู้ของครู และบุคลากรในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการตลาด

(ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 49)



2) โครงการนาฏดุริยางคศิลป์ไทยสู่เยาวชน พัฒนาศิลป์สร้างคน สืบทอดวัฒนธรรมไทยเป็นโครงการที่ดำเนินการจัดอบรมเยาวชนภาคฤดูร้อน ให้ความรู้ ความเข้าใจ ตระหนักถึงและเผยแพร่ด้านนาฏดุริยางคศิลป์ไทย โดยได้ร่วมกับคณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม

(ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 57)



3) โครงการ “เพราะน้ำ คือชีวิต” บริษัทฯ ร่วมกับมูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนา และพนักงานในเครือสหพัฒน์ ร่วมสนับสนุนโครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำชุมชน ตามแนวพระราชดำริ ของชุมชนสหกรณ์การเกษตรแบบรวมกลุ่ม โครงการเพชรน้ำหนึ่ง จังหวัดเพชรบุรี เพื่อพัฒนาโครงการน้ำ และจัดตั้งแปลงเกษตรผสมผสานตามแนวทฤษฎีใหม่

(ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 35)

รางวัลที่สำคัญ

1. ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านสินค้าดีมีคุณภาพด้วยรางวัลจากสถาบันต่าง ๆ



BEAUTY AWARDS 2019 จากนิตยสารสุดสัปดาห์



PURECARE by BSC
Best of Serum
For Anti-Aging



ARTY PROFESSIONAL
Best of Facial
Sun Screen



ARTY PROFESSIONAL
Best of Foundation



ARTY PROFESSIONAL
Best of foundation
Powder



C CHANNEL
Beauty Awards 2019



BSC Expert White Perfect
Radiance Anti-Pollution Plus /
Best Anti-Pollution Moisturizer



ซีวจิต Awards 2019



PURECARE BSC Lotus Spirit
Concentrate Essence /
หมวดผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ



PREW ICONIC
BEAUTY AWARDS 2019



BSC Lock It Fit Fix Perfecting
Powder / Oil Control Powder
Foundation

2. ตอกย้ำความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์กรให้ก้าวล้ำด้วยนวัตกรรม

• ICC INNOVATION AWARDS 2019



• CHAIRMAN AWARDS 2019



3. มุ่งมั่นพัฒนาองค์กรเพื่อดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

- เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงด้าน “การดำเนินธุรกิจด้วยความยั่งยืน”

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ได้จัดพิจารณา “คณะกรรมการบริษัท” ผู้มีบทบาทในการกำหนดทิศทางและนโยบายบริษัท และกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจ จากประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทที่ครอบคลุมทั้งในแง่ของการกำกับดูแลกิจการที่ดี การสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้น และการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้บริษัทฯ ได้รับรางวัล **Board of the Year Awards ประจำปี 2019** ซึ่งเป็นรางวัลที่จะเป็นแรงผลักดันในการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการในวงกว้างอย่างต่อเนื่องสืบไป



คุณบุญเกียรติ โชควัฒนา ประธานกรรมการบริษัท
เป็นตัวแทนขึ้นรับรางวัล (แถวบน ลำดับที่ 4 นับจากขวา)

การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ตระหนักดีว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของการดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ ได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงมีการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อจัดทำแผนงานตอบสนองที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจกับทุกฝ่าย ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง รวมถึงได้มีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

พนักงาน



ความคาดหวัง

- ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม
- มีแผนในการอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถ
- มีความทัดเทียมและโอกาสในความก้าวหน้า
- ดูแลเรื่องความปลอดภัยและคุณภาพชีวิต

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

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

ผู้ถือหุ้น



ความคาดหวัง

- ให้ผลตอบแทนการลงทุนที่สูงและต่อเนื่อง
- ผลการดำเนินงานที่ดีและเติบโตอย่างมั่นคง
- บริหารงานด้วยความโปร่งใส เป็นธรรมตามหลักบรรษัทภิบาล
- การเปิดเผยข้อมูล

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

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

ลูกค้า



ความคาดหวัง

- ปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อตกลงเงื่อนไขทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง
- สร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกัน
- แลกเปลี่ยนความรู้ ร่วมกันพัฒนาสินค้าและบริการ เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ
- การจัดประชุมลูกค้าเป็นประจำทุกปีเพื่อส่งเสริมและชี้แจงแนวทางการดำเนินงาน
- การเยี่ยมเยียนลูกค้าเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
- การมีช่องทางในการรับข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน
- การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์เป็นประจำ
- การทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อจัดทำกรอบความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจการแข่งขัน ทางการค้าที่สุจริต รวมถึงหลีกเลี่ยงการซื้อขายสินค้าของลูกค้าที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนและละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

ลูกค้า



ความคาดหวัง

- ได้รับข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง
- ราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสม
- ได้รับสินค้าและบริการที่เหมาะสม
- มีสินค้าที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นทางเลือก
- การรับประกันสินค้าและบริการ
- การรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การเข้าพบลูกค้า
- การจัดงานแสดงและจัดจำหน่าย
- การสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ
- การทำกิจกรรมร่วมกับลูกค้า
- จัดตั้ง ICC Call Center บริการศูนย์ข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์
- การมีช่องทางให้ลูกค้าได้แสดงข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน

ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม



ความคาดหวัง

- สินค้า และบริการที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตประจำวัน
- ให้ความรู้ ความเข้าใจด้านสุขภาพ
- ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ
- การมีช่องทางในการรับข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน

คู่แข่ง



ความคาดหวัง

- ดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความ เป็นธรรม โปร่งใส ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดีและสุจริต

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การสร้างเงื่อนไขในการแข่งขันที่เป็นธรรมร่วมกัน

เจ้าหนี้เงินกู้



ความคาดหวัง

- ปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลงอย่างชัดเจน และเป็นธรรม
- แจ้งให้เจ้าหนี้เงินกู้ทราบล่วงหน้าหากไม่สามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันในสัญญาเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขโดยใช้หลักความสมเหตุสมผล
- จ่ายชำระดอกเบี้ยและคืนเงินต้นตรงตามกำหนดเวลากับเจ้าหนี้เงินกู้ตลอดมา

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

เจ้าหนี้การค้า



ความคาดหวัง

- สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงของสัญญา โดยใช้วิธีการโอนเงินผ่านธนาคารใน ระบบ Media Clearing กำหนดการริบวางบิลและโอนจ่ายเงิน

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

ลูกหนี้



ความคาดหวัง

- ปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลงอย่างชัดเจนและเป็นธรรม
- #### การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร
- รายงานประจำปี
 - การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

ภาครัฐ



ความคาดหวัง

- ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
- ร่วมมือและสนับสนุนการพัฒนาโครงการและกิจกรรมสาธารณประโยชน์

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- ชำระภาษีถูกต้อง ครบถ้วนทันเวลาตามข้อกำหนดของกฎหมาย
- ร่วมประชุมให้ข้อคิดเห็น และสนับสนุนกิจกรรมภาครัฐอย่างต่อเนื่อง

สื่อมวลชน



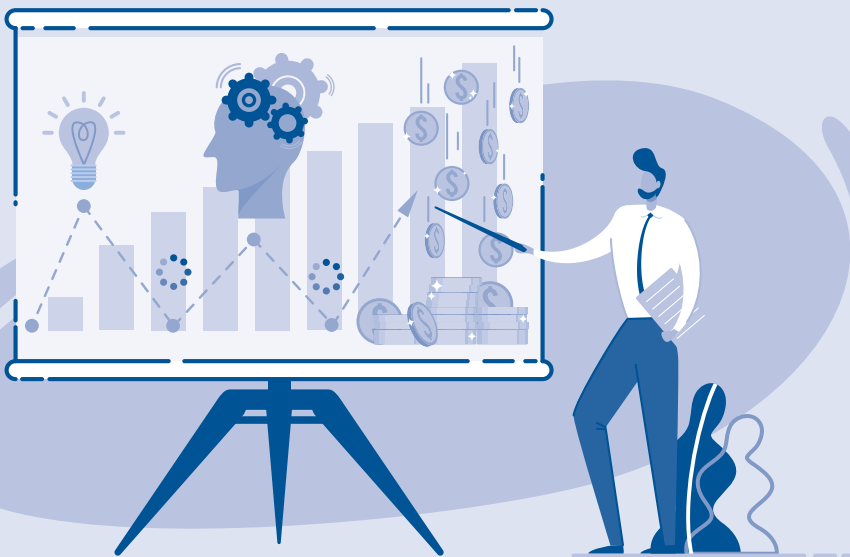
ความคาดหวัง

- การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง และทันต่อเหตุการณ์
- #### การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร
- ดำเนินการสื่อสารถึงสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ
 - นำสื่อมวลชนเยี่ยมชมกิจกรรมหรือการค้าดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านต่างๆ
 - สนับสนุนและมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของสื่อมวลชน



ขอบเขตรายงาน

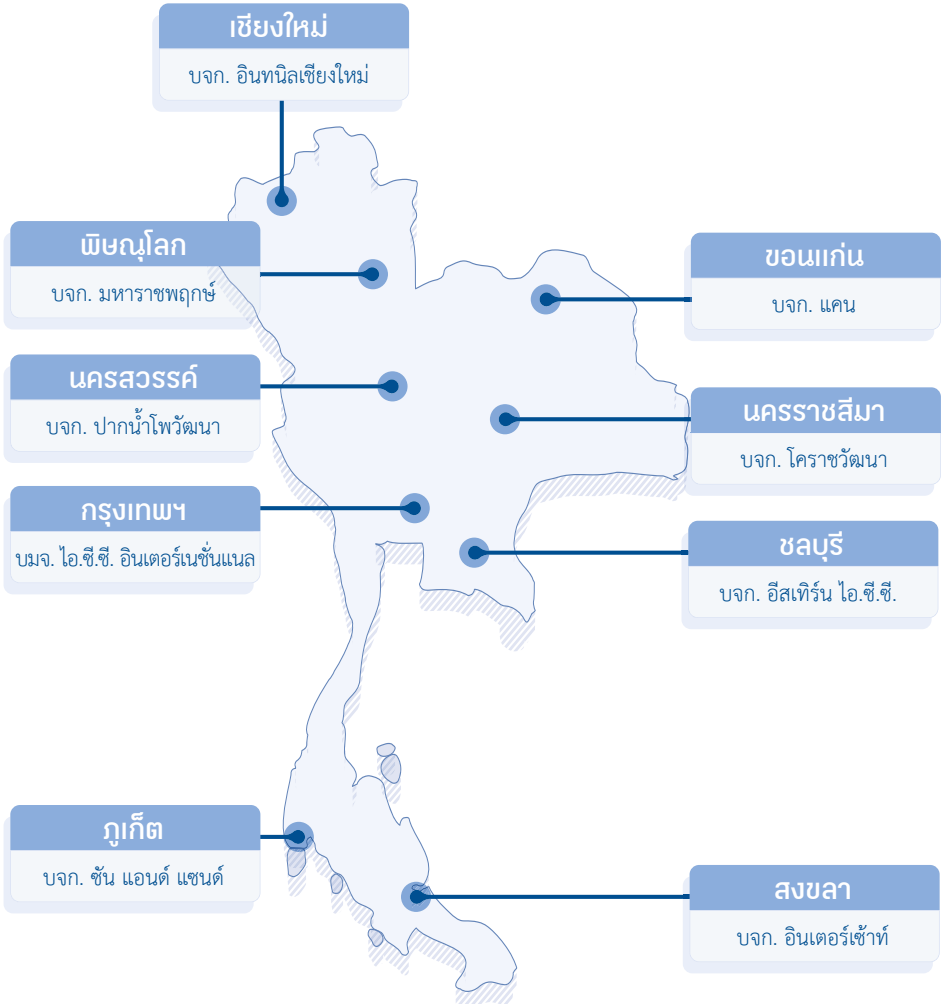
รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อแสดงถึงผลการดำเนินงานของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด (มหาชน) ในรอบปี 2562 (1 มกราคม-31 ธันวาคม 2562) เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน อันเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามแผนแม่แบบการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม 3 ประการ ได้แก่ "คนดี สินค้าดี สังคมดี" ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำ เผยแพร่ข้อมูลมาตั้งแต่ปี 2557 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 โดยอ้างอิงการจัดทำรายงานให้มีความสอดคล้องตามดัชนีชี้วัดของ GRI STANDARD



เนื้อหาสาระและสาระสำคัญของรายงานปี 2562 มุ่งเน้นการดำเนินงานตามทิศทางการดำเนินธุรกิจ (วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์องค์กร) หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมของปรัชญาในการทำงาน รวมถึงการดูแลพนักงาน การพัฒนาพนักงานให้เป็นคนดี การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจและสร้างโอกาสให้กับสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมโยงบริบทดังกล่าวข้างต้นเข้ากับประเด็นความยั่งยืนสากลในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ขอบเขตการรายงาน :

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2562 ได้แสดงผลการดำเนินงาน จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในทุกกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ ครอบคลุมพื้นที่ปฏิบัติงานภายใต้การดูแลของบริษัทฯ และบริษัทพันธมิตร 8 แห่ง กระจายตามภูมิภาค ดังนี้



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



การมีส่วนร่วมกับ SDGs

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของการพัฒนา องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาขึ้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2558 เรียกว่า "เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน" หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) โดย SDGs มุ่งเน้นการพัฒนาในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้มีความเชื่อมโยงกัน ประกอบด้วย 17 เป้าหมาย ซึ่งจะใช้เป็นหลักในการพัฒนาตลอดระยะเวลา 15 ปี (เดือนกันยายน 2558 - สิงหาคม 2573)






17 เป้าหมาย ดังนี้

- GOAL 1. ขจัดความยากจน
- GOAL 2. ขจัดความหิวโหย
- GOAL 3. มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี
- GOAL 4. การศึกษาที่เท่าเทียม
- GOAL 5. ความเท่าเทียมทางเพศ
- GOAL 6. การจัดการน้ำและสุขาภิบาล
- GOAL 7. พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้
- GOAL 8. การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ
- GOAL 9. อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน
- GOAL 10. ลดความเหลื่อมล้ำ
- GOAL 11. เมืองและถิ่นฐานมนุษย์อย่างยั่งยืน
- GOAL 12. แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน
- GOAL 13. การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- GOAL 14. การใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรและทรัพยากรทางทะเล
- GOAL 15. การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศทางบก
- GOAL 16. สังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก
- GOAL 17. ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



ตารางความสอดคล้องกับเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)

ประเด็นที่มีนัยยะความยั่งยืน ต่อการดำเนินธุรกิจ (เกณฑ์ : สีน้ำตาล : สีนํ้าเงิน)		GOAL																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ด้านเศรษฐกิจ 	การกำกับดูแลกิจการ																	😊
	การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน																	😊
	การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม																	😊
	ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค			😊					😊	😊			😊	😊		😊		😊
	การพัฒนาชุมชนและสังคม	😊	😊		😊	😊						😊	😊					
	การวิจัยและพัฒนาเพื่อความยั่งยืน			😊					😊	😊				😊				😊
ด้านสังคม 	การพัฒนาคนดี				😊	😊												
	การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนความปลอดภัยและอาชีวอนามัย				😊		😊					😊						
	การสร้างโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชน			😊	😊													
	การมีส่วนร่วมพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมในชุมชน	😊	😊								😊	😊	😊				😊	
	การพัฒนาคู่ค้าท้องถิ่น	😊	😊						😊									
	ร่วมเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ	😊	😊	😊						😊			😊				😊	😊
ด้านสิ่งแวดล้อม 	การดำเนินงานตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม											😊	😊		😊			
	การบริหารจัดการน้ำ		😊										😊	😊				
	การอนุรักษ์พลังงานและลดภาวะโลกร้อน												😊	😊	😊	😊		

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 ผ่านกิจกรรมและโครงการในวาระต่างๆ ตลอดปี



ภายในองค์กร

ข้อมูลจากการประชุมผู้รับผิดชอบในประเด็นที่สำคัญกับความยั่งยืน และกลยุทธ์ของบริษัทฯ รวมทั้งการบริหารความเสี่ยงที่บริษัทฯ ต้องจัดการทั้งในระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว เพื่อบรรลุเป้าหมายที่บริษัทฯ กำหนดไว้



ภายนอกองค์กร

ข้อมูลจากการประชุมกับผู้รับผิดชอบในสายงานต่างๆ ที่มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มต่อบริษัทฯ ด้วยการสำรวจความคิดเห็นหรือแบบประเมินผลด้านต่างๆ หรือจากการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นทางการ เช่น การเสวนา หรือ ประชุมสัมมนา หรือสัมภาษณ์ตามความเหมาะสมของแต่ละกลุ่ม



การจัดลำดับความสำคัญ

นำประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียวิเคราะห์เทียบเคียงกับความสอดคล้องในประเด็นและตัวชี้วัดตามแนวทาง GRI STANDARD และ SDGs แล้วจัดลำดับความสำคัญ และคัดเลือกข้อมูลที่มีอยู่ในความคาดหวังและความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ

ด้านเศรษฐกิจ

1. การกำกับดูแลกิจการ
2. การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
3. การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
5. การพัฒนาชุมชนและสังคม
6. การวิจัย และพัฒนาเพื่อความยั่งยืน



6

ด้านสังคม

1. การพัฒนาคนดี
2. การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน
ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย
3. การสร้างโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชน
4. การมีส่วนร่วมพัฒนาคุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมในชุมชน
5. การพัฒนาคู่ค้าท้องถิ่น
6. ร่วมเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ
7. ร่วมสืบสานประเพณีท้องถิ่น



7

ด้านสิ่งแวดล้อม

1. การดำเนินงานตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม
2. การบริหารจัดการน้ำ
3. การอนุรักษ์พลังงานและลดภาวะโลกร้อน



3

คนดี



ตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา บริษัทฯ เชื่อว่า "การให้" เป็นพื้นฐานของคนดี เราจึงมุ่งมั่นปลูกฝังให้พนักงานเป็นคนที่ดีพร้อมในด้านการพัฒนาศักยภาพ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาให้พนักงานเป็น "คนเก่ง" ควบคู่ไปกับการปลูกฝังจิตสำนึกของการเป็น "คนดี" เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จภายใต้แนวคิดในเรื่องของ "การให้" ใน 5 รูปแบบ ได้แก่ การให้ความรู้ ให้อภัย ให้ความช่วยเหลือ ให้ชีวิต และให้ความรัก ซึ่งเรายึดถือปฏิบัติมาตั้งแต่ปี 2560

ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้จัดทำภาพยนตร์เพื่อเกิดประกายระยิบระยับของพระบรมมหาราชวังเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ชุด "สัญญาใจในหลวง ร.๙" ขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสะท้อนในเรื่องของ "การให้" ผ่านโครงการหลากหลายกิจกรรมภายใต้หลักคิด สู่ความสำเร็จ 7 ประการ ได้แก่ สู้เพื่อชนะ คิดบวก วินัย ศรัทธา รวดเร็ว ซื่อสัตย์เที่ยงธรรม และสามัคคี เพื่อเป็นแนวทางประพฤติปฏิบัติตนเป็นคนดีบนพื้นฐานความซื่อสัตย์สุจริตของตนเอง องค์กร และสังคม



สามารถสแกน QR Code
เพื่อชมภาพยนตร์
เทิดพระเกียรติชุดนี้ได้ที่นี่

ปลูกฝัง "การให้" และส่งต่อเพื่อพัฒนาคนเก่ง





ในปี 2562 ภายใต้แนวคิดในเรื่อง "การให้" บริษัทฯ มุ่งเน้นส่งเสริมการตระหนักรู้ สร้างความสามัคคีและศรัทธาให้กับบุคลากรภายในองค์กรด้วยการเผยแพร่ปรัชญาของ ดร. เทียม โชควัฒนา ผู้ก่อตั้ง และการนำหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการของคุณบุญเกียรติ โชควัฒนา ประธานกรรมการบริษัท เผยแพร่ผ่านช่องทางทางการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ วารสารสายใย บอร์ดประชาสัมพันธ์ ประกาศเสียงตามสายในรายการ Good Morning ICC รวมถึงช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊กเพจ ไลน์ และเว็บไซต์ www.mop.bkk.com ที่มีการอัปเดตเพื่อให้ทันสมัยอยู่เสมอ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นพัฒนา “พนักงานชาย” กำลังสำคัญในการสร้างกำไร โดยรักษาพนักงานชายที่เก่งให้อยู่กับองค์กรและพัฒนาให้เก่งมากขึ้น นอกจากนี้ยังสร้างให้คนเก่งกลายเป็นครูผู้สอนและพนักงานต้นแบบ เพื่อส่งต่อ และให้ความรู้แก่พนักงานชายรุ่นหลังให้เก่งตาม ส่งผลให้องค์กรเติบโตอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิดของการให้ความรู้ผ่านโครงการอบรมที่จะสร้างความยั่งยืนให้องค์กรที่หลากหลาย



สถิติการอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากร



	2560		2561		2562	
	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน
 พนักงานประจำ	148	1,578	536	2,174	818	3,109
 ผู้บริหารระดับต้น	51	310	162	379	60	242
 ผู้บริหารระดับกลาง	61	267	82	328	44	157
 ผู้บริหารระดับสูง	47	93	63	73	24	31

โครงการ Diamond Crown Awards

ริเริ่มขึ้นครั้งแรกในปี 2548 โดยส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท ได้คัดเลือกพนักงานขายผู้มีความสามารถร่วมโครงการ โดยมีแผนงานเพื่อกระตุ้น และติดตาม ให้พนักงานขายสามารถทำยอดขายให้เติบโตมากขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาหลักคิดวิธีการสร้างยอดขายและการบริการ โดยคุณสมบัติของพนักงานที่จะเข้าร่วมโครงการ จะต้องทำยอดขายได้ถึงเป้าหมายอย่างน้อย 6 เดือนในปีที่ผ่านมา และผู้ที่ได้รับรางวัลต้องสามารถทำยอดขายในปีที่ร่วมโครงการถึงเป้าหมายอย่างน้อย 9 ใน 12 เดือนขึ้นไป ดังนั้น โครงการนี้จะส่งผลให้ยอดขายขององค์กรสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการเพิ่มมากขึ้นในทุกปี

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

ปี 2560

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 400 คน
ยอดขาย 1,428 ล้านบาท



ปี 2561

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 369 คน
ยอดขาย 1,207 ล้านบาท



ปี 2562

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 493 คน
ยอดขาย 3,000 ล้านบาท



แนวโน้มของผู้เข้าร่วมโครงการที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ยอดขายเติบโตอย่างมีนัยยะ แสดงให้เห็นว่า การจัดตั้งโครงการ Diamond Crown Awards มีส่วนช่วยกระตุ้น และสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานขายเก่งมากยิ่งขึ้น ซึ่งโครงการนั้นนอกจากจะเป็นการเพิ่มศักยภาพทั้งส่วนบุคคลแล้ว ยังสามารถทำให้องค์กรเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน

โครงการปั้นดาว (Regional Star Trainer)

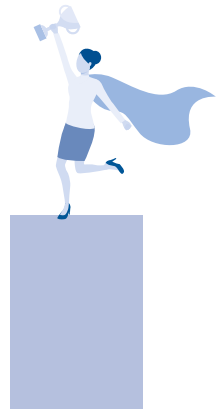


Regional Star Trainer Project

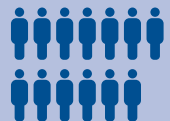


โครงการปั้นดาว เป็นหลักสูตรที่จัดทำขึ้นเพื่อนำทรัพยากรที่มีความสามารถ คือ “พนักงานขาย” ในแต่ละภูมิภาคมาพัฒนาต่อยอดให้มีศักยภาพมากขึ้น สามารถสร้างประโยชน์ให้แก่องค์กรได้อย่างต่อเนื่อง ในฐานะวิทยากรผู้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญและเทคนิคการขายแก่พนักงานคนอื่น ๆ ในภูมิภาคที่ตนประจำอยู่ ด้วยการปลูกฝังให้พนักงาน

ที่ร่วมโครงการคืออยู่เสมอว่า การให้ความรู้สร้างคนเก่ง เป็นกุศโลบายยิ่งใหญ่ ทั้งแก่ตนเองและผู้ที่ได้รับความรู้ ผู้สอนยิ่งสอนมาก ยิ่งเก่งมากก็สร้างยอดขายได้มากขึ้น และผู้เรียนยิ่งเรียนรู้มากขึ้นก็จะยิ่งเก่งมากขึ้น สามารถสร้างยอดขายได้มากขึ้นเช่นกัน การสร้างพนักงานขายที่เก่งอย่างต่อเนื่องนำมาซึ่งการเติบโตของยอดขายและกำไร ส่งผลให้บริษัทฯ เติบโตต่อเนืองอย่างยั่งยืน



ปัจจุบันเรามี Regional Star Trainer จากโครงการปั้นดาว กระจายอยู่ตามภูมิภาคทั่วประเทศ และกำลังทำหน้าที่ของตัวเองด้วยความสมัครใจ เต็มใจและมีความสุขจำนวนทั้งสิ้น 13 คน และในปี 2563 เรามีเป้าหมายที่จะพัฒนาพนักงานขายให้เป็นทรนเนอร์ทำหน้าที่ประจำภูมิภาค เป็นที่เลี้ยงคอบดูแลและพัฒนาพนักงานขายคนอื่น ๆ ให้ทำยอดขายเติบโตเกินเป้าหมาย



หลากหลายกิจกรรมการให้และส่งต่อ เพื่อพัฒนาคนดี

เพราะ “การให้” เป็นพื้นฐานความดีของมนุษย์และเป็นสิ่งที่จรรโลงสันติสุขให้แก่สังคมและประเทศชาติ บริษัทฯ จึงตระหนักในการเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรให้เป็นคนดี โดยเริ่มต้นจากปลูกจิตสำนึกของการเป็น “ผู้ให้” ที่รู้จักการเสียสละและแบ่งปันโดยเริ่มจากส่งต่อการให้ภายในองค์กรสู่ภายนอกองค์กรต่อไป



"การให้"

เป็นพื้นฐานความดีของมนุษย์

สร้างจิตสำนึกของการเป็น

"ผู้ให้"

ที่รู้จักการเสียสละและแบ่งปัน

จากภายในองค์กรสู่ภายนอก



เพื่อสร้างคุณธรรมและจริยธรรมด้วย “การให้”



“ให้ชีวิต” ส่งเสริมการบริจาคโลหิต



ICC Click Like ส่งเสริมและชื่นชมคนดี
เชิดชูพนักงานที่กระทำความดี



“ให้ความรู้” เพื่อพัฒนาองค์กรก้าวทัน 4.0

เพื่อสร้างคุณธรรมและจริยธรรม ด้วย “การให้”

จัดกิจกรรมตักบาตรในทุกวันพระ และวันสำคัญตามวาระ เช่น วันครบรอบ การก่อตั้งบริษัทฯ 1 มีนาคม และ วันสำคัญตามรัชสมัย นอกจากนี้ ยังเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกองค์กร เข้ามามีส่วนร่วมในการฟังบรรยายธรรม และการจัดกิจกรรมทำวัตรเย็น เดือนละ 1 ครั้ง เป็นประจำทุกเดือน จัดพื้นที่สำหรับประกอบพิธีทางศาสนา (ละหมาด) สิทธิ์ในการลานสำหรับ พนักงานเพื่อการปฏิบัติธรรมตาม หลักศาสนาของตนได้ปีละ 5 วัน รวมถึง ยังส่งเสริมกิจกรรมศาสนกุศลต่างๆ

ICC Click Like ส่งเสริมและชื่นชม คนดี เชิดชูพนักงานที่กระทำความดี

เพราะทุกการกระทำความดี ควรค่าแก่การยกย่องและชื่นชมเสมอ บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นปลูกจิตสำนึกและสร้าง ค่านิยมให้พนักงานเห็นคุณค่าของ การทำความดี และสร้างความภาคภูมิใจ ด้วยการยกย่องเชิดชูเพื่อเป็นแบบอย่าง ให้กับผู้อื่น จึงได้จัดให้มีกิจกรรม “คนดีสิ ICC Click Like” ขึ้นในปี 2558 และได้สานต่อจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในปี 2562 มีผู้กระทำความดีเพิ่มมากขึ้น จากปี 2561 เป็นจำนวน 22 คน

จัดกิจกรรม



ตักบาตร

ทุกวันพระ

ทำวัตรเย็น



เดือนละ

1 ครั้ง

บริจาคโลหิตให้กับ
สภาวิชาชีพไทยเป็นประจำ





ทุก **3** เดือน



มีพนักงานเข้าร่วมบริจาคโลหิตเป็น
จำนวน 473 ยูนิต หรือ

189,200 ซีซี

ในปี 2562
มีผู้กระทำความดีเพิ่มมากขึ้น จากปี
2561 เป็นจำนวน



22 คน



การทำ
แบบสอบถามผ่าน
ระบบ

e-learning



ระบบ **Intranet**
เครื่องมือสร้าง
ความเข้าใจ
ให้กับพนักงาน



การส่งบุคลากรออกไปอบรม
ภายนอกองค์กร



นำความรู้
กลับมาถ่ายทอดคนในองค์กร
และพัฒนาการทำงาน

“ให้ชีวิต” ส่งเสริมการบริจาคโลหิต

ส่งเสริมพนักงานให้รู้จัก “การให้” แก่ผู้อื่น ด้วยกิจกรรมบริจาคโลหิตกับ สภากาชาดไทย “1 คนให้หลายคนรับ” เป็นประจำ ปีละ 4 ครั้ง (ทุกๆ 3 เดือน) ซึ่งในปี 2562 มีพนักงานเข้าร่วม ลงทะเบียนบริจาคโลหิต 584 คน มีจำนวนผู้บริจาคโลหิตได้ 473 ยูนิต หรือ 189,200 ซีซี

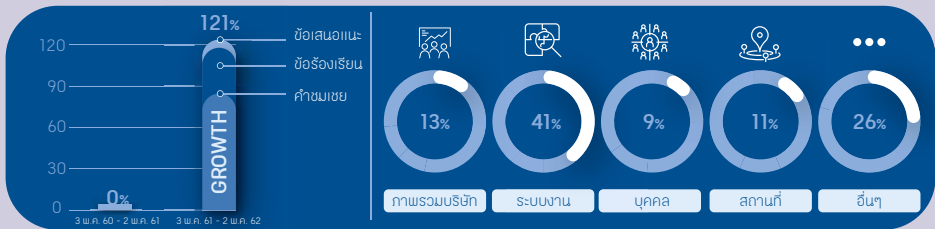
“ให้ความรู้” เพื่อพัฒนาองค์กร ก้าวหน้า 4.0

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่า “พนักงาน” คือ หัวใจ ในการบริหารให้องค์กรประสบความสำเร็จ ในปี 2562 บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยได้กำหนดกิจกรรมและ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการนำปรัสู่ องค์กร Innovation อาทิ การส่งบุคลากร ออกไปอบรมภายนอกองค์กร เพื่อนำความรู้กลับมาถ่ายทอดภายในองค์กร เรียนและทำแบบสอบถาม ผ่านระบบ e-learning เพื่อวัดผล การดำเนินงานทดสอบความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับองค์กรในพนักงานใหม่ นอกจากนี้ยังเปิดให้พนักงานสามารถ สืบหาข้อมูลขององค์กรจากระบบ Intranet เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจ ร่วมกัน ปลูกจิตสำนึกและจริยธรรมให้ กับพนักงาน โดยเราเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้ จะทำให้พนักงานมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ อย่างระมัดระวังรวมถึงสามารถนำ เทคโนโลยีต่างๆ มาใช้เป็นตัวช่วยหนึ่งในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความสำเร็จ ตามเป้าหมายได้

THE VOICE เพราะทุกเสียงความคิดเห็นมีความหมาย

ส่วนงานประชาสัมพันธ์กลาง ฝ่ายสำนักงานบริษัท เล็งเห็นความสำคัญของสิทธิเสรีภาพทางความคิดเห็นของพนักงาน จึงได้จัดตั้งโครงการ “THE VOICE เพราะทุกเสียงความคิดเห็นมีความหมาย” ขึ้น เพื่อเปิดช่องทางให้พนักงานภายในบริษัทฯ และพนักงานขายหน้าร้านสามารถแสดงความคิดเห็น แนะนำ ร้องเรียน หรือชมเชย ผ่านการสแกน QR Code

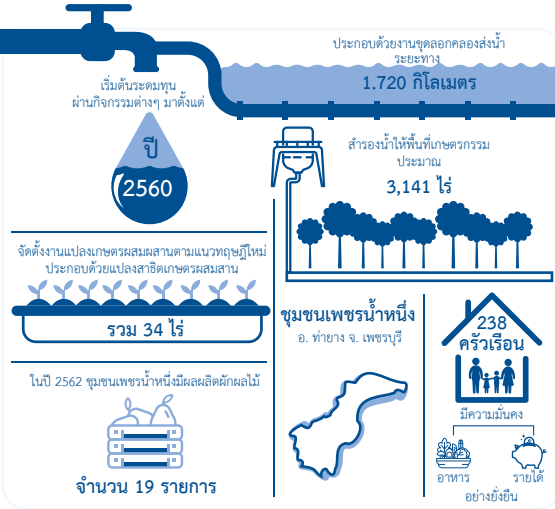
โดยทุกข้อความจะไม่ถูกเปิดเผยต่อสาธารณะ เพื่อรักษาประโยชน์ให้แก่ผู้แจ้งและจะไม่ถูกเพิกเฉยหากข้อมูลเหล่านั้นเป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร เพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข อันจะนำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน



*เริ่มใช้ครั้งแรกเมื่อวันที่ 3 พ.ค. 2561, ความคิดเห็นแรกเข้ามา ณ วันที่ 7 พ.ค. 2561

หลังจัดตั้งโครงการ (3 พ.ค. 2561) จากเดิมที่เป็นกล่องรับความคิดเห็น และไม่มีการส่งความคิดเห็นเข้ามาเลย เมื่อมี THE VOICE QR Code มีความคิดเห็นส่งมา 120 เรื่อง ปัจจุบัน โครงการยังได้รับการตอบรับอย่างดีจากพนักงาน มีการส่งข้อเสนอแนะมาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขในส่วนของความคิดเห็นที่แจ้งเข้ามาอีกด้วย

สืบสานปณิธานร่วมสนับสนุนมูลนิธิอุทกพัฒน์ เพราะ "น้ำ" คือชีวิต



เพราะน้ำคือชีวิต บริษัทฯ จึงร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำชุมชนตามแนวพระราชดำริฯ ของชุมชนสหกรณ์การเกษตรแบบรวมกลุ่มโครงการเพชรน้ำหนึ่ง จังหวัดเพชรบุรี จำกัด โดยมูลนิธิอุทกพัฒน์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ร่วมกับมูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนา และพนักงานในเครือสหพัฒน์ร่วมสนับสนุน โดยเริ่มต้นระดมทุนผ่านกิจกรรมต่างๆ มาตั้งแต่ปี 2560 เพื่อพัฒนาโครงการนี้ ประกอบด้วยงานชุดลอกคลองส่งน้ำระยะทาง 1.720 กิโลเมตร พร้อมท้อลอด อาคารบังคับน้ำ รางรับน้ำและผังกะระยะตบน้ำ จัดตั้งงานแปลงเกษตรผสมผสานตามแนวทฤษฎีใหม่ ประกอบด้วยแปลงสาธิตเกษตรผสมผสานรวม 34 ไร่

ในปี 2562 ชุมชนเพชรน้ำหนึ่งมีผลผลิตผัก ผลไม้ จำนวน 19 รายการ ส่วนหนึ่งเก็บไว้เพื่อบริโภคภายในครัวเรือน และอีกส่วนส่งต่อเพื่อวางจำหน่ายในร้านโกลด์นเพลซ สร้างรายได้คืนแก่ชุมชน นอกจากนี้ บริษัทฯ ร่วมกับเครือสหพัฒน์ สนับสนุนการสร้างต้นแบบจัดการน้ำ แบบสระพวงคือใช้น้ำสระใหญ่เติมสระเล็ก และสร้างระบบกระจายน้ำแบบใช้น้ำน้อยในแปลงเกษตร อีกทั้ง ยังสร้างอาคารบรรจุและเก็บรักษาผลผลิตผัก ผลไม้จากการพัฒนาดังกล่าว จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการระบายน้ำ สำรองน้ำให้พื้นที่เกษตรกรรม ประมาณ 3,141 ไร่ ส่งผลให้ชุมชนเพชรน้ำหนึ่ง อ. ท่ายาง จ. เพชรบุรี 238 ครัวเรือน มีความมั่นคงทางอาหารและรายได้อย่างยั่งยืน

"เสักรักษ์น้ำ"



บริษัทฯ ได้จัดทำเสื้อในคอลเล็กชั่น "เสักรักษ์น้ำ" โดยต่อยอดจากสินค้าในคอลเล็กชั่น White Black & Gold ซึ่งเป็นสินค้าที่ทางบริษัทฯ ผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายหารายได้มอบให้กับโครงการบริหารจัดการน้ำ ของมูลนิธิอุทกพัฒน์ ภายในพระบรมราชูปถัมภ์เพื่อการบริหารจัดการน้ำ ชุมชนเกษตรกรเพชรน้ำหนึ่ง จังหวัดเพชรบุรี โดยเสื้อในคอลเล็กชั่นนี้ผลิตจากเส้นใย Cotton 100% และเส้นใยโพลีเอสเตอร์ ซึ่งผ่านกระบวนการผลิตโดยแปรรูปขวดพลาสติก (Upcycling) โดยเสื้อ 1 ตัวแปรรูปจากขวดน้ำพลาสติก จำนวน 8-12 ขวด การใช้เสื้อทุกตัวในคอลเล็กชั่นนี้จึงมีส่วนช่วยในการรักษาแหล่งน้ำ ลดของเสียจากแหล่งน้ำและผืนดิน

สินค้าดี



นอกจากการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นพลังขับเคลื่อนหลักขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจ ภายใต้แนวคิดเรื่อง "การให้" บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการ ตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดมา อันจะนำมาซึ่งการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร



1

การกำกับ
ดูแลกิจการ



2

นโยบาย
ต่อต้านคอร์รัปชัน



3

การดำเนินธุรกิจ
ด้วยความเป็นธรรม



4

การเคารพ
สิทธิมนุษยชน



5

การปฏิบัติ
ต่อแรงงาน
อย่างเป็นธรรม



6

การรับผิดชอบต่อ
ผู้บริโภค



7

การพัฒนา
ชุมชนและสังคม



8

การจัดการ
ทรัพยากร
สิ่งแวดล้อม
และพลังงาน



9

การวิจัยและพัฒนา
เพื่อความยั่งยืน

การกำกับดูแลกิจการ



บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดีและได้จัดทำ “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี” (The Good Corporate Governance Principles) อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร และเป็นข้อพึงปฏิบัติของกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีความเชื่อมั่นว่าการมีระบบการ บริหารจัดการที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ตลอดจนมี

การถ่วงดุลอำนาจ และระบบการควบคุมภายในที่มีความ เพียงพอและเหมาะสมควบคู่ไปกับการเคารพสิทธิและ ความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้นและรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างให้องค์กร มีภูมิคุ้มกันที่ดี และสร้างความเจริญเติบโตอย่างสมดุลและ ยั่งยืนในระยะยาว

“หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี”

1. จัดทำคู่มือนโยบายหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อเผยแพร่กับสาธารณชน ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ และแจกไปยังกรรมการ ผู้บริหาร และคู่ค้า
2. นำเสนอวีดิทัศน์หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการประชุมพิเศษพนักงานใหม่
3. อบรมพนักงานทุกคน พร้อมมีข้อกำหนดให้พนักงานทุกคนทำแบบทดสอบ ทบทวนข้อมูล ผ่านระบบ e-learning โดยในปี 2562 มีพนักงานใหม่ จำนวน 122 คน สามารถสอบผ่านในครั้งแรก จำนวน 91 คน และครั้งที่ 2 (ซึ่งถือเป็นการสอบครั้งสุดท้าย) จำนวน 31 คน
4. เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของบริษัท www.icc.co.th คอลัมน์ Corporate Governance and Anti-Corruption Policies



การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

"ความซื่อสัตย์" เป็น 1 ในหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการของบริษัทฯ การให้ความสำคัญในด้านการจัดการภายใน และดำเนินธุรกิจจึงยึดมั่นแนวทางการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษร และเริ่มสื่อสารให้ "งดเว้นการให้ของขวัญแก่กรรมการบริษัท ผู้บริหาร หรือพนักงานของบริษัทในทุกโอกาส" ไปยังพนักงาน คู่ค้า และบุคคลภายนอกที่ติดต่อกิจกับบริษัทฯ ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งการตีตประกาศ จดหมาย อีเมล และเว็บไซต์ เป็นต้น



รวมถึงกำหนดให้มีระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส ชัดเจนและเป็นธรรม มีข้อกำหนดในการเสนองานจัดซื้อจัดจ้าง และมีแนวทางการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส สำหรับคู่ค้าอย่างชัดเจน มีการจัดทำทะเบียนราคากลางของวัสดุอุปกรณ์ การเปรียบเทียบราคาจัดซื้อ การประกวดราคาจัดจ้างการก่อสร้างหรือตกแต่งร้านทั้งในกรณีปกติ และกรณีเร่งด่วน ซึ่งผู้บริหารและพนักงานมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามระบบที่วางไว้อย่างเคร่งครัด กรณีตรวจพบการไม่ปฏิบัติตามระบบโดยเจตนาทุจริต ถือเป็นความผิดร้ายแรงทางวินัยของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ส่วนงานจัดซื้อจัดจ้าง ยังได้จัดตั้งกิจกรรม "วันนักพัฒนา" ขึ้นในปี 2561 ภายใต้งบประมาณเพื่อให้คู่ค้าที่มีความสนใจร่วมลงทุนได้เข้ามานำเสนอสินค้า

การบริการและนวัตกรรมให้กับผู้เกี่ยวข้องงานจัดซื้อจัดจ้างทุกฝ่าย ตอรับเจตนาธรรมและปฏิบัติตามแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตามที่บริษัทฯ ได้ตั้งไว้

ทั้งนี้ ยังได้มีการสื่อสารนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันผ่านช่องทางการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร อาทิ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ระบบ Intranet และระบบ e-learning การจัดกิจกรรม "คนนี้ดี...ICC Click Like" เป็นประจำทุกเดือน เพื่อยกย่องผู้ที่กระทำความดีหรือมีความซื่อสัตย์สุจริต การอบรมและทดสอบเกี่ยวกับ "นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน" ผ่านระบบ e-learning สำหรับพนักงานทุกคน รวมถึงเผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.icc.co.th

และเพื่อแสดงความตระหนักถึงปัญหาคอร์รัปชัน บริษัทฯ ร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ และปลูกฝังให้พนักงานภายในองค์กรตระหนักรู้ถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้สร้างคาแรกเตอร์เพื่อเป็นตัวแทนของโครงการ และสร้างภาพจำแก่พนักงานในองค์กร ดังนี้

รวมพลัง 3 ป. ต่อต้านคอร์รัปชันในไอ.ซี.ซี.

ปลูกจิต
ปลูกฝังค่านิยม
ยกย่องยกย่องดี
ซื่อสัตย์

ป้องกัน
สร้างวัฒนธรรม
ต่อต้านการทุจริต
ร่วมกันสอดส่อง
ป้องกันคอร์รัปชันในองค์กร

เปิดใจ
สนับสนุนให้พนักงาน
กล้าเปิดใจ
หรือแจ้งเบาะแส
การทุจริตคอร์รัปชัน

SCAN QR Code
เพื่อเข้าถึงสื่อ
การต่อต้านคอร์รัปชัน

SCAN ME

ICC ร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ

หากพบเห็น มีหลักฐาน หรือมีข้อสงสัยว่ามีพนักงานหรือบุคคลซึ่งกระทำในนามบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการให้สินบนหรือคอร์รัปชันทั้งทางตรงและทางอ้อม การทุจริต การกระทำผิดกฎหมาย การไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณ กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน การไม่ได้รับความเป็นธรรมในการปฏิบัติงาน สามารถแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียนผ่านช่องทางต่อไปนี้

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



การดำเนินธุรกิจ ด้วยความเป็นธรรม

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



บริษัทฯ มีแนวปฏิบัติที่ไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่มีการลอกเลียนแบบ หรือนำทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาใช้ในธุรกิจโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยในปี 2559 บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประกวดนวัตกรรมไอ.ซี.ซี. (รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้ที่หน้า 48) และสนับสนุนให้พนักงานส่งนวัตกรรมเข้าประกวดในเวทีต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

การเคารพสิทธิมนุษยชน

จากแนวคิด "เพราะทุกคนคือเรา" บริษัทฯ จึงมีนโยบายให้ความสำคัญกับทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน มุ่งเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจในหลักสิทธิมนุษยชน ไม่จำกัดความเป็นอิสระหรือความแตกต่างทางความคิด ความสมบูรณ์ของร่างกาย (ผู้พิการ) เพศ เชื้อชาติ ศาสนา การเมือง หรือเรื่องอื่นใด รวมถึงหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือแตกแยก และจัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้พนักงาน หรือผู้ที่เชื่อว่าสิทธิของตนถูกละเมิด หรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม สามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ และคำร้องเรียนยังได้รับการเอาใจใส่ และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

ผู้พิการ เพื่อให้ผู้พิการได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร บริษัทฯ ได้จัดสถานที่ทำงานที่อำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติต่อผู้พิการอย่างเท่าเทียม โดยในปี 2562 บริษัทฯ ไม่เพียงแต่รับผู้พิการเข้ามาทำงานในองค์กรเท่านั้น ยังจัดตั้งโครงการเพื่อสนับสนุนความสามารถ และสร้างโอกาสให้กับผู้พิการ และผู้ประสบปัญหาวิกฤตชีวิตทั้งร่างกายและจิตใจ ให้มีกำลังใจกลับสู่สังคมได้อย่างมีคุณค่าและมีความสุข โดยในปี 2558 บริษัทฯ ได้จัดสถานที่ทางเลือกให้กับผู้พิการ 2 ทางด้วยกัน คือ

1.เปิดโอกาสให้ผู้สมัครใจทำงาน เข้าทำงานกับบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้จัดอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น ทางลาด และที่นั่งสำหรับผู้พิการ

2.สำหรับผู้ไม่ประสงค์ทำงาน บริษัทฯ ได้จัดทำสัมปทานสินค้าเพื่อให้ผู้พิการนำไปขายสร้างอาชีพอย่างยั่งยืนต่อไป



ผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) เพื่อให้เป็นไปตามกรอบเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน UN SDGs ในข้อ 5 ว่าด้วยความเท่าเทียมทางเพศ และเพื่อให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ สามารถทำงานได้อย่างมีความสุข บริษัทฯ จึงส่งเสริมสิทธิมนุษยชนของผู้มีความหลากหลายทางเพศอย่างเท่าเทียม โดยไม่จำกัดเพียงเพศกำเนิด เพื่อให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศสามารถแสดงออกทางเพศสภาพได้อย่างมีอิสระ ส่งเสริมผู้มีความหลากหลายทางเพศให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นในหน้าที่การงาน โดยไม่ถูกเลือกปฏิบัติหรือกระทำอย่างไม่เป็นธรรม รวมถึงแสดงความยกย่องชื่นชมเมื่อผู้ปฏิบัติงานเป็นแบบอย่าง

ในแง่ของการผลิตสินค้า บริษัทฯ มุ่งเน้นการออกสินค้าเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยคำนึงถึงการใช้งานอย่างเท่าเทียมเป็นหลัก เพื่อให้กลุ่มผู้พิการ และกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ สามารถใช้สินค้าภายใต้การผลิตของบริษัทฯ ได้อย่างภาคภูมิใจ และมีความสุข สมดังคำขวัญ บริษัทฯ ที่ว่า “เราสรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน”

การปฏิบัติต่อแรงงาน อย่างเป็นธรรม



พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่า และเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของบริษัทฯ จึงกำหนดแนวทางการปฏิบัติต่อพนักงาน ดังนี้

1. ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน ตลอดจนไม่เปิดเผยหรือส่งผ่านข้อมูล หรือความลับของพนักงานต่อบุคคลภายนอกหรือผู้ที่ไม่เกี่ยวข้อง
2. ปฏิบัติต่อพนักงานภายใต้กรอบกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัทฯ
3. ส่งเสริมความเท่าเทียมกันในการจ้างแรงงาน ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกันด้วยเหตุทางเพศ สีดวง 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

ส่งเสริมความกักตึงองค์กรด้วยนโยบายค่าตอบแทน



นอกจากเรื่องการพัฒนาพนักงานให้สามารถเติบโตในสายอาชีพแล้ว บริษัทฯ ยังเห็นความสำคัญของการดูแลพนักงานทุกคนในองค์กรด้วยการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม จัดตั้งนโยบายค่าตอบแทนพนักงาน หนึ่งในกลยุทธ์เพื่อรักษานักงานที่มีความรู้ความสามารถให้อยู่กับองค์กร โดยผู้บริหารทุกฝ่ายจะเป็นผู้ทบทวนและพิจารณา ค่าตอบแทนในแต่ละปี โดยเปรียบเทียบกับค่าตอบแทนในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน ยึดหลักความเท่าเทียมกัน และได้จ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานในรูปแบบของเงินเดือน ค่าคอมมิชชั่น ค่าพาหนะ เบี้ยเลี้ยง ค่าล่วงเวลา เงินรางวัลเป้าหมาย และเงินอุดหนุน

(ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ รายงานประจำปี 2562 บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด (มหาชน))

ส่งเสริมการทำงานของผู้สูงอายุ

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



ปี	ครบเกษียณ / (คน)	จำนวนคนเกษียณที่ทำงานต่อ	
		จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
2560	57	41	71.93
2561	37	18	48.65
2562	59	25	42.37

(ตารางแสดงการยืดอายุเกษียณปี 2560-2562 ของพนักงาน บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตชั่นแนล)

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทฯ ตระหนักว่าความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญอันนำมาสู่ความสำเร็จของบริษัทฯ อย่างยั่งยืน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติดังนี้



1. ดำเนินธุรกิจด้านการผลิต จำหน่ายสินค้า และบริการที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
2. ดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่น พัฒนาสินค้า และบริการ คิดค้นนวัตกรรมเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้า และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจโดยไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง
3. ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นธรรม และไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของลูกค้ายกเว้นการรักษาความลับทางการค้าของลูกค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
4. ไม่เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับทรัพย์สิน หรือประโยชน์ใดที่ไม่สุจริตจากลูกค้า ทั้งทางตรงและทางอ้อม
5. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้า ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ให้รีบแจ้งลูกค้าล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
6. จัดให้มีช่องทางทางการสื่อสาร เพื่อให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

ธุรกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ทั้งใส่ใจและดูแลในการผลิต การจัดจำหน่าย รวมถึงบริการในทุกๆ ผลิตภัณฑ์ที่ มาอย่างยาวนาน

- ENFANT สูดยอครบแบรนด์เสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ที่พ่อแม่ให้ความเชื่อมั่นสูงสุด ทั้งในด้านคุณภาพ คุณค่าความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ใจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การันตีด้วยการรับรองมาตรฐานออร์แกนิกจากสถาบันชั้นนำในต่างประเทศ

ใส่ใจความปลอดภัยในทุกกระบวนการผลิตตั้งแต่เนื้อผ้าที่ใช้ โดยผลิตจากใยผ้าบริสุทธิ์ 100% ปราศจากสารเคมีและยาฆ่าแมลง ภายใต้อิทธิพลของคุณภาพ Cotton USA ลายผ้าและสีย้อมด้วยสี Non AZO ที่ปลอดภัยจากสารก่อมะเร็ง ไม่หลุดลอกเมื่อเปียกชื้น และคัดค้านนวัตกรรม ENFANT COTTON PLUS+ เส้นใยพิเศษ ช่วยปกป้องอันตรายจากรังสี UV ที่ก่อให้เกิดอาการแพ้แดด ผด ผื่นคัน และความไม่สบายตัว



นอกจากนี้ยังใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเด็กที่คัดสรรเฉพาะวัตถุดิบจากธรรมชาติ 100% และเทคโนโลยี Airflow System ในผลิตภัณฑ์ซักและปรับผ้านุ่ม และเลือกใช้ส่วนผสม Food Grade เพื่อความปลอดภัยสูงสุดในผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจุกนม และขวดนม



- ARROW ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายชาย ได้รับการรับรองจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) โดยได้ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ซึ่งเป็นเครื่องหมายที่ให้การรับรองความเรียบของผ้าและตะเข็บซึ่งถือเป็นแบรนด์แรกที่ทำให้ลดการใช้พลังงานในการรีดผ้าด้วยไฟฟ้าจนได้รับฉลาก นอกจากนี้พิเศษด้วยคุณสมบัติ CoolMode ระบายอากาศได้ดีแม้อยู่ในอุณหภูมิที่สูงกว่า 25 องศาเซลเซียส



การคัดเลือกบริษัทคู่ค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องในการคัดเลือกบริษัทคู่ค้า โดยคัดเลือกเฉพาะบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิตตลอดจนสินค้าคุณภาพนำไปใช้ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าสินค้า ภายใต้การดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์



เพราะการบริการ คือ หัวใจสำคัญในการทำธุรกิจ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด (มหาชน) จึงไม่เพียงแค่อัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นและความงามที่คำนึงถึงคุณภาพสินค้าที่ดี ราคาที่เป็นธรรม และความรับผิดชอบต่อที่มีต่อทุกผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งเป็นหัวใจหลักในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเท่านั้น เรายังคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดจากสินค้าและการให้บริการ ทั้งขณะใช้สินค้าและหลังการขายอีกด้วย บริษัทฯ จึงได้จัดตั้ง “ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์” ขึ้น เพื่อเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับบริษัทฯ ในการรับข้อร้องเรียน

รวมถึงคำติชม และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว และต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน



และเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางในการติดต่อที่หลากหลาย โดยสามารถติดต่อศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ได้ตามช่องทางดังต่อไปนี้



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

การพัฒนาชุมชน และสังคม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อที่มีต่อประเทศชาติ ชุมชน และสังคม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งสังคมและส่วนรวมที่ดี โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้



1. ไม่ดำเนินธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อมลง ไม่ละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นที่อยู่ร่วมกันในชุมชนและสังคม
2. ปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมโดยส่วนรวมให้เกิดขึ้นในบริษัทฯ และพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง
3. กำหนดให้มีมาตรการป้องกัน แก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนและสังคมอันเนื่องมาจากการดำเนินงานของบริษัทฯ
4. ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น
5. ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการพัฒนาชุมชน
6. ให้การสนับสนุนในกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสาธารณประโยชน์
7. สร้างรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยสนับสนุนการจ้างงานและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากชุมชน
8. สร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างบริษัทกับชุมชนและสังคม บนพื้นฐานของความถูกต้อง โปร่งใสเป็นธรรม

ดังจะเห็นได้จากการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านสุขภาพ การศึกษา การอนุรักษ์พลังงานสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมอาชีพ และการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงาน คู่ค้า และลูกค้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกัน (รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและชุมชน หน้า 51)

การจัดการทรัพยากร สิ่งแวดล้อมและพลังงาน

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ใฝ่ใจ และดูแลในทุกกระบวนการผลิต การจัดทำหน้า และ การให้บริการในทุกผลิตภัณฑ์มาอย่างยาวนาน รวมทั้งคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อมและพลังงาน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้



1. ดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องตามกฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการทบทวน และประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
2. สร้างนวัตกรรมองค์กรและสร้างจิตสำนึกให้พนักงานทุกระดับ เกิดความร่วมมือ และความรับผิดชอบต่อ การจัดการสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน
3. ส่งเสริมให้ความรู้ และฝึกอบรมแก่พนักงานทุกคนในเรื่องสิ่งแวดล้อม ผ่านระบบ e-learning อันประกอบด้วย เนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม และการประหยัดพลังงาน พร้อมแบบทดสอบความเข้าใจซึ่งอยู่ในระหว่าง การดำเนินงาน และผลักดันให้เป็นหัวข้อหนึ่งในการอบรมพนักงานใหม่
4. ส่งเสริมระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด มีมาตรการบำบัดและฟื้นฟู การทดแทน การเฝ้าระวังดูแล และป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
5. มีระบบคัดเลือกลูกค้าในห่วงโซ่อุปทานที่ดำเนินธุรกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
6. ส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กระดาษใช้ซ้ำ ฟื้นกลับมาเป็นรายได้

• จัดตั้งพื้นที่สำหรับคัดแยกประเภทของกระดาษที่ใช้งาน ออกจากขยะประเภทอื่น ทำลายเอกสารสำคัญที่ใช้งานไม่ได้ แล้วด้วยเครื่องย่อยกระดาษ และจัดจำหน่าย โดยในปี 2562 บริษัทฯ ได้รวบรวมกระดาษที่ใช้งานไม่ได้แล้ว ประกอบด้วย กล่องกระดาษ เศษกระดาษที่ผ่านการย่อยสลาย กระดาษขาว-ดำ กระดาษหนังสือพิมพ์ รวม 2,640 กิโลกรัม จำหน่ายได้ราคา 8,544.50 บาท ซึ่งถือเป็นการใช้กระดาษ อย่างมีคุณค่า ครบกระบวนการตลอดการใช้งาน และเข้าสู่ กระบวนการย่อยสลายเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ตามระบบ

• นำกระดาษที่ใช้แล้ว 1 หน้า มาหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycle) รวมถึงแปรรูปเป็นกระดาษรีไซเคิล / สมุดโน้ต แทนการใช้โฟสตัดิอ (Reused) / จัดตั้งศูนย์รับบริจาค ปฏิทินใช้แล้ว (รายละเอียดเพิ่มเติมหน้า 56)

• นำเอาช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนการใช้กระดาษ (Paperless) ในทุกส่วนงาน โดยเริ่มจากส่วนงานบัญชี มียอดการใช้กระดาษลดลงจำนวน 83,000 ใบ คงที่จาก ยอดการใช้เดิมอย่างมีนัยยะ ทั้งนี้การนำช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้แทนการใช้กระดาษเป็นนวัตกรรมที่ได้รับรางวัลจาก โครงการประกวด ICC INNOVATION ประจำปี 2560



การวิจัยและพัฒนา เพื่อความยั่งยืน

ในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่น และความงาม รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำในประเทศไทย บริษัทฯ มุ่งมั่นในการค้นคว้าวิจัย และพัฒนานวัตกรรมด้านสินค้าและบริการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลให้แก่องค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงได้ริเริ่มโครงการประกวดนวัตกรรม ไอ.ซี.ซี. เป็นครั้งแรกในปี 2559



เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างสรรค่นวัตกรรม ภายในบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องทั้งด้านการขาย การตลาด ด้านระบบการทำงาน ด้านบริการ และการริเริ่มคิดค้นนวัตกรรมขั้นพื้นฐาน ซึ่งในปี 2562 ถือเป็นปีประกวดปีที่ 4 ภายใต้แนวคิด “การเติบโตด้านการขายและกำไรแบบก้าวกระโดด” มีจำนวนผู้เข้าประกวดทั้งสิ้น 17 ผลงาน จาก 11 ฝ่าย โดยผลงานที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยม ได้แก่ “Outside in Marketing” จากผลิตภัณฑ์ ENFANT ทั้งนี้ทุกผลงานที่ได้รับรางวัล จะนำมาเป็นโมเดลประยุกต์ใช้และพัฒนา ต่อยอดแล้ว จะได้เป็นตัวแทนของบริษัทฯ ในการส่งประกวดนวัตกรรมเครือข่ายพัฒนา (Chairman Awards) ต่อไป

ICC INNOVATION AWARDS 2019
โครงการประกวดนวัตกรรมไอ.ซี.ซี. ประจำปี 2562 (ปีที่ 4)
ภายใต้แนวคิด “การเติบโตด้านการขายและกำไรแบบก้าวกระโดด”

ประเภทของนวัตกรรม

- Sales & Marketing**
นวัตกรรมด้านการขายและการตลาด
- Services & Personality**
นวัตกรรมด้านบริการและบุคลิกภาพ
- System & Process**
นวัตกรรมด้านระบบและกระบวนการ
- Petty Award**
นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ชิงเงินรางวัล 50,000 บาท

กำหนดการ

เปิดรับสมัคร	1 - 31 มิ.ย. 2019
ปิดรับสมัคร	30 มิ.ย. 2019
ประกาศรายชื่อผู้เข้าประกวด	7 มิ.ย. 2019
ตัดสินรางวัลชนะเลิศ	30 มิ.ย. 2019
พิธีมอบรางวัล	15 มิ.ย. 2019
ประกาศผลรางวัลชนะเลิศ	31 มิ.ย. 2019
ปิดรับสมัคร	31 มิ.ย. 2019

CONTACT US
โทร: 02-010-0200 ต่อ 204 หรือ 210
Email: innovation@icci.com



สังคมดี

ในฐานะผู้จัดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฟชั่นและความงามชั้นนำ นอกจากการดำเนินงานในการขับเคลื่อนธุรกิจ ให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนโดยมีหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ เป็นแนวทางในการมุ่งสู่เป้าหมายแล้ว การดำเนินพันธกิจด้านสังคมเป็นอีกส่วนหนึ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและไม่มองข้าม รวมถึงยังมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้บุคลากรภายในองค์กรมีจิตสำนึกของการเป็นผู้ให้ เป็นผู้ที่มีจิตอาสา ด้วยการเป็นกำลังสำคัญในการให้ความช่วยเหลือ และริเริ่มในการจัดกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชน สังคมสิ่งแวดล้อม และสาธารณประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ

โครงการสานพลังประชารัฐ : สถานศึกษาต้นแบบทวิภาคีสานพลังประชารัฐ (Excellent Model School)



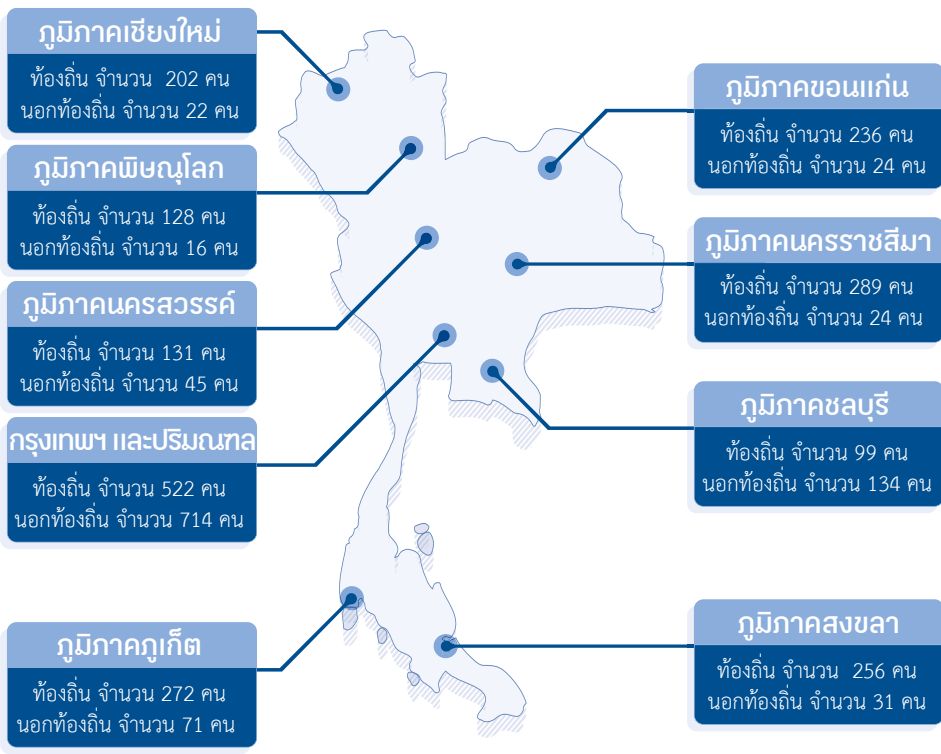
ตามที่รัฐบาลได้ประกาศนโยบายขับเคลื่อนประเทศด้วยยุทธศาสตร์ประชารัฐ ซึ่งเป็นการสานพลังความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมเพื่อร่วมแรงร่วมใจกันเปลี่ยนแปลงและพัฒนาประเทศให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน บริษัทฯ จึงได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในคณะทำงานโครงการ “สถานศึกษาต้นแบบทวิภาคีสานพลังประชารัฐ” หรือ Excellent Model School โดยได้ลงนามความร่วมมือกับภาครัฐบาล ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมตั้งแต่ปี 2559 สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ภายใต้โครงการ สานพลังประชารัฐ E2 ด้านการยกระดับคุณภาพชีวิต

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พิจารณาลงนามความร่วมมือกับวิทยาลัยพัฒนวิชาการธนบุรีในการร่วมพัฒนาหลักสูตร และพัฒนาองค์ความรู้ของครูและบุคลากรในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการตลาด เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2559 โดยมีรูปแบบการเรียนรวม 2 ปี ปัจจุบัน นักศึกษารุ่น 1 และ 2 ได้ทำงานเพื่อฝึกประสบการณ์เสร็จสิ้นแล้ว และในปี 2562 บริษัทฯ ได้เปิดรับนักศึกษาในรุ่นที่ 3 เพื่อเข้าศึกษาในหลักสูตรเดิม จำนวนทั้งสิ้น 11 คน

การพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น

สร้างงาน สร้างอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงานในท้องถิ่น

ด้วยธุรกิจของบริษัทฯ คือ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านเคาน์เตอร์ขายและร้านค้าทั่วประเทศ การจัดจ้างพนักงานในท้องถิ่นนับเป็นหนึ่งในนโยบายของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และพัฒนาศักยภาพแรงงานในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง รวมถึงการจัดจ้างซัพพลายเออร์ในท้องถิ่น เพื่อดำเนินงานตกแต่งร้านค้าที่เปิดให้บริการตามจังหวัดต่างๆ โดยกำหนดเป็นนโยบาย เพื่อเปิดโอกาสให้บริษัท หรือกิจการในท้องถิ่นแต่ละจังหวัด เข้าร่วมประกวดราคา



รวมพนักงานชาย

ทั้งหมด

3,216 คน



เป็นพนักงานท้องถิ่น

ทั้งหมด

2,135 คน



คิดเป็น



ร้อยละ

66

ของพนักงานทั้งหมด

*หมายเหตุ สามารถดูรายชื่อจังหวัดที่อยู่ในแต่ละภูมิภาคได้ที่หน้า 23

การพัฒนาคุณภาพชีวิต และชุมชน

เมื่อสานต่อแนวคิดในเรื่อง "การให้" ในทุกมิติ และในฐานะที่บริษัทฯ ประกอบธุรกิจครอบคลุมสินค้าถึงแฟชันและ ความงามอย่างครบวงจรที่หลากหลาย เราจึงมุ่งมั่นส่งต่อการให้ไปยังกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องับธุรกิจโดยตรง เช่น ลูกค้า คู่ค้า ชัพพลายเออร์ พนักงาน และผู้เกี่ยวข้องับธุรกิจโดยอ้อม เช่น สังคม ภาครัฐ ภาคเอกชน ด้วยหลากหลายกิจกรรมเพื่อส่งต่อในเรื่องของการให้จากภายในองค์กรสู่ภายนอก

1. สุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดี

- โครงการจัดหาและสนับสนุนรถเข็น และอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการ สำหรับเด็กและคนพิการ (RICD Wheelchair Project)

บริษัทฯ สนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านการ ขนส่งรถเข็น หรืออุปกรณ์ช่วยเหลือ ผู้พิการที่ได้รับบริจาคจากองค์กรใน ประเทศและต่างประเทศให้กับ สถาบันพัฒนาการเด็กราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข โครงการในพระราชูปถัมภ์ ในพระ นามานักโทยสมเด็จพะกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งดำเนินงานมา ตั้งแต่ปี 2554 จนถึงปัจจุบัน



• Bra Donation

ชุดชั้นใน BSC และชุดชั้นใน ELLE จัดกิจกรรมการกุศล ร่วมกับศูนย์การค้า เทอริมอลล์ 21 อโศก มอบยกทรงมูลค่า 100,000 บาท ให้กับสตรีที่มารับบริการ ของสถานคุ้มครอง และพัฒนาคนพิการ บ้านกึ่งวิถีหญิง โดยการมอบผ่าน มูลนิธิบ้านกึ่งวิถีหญิง จังหวัดปทุมธานี

• ศูนย์อาหาร ICC FAIR

เพื่อตอบแทนชุมชนโดยรอบ บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ร้านค้าในพื้นที่ใกล้เคียง สถานที่ตั้งบริษัทร่วมออกร้าน ณ ศูนย์อาหารไอ.ซี.ซี. แฟร์ ซึ่งจัดควบคู่ไปกับการจัดงานมหกรรมสินค้าลดราคาพิเศษประจำปี ไอ.ซี.ซี. แฟร์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับพนักงานบริษัทฯ และลูกค้าที่เดินทางเข้ามา ร่วมจับจ่ายใช้สอยให้ได้รับประทานอาหารที่มีรสชาติอร่อย สะอาด ถูกสุขลักษณะ ในราคาย่อมเยา และเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารคว-หวานและร้านเครื่องดื่มที่อยู่ บริเวณพื้นที่เขตยานนาวาและใกล้เคียงให้เป็นที่รู้จัก โดยในปี 2562 ศูนย์อาหาร ไอ.ซี.ซี. แฟร์ จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 ภายได้สโลแกน "อร่อยต้องลอง" โดยมีร้านค้าที่เข้าร่วมทั้งสิ้น 33 ร้านค้า

ในปี 2562 (มกราคม-กันยายน) ได้สนับสนุนเงินจำนวน 2,000,000 บาท เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการขนส่งและ จ้างงานในท้องถิ่นเพื่อช่วยงานมูลนิธิฯ ในการตัดเย็บวัสดุสำหรับรถเข็น และได้ ดำเนินการตามแผนงานมอบรถเข็น และอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการ จำนวนทั้งสิ้น 4,106 รายการ

สานต่อโครงการวาก็ีโบว์ชมพู สู้มะเร็งเต้านม

ผลิตภัณฑ์ "วาก็ี" ภายใต้การจดจำหน่ายของบริษัทฯ จัดกิจกรรมสานต่อโครงการ "วาก็ีโบว์ชมพู สู้มะเร็งเต้านม" เป็นปีที่ 19 โดยมีผู้สนับสนุนให้สตรีไทยห่างไกลมะเร็งเต้านม ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ

• มอบบัตรตรวจเอกซเรย์เต้านม (Mammogram and Ultrasound)

เพื่อรับการตรวจแมมโมแกรม 1 ครั้ง โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย สำหรับลูกค้า HIS & HER เมื่อซื้อชุดชั้นในวาก็ีสะสมครบ 12,000 บาท และสำหรับลูกค้าวีไอพีที่ไม่ประสงค์จะรับการตรวจสามารถเข้าร่วมกิจกรรมโดยการส่งบัตรวีไอพีกลับมายังโครงการ เพื่อจัดส่งต่อกับสตรีกลุ่มเสี่ยงด้อยโอกาสให้ได้รับการตรวจอย่างเท่าเทียม

• จัดการแข่งขัน “วิ่งทั่วโลก เพื่อโลกไร้มะเร็ง”

ซึ่งด้วยพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เพื่อหารายได้ช่วยเหลือผู้ป่วยมะเร็งยากไร้ และรณรงค์ให้ประชาชนหันมาออกกำลังกายเพื่อสุขภาพแข็งแรงห่างไกลโรคมะเร็งรวม 8 สนาม นอกจากนี้ โครงการฯ ยังได้ร่วมกับผลิตภัณฑ์วาก็ีไมซ์แวนร์มอบเงินสนับสนุนการจัดงานจำนวน 1,631,967 บาท แก่สมาคมโรคมะเร็งแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

• ร่วมสมทบทุน 1,200,000 บาท

ขับเคลื่อนงานวิจัยสถาบันมะเร็งแห่งชาติ เพื่อพัฒนาวัตกรรมการคัดกรองมะเร็งเต้านม ผ่านเทคโนโลยี AI

• สมทบทุนโรงพยาบาลขอนแก่น

จำนวน 15 ล้านบาทเปิดตัว “ศูนย์รักษเต้านม” อย่างเป็นทางการ เพื่อเป็นศูนย์เฉพาะทางด้าน การดูแลวินิจฉัยและบำบัดโรคมะเร็งเต้านมแบบครบวงจรแห่งแรกในภาคอีสาน

• สนับสนุนงานวิจัยสถานวิทยามะเร็งศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

ในการวางแผนทางรักษาโรคมะเร็งตามหลักการแพทย์แม่นยำ (Precision Medicine) และร่วมสมทบทุน 1,000,000 บาท เพื่อขับเคลื่อนงานวิจัยดังกล่าว

• สานต่อแคมเปญรักษ์โลกผ่าน

โครงการ “วาก็ี บราเดย์” รับผิดชอบการย่อยสลายอย่างถูกวิธีและมีความคุ้มค่า สดมลภาวะด้านสิ่งแวดล้อมลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และลดการเกิดก๊าซเรือนกระจก ภายใต้แนวคิด “Zero Waste ชยะ=ศูนย์” และร่วมกับสมาคมส่งเสริมสถานภาพสตรีในพระอุปถัมภ์พระเจ้าวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าโสมสวลีกรมหมื่นสุทธนารีนาถ โดยในปี 2562 ได้บริจาคจำนวน 363,000 ตัว เทียบเท่ากับขยะชุมชน จำนวน 36 ตัน เป็นการรักษาสีสิ่งแวดล้อมเท่ากับจำนวนต้นไม้ 7,000 ต้น

รู้หรือไม่ว่า?

แบบเสื้อแฟชั่น 150,000 ชิ้น

150,000 ตัว = 15 ต้นไม้

150,000 ตัว = 15 CO₂

150,000 ตัว = 20 ตันขยะ

BRADAY

BRADAY
UNPLASTIC
SUSTAINABLE

ปลูกฝังการรักษยสิ่งแวดล้อม



• กิจกรรมวันต้นไม้แห่งชาติ

บริษัทฯ ร่วมกับสำนักงานเขตยานนาวา เขตยานนาวา เขตคลองเตย ปลูกต้นไม้บริเวณพื้นที่ว่างริมถนนวงแหวนอุตสาหกรรมเชิงสะพานภูมิพล ด้านริมคลองสวนและธนาคารกสิกรไทย สาขาพระราม 3 (ฝั่งขาขึ้น) เพื่อเป็นที่ระลึกในปีมหามงคลบรมราชาภิเษก ร.10 และในวันต้นไม้แห่งชาติ ประจำปี 2562 รวมทั้งสิ้น 105 ต้น



• กิจกรรม His & Her Exclusive Trip รักษาสุขภาพ

บัตรสมาชิก His & Her Plus Point จัดกิจกรรม His & Her Exclusive Trip รักษาสุขภาพ เพื่อแลนมาร์กัฟฟายา โดยร่วมกันทำกิจกรรมเพื่อสังคม รับผิดชอบ เพื่อการอนุรักษ์ดูแลรักษาท้องทะเล และคืนความอุดมสมบูรณ์ให้กับแนวปะการัง ณ พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยาเกาะและทะเลไทย



• โครงการรณรงค์รักษยสิ่งแวดล้อม รักษา.ซี.ซี.

เพื่อการลด ละ เลิกการใช้ขวดและถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง จัดพื้นที่สำหรับคัดแยกขวดน้ำพลาสติกเหลือใช้ เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการย่อยสลายอย่างถูกวิธี และส่วนหนึ่งถูกส่งต่อเพื่อแปรรูปเป็นเส้นด้ายในการผลิตเสื้อ ส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ ARROW Upcycling Collection ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างบริษัทในเครือสหพัฒน์ กับ บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) หรือ GC ผ่านนวัตกรรม Upcycling เพื่อช่วยลดปัญหาขวดน้ำพลาสติกในประเทศไทย และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยเสื้อ 1 ตัว ผลิตจากขวดน้ำพลาสติกขนาด 500ml จำนวน 12 ขวด



• โครงการแจกถุงพลาสติกในร้านค้า His & Her Outlet

ซึ่งตั้งอยู่ภายในบริเวณบริษัทฯ และขอความร่วมมือร้านค้าโดยรอบบริษัทฯ งดแจกถุงพลาสติก รวมถึงปลูกจิตสำนึกให้พนักงานใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก ในปี 2563 บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะจัดตั้งโครงการรณรงค์ใช้วัสดุสิ้นเปลือง โดยส่งเสริมให้พนักงานนำกล่องข้าวมาใช้แทนกล่องโฟม และจัดทำแก้วน้ำ ถุงผ้า เพื่อจูงใจ และปลูกจิตสำนึกให้แก่พนักงานและคู่ค้า



• กิจกรรม “วันรักนกเงือก”

ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายคู่รัก HORNBILL ร่วมกับมูลนิธิศึกษาวิจัยนกเงือก คณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล จัดกิจกรรม “วันรักนกเงือก” หนึ่งในกิจกรรมหลักที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา เพื่อระดมทุนสำหรับการศึกษาวิจัยและอนุรักษ์นกเงือกให้อยู่คู่ผืนป่าในประเทศไทยตลอดไป

ส่งเสริมและพัฒนาศึกษา

เพราะ "การศึกษา" คือรากฐานที่สำคัญ บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาพนักงานให้มีความรู้และความสามารถ อยู่เสมอ เพื่อให้เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืน ไม่ใช่แค่พนักงานภายในองค์กรเท่านั้น บริษัทฯ ยังดูแลใส่ใจรวมไปถึงภายนอกองค์กรอีกด้วย



• สนับสนุนงบประมาณฟื้นฟู 34 โรงเรียนที่ได้ รับภัยพิบัติ

บริษัทฯ ร่วมกับตัวแทนภาคเอกชน 12 องค์กร จัดตั้งมูลนิธิพลังน้ำใจไทย เพื่อระดมทุนในการฟื้นฟู สถานศึกษา โดยในปี 2562 ได้สานต่อพันธกิจ “คืนรอยยิ้มสู่โรงเรียน (Bring Smiles Back to School)” จัดกิจกรรมเพื่อหาเงินทุนเข้ามูลนิธิ รวมงบประมาณ สนับสนุนจำนวน 7,138,033 บาท เพื่อฟื้นฟูโรงเรียน 34 แห่งในพื้นที่ 4 จังหวัดในภาคอีสานตอนล่าง ประกอบด้วย จังหวัดยโสธร จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดศรีสะเกษ ที่ได้รับผลกระทบจากพายุโพดุล และพายุคาจิกิ เพื่อให้โรงเรียน กลับมาเป็นสถานศึกษาของเยาวชนที่สมบูรณ์ดังเดิม เพราะเราเชื่อว่าการศึกษาที่ดีเปรียบดังการสร้างพื้นฐาน และอนาคตของประเทศ



คุณอุษณีย์ สงวนวงศวิจิตร ตัวแทนบริษัทฯ (คนที่ 4 จากซ้าย)



รวมงบประมาณ
สนับสนุนจำนวน 7,138,033 บาท

เพื่อฟื้นฟูโรงเรียน

34
แห่ง

๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐
๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐
๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐ ๐๐๐๐

ส่งเสริมการสร้างคุณค่าให้กับตัวเอง

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการส่งมอบความสุขและความสวยงามให้กับพนักงานในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานชาย เราจึงจัดให้มีการอบรมด้านความงามเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพจากภายในสู่ภายนอก เพื่อให้พนักงานตระหนักรู้ถึงคุณค่าในความสวยตามแบบฉบับของตนเอง และเชื่อมโยงการให้ไปยังผู้บริโภค ผ่านกิจกรรมหลากหลาย สมดังคำขวัญของบริษัทฯ ที่ว่า "เราสรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน"



- สนับสนุนการประกวดด้านแฟชั่นและความงามต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้สนับสนุนชุดว่ายน้ำ ภายใต้แบรนด์ BSC และสนับสนุนการแต่งหน้าผู้เข้าประกวด ภายใต้แบรนด์ BSC Cosmetology และ Arty Professional บนเวทีการประกวดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ การประกวดมิสไทยแลนด์เวิลด์, การประกวดมิสยูนิเวิร์ส, การประกวดไทยซูเปอร์โมเดลคอนเทสต์ และสมาร์ทบอย, มิสยูนิเวิร์สพม่า เป็นต้น



- ผลิตรายการเครื่องสำอาง ARTY PROFESSIONAL by BSC จัดกิจกรรม “Yourself Your Style” เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจ (ไม่จำกัดเพศ) เข้าร่วมเวิร์คช็อปการแต่งหน้าเพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพและเพื่อนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ



- ผลิตรายการ BSC COSMETOLOGY จัดโครงการ “สอนแต่งหน้า สร้างอาชีพเสริมรายได้” โดยเชิญชวนผู้สนใจเข้าร่วมศึกษาและเวิร์คช็อปเทคนิคการแต่งหน้ากับช่างแต่งหน้าผู้มีประสบการณ์แถวหน้าของประเทศ เพื่อนำไปประกอบอาชีพและสร้างรายได้เสริมให้กับตนเองหรือหากสนใจร่วมงานกับเครื่องสำอาง BSC COSMETOLOGY ก็สามารถสมัครเพื่อร่วมงานได้ทันที

แบ่งปันกิจกรรมเพื่อสาธารณกุศล



• ขอเสื้อเหลือใช้

โครงการแอร์โร่ ขอเสื้อเหลือใช้เพื่อช่วยเหลือนักเรียน โดยผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ARROW ดำเนินงานตั้งตั้งแต่ปี 2553 เพื่อให้ลูกค้าบริจาคเสื้อเหลือใช้ให้กับผู้ประสบภัยตามภาคต่างๆ ของประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ทั่วโลก ผ่านองค์กรต่างๆ

• โครงการรับบริจาคปฏิทินตั้งโต๊ะเพื่อคนตาบอด

ฝ่ายสำนักงานบริษัท ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการรับบริจาคปฏิทินใช้แล้วจากพนักงานภายในบริษัทฯ และบริษัทในเครือ เพื่อนำไปบริจาคให้กับหน่วยงานต่างๆ ซึ่งในปี 2562 ได้นำปฏิทินเก่าไปส่งมอบให้กับศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อคนตาบอดแห่งประเทศไทย นนทบุรี ภายใต้มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชินูปถัมภ์ โดยปฏิทินเหล่านี้ จะถูกนำกลับมาผลิตเป็นสื่อการสอนสำหรับผู้พิการทางสายตา และอีกส่วนหนึ่งจะถูกจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับศูนย์ในการจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็น เพื่อบำรุงรักษาสาธารณูปโภคอื่นๆ ต่อไป



ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

• โครงการประกวดดนตรีไทย

บริษัทฯ สนับสนุนคณะดนตรีและการแสดงมหาวิทยาลัยบูรพา จัดงานประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียน ภาคตะวันออก เพื่อชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นประจำทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจรรโลงศิลปวัฒนธรรม กระตุ้นให้มีการฝึกหัด และสืบสานดนตรีไทย ด้วยการส่งเสริมให้เกิดการประกวด

ซึ่งในแต่ละปี มีผู้เข้าร่วมประกวด โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ครั้งที่ 38 มีผู้ร่วมงานประกวดดนตรีไทยฯ จำนวน 1,375 คน
- ครั้งที่ 39 มีผู้ร่วมงานประกวดดนตรีไทยฯ จำนวน 1,500 คน

และในปี 2562 คณะดนตรีและการแสดงฯ กำลังจะจัดงานประกวดขึ้นอีกครั้ง ซึ่งถือเป็นครั้งที่ 40 โดยมีผู้สมัครทั้งสิ้น จำนวน 1,200 คน



• โครงการนาฏดุริยางคศิลป์ไทยสู่เยาวชน พัฒนาศิลป์สร้างคน สืบทอดวัฒนธรรมไทย

บริษัทฯ มอบทุนสนับสนุน คณะศิลปะนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม เพื่อจัดโครงการ “นาฏดุริยางคศิลป์ไทยสู่เยาวชน พัฒนาศิลป์สร้างคน สืบทอดวัฒนธรรมไทย” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 เป็นจำนวนเงิน 100,000 บาท โดยร่วมกับ 11 บริษัทในเครือสหพัฒน์ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 800,000 บาท ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อปลูกฝังคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมด้านนาฏศิลป์และดุริยางคศิลป์ไทยให้กับเยาวชน เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เรียนรู้และปลูกจิตสำนึก รักศิลปวัฒนธรรมไทย โดยร่วมเรียนนาฏศิลป์และดุริยางคศิลป์ กับผู้ทรงคุณวุฒิในภาคฤดูร้อน โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย การสนับสนุนโครงการฯ ในปี 2562 มีเยาวชนอายุระหว่าง 5-15 ปี เข้าร่วมโครงการ 300 คน ได้แก่ ด้านดุริยางคศิลป์ 100 คน และด้านนาฏศิลป์ไทย 200 คน และสามารถนำผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมโครงการฯ ไปฝึกฝน ต่อยอดการเรียนรู้และเป็นความสามารถพิเศษในการศึกษาต่อ และประกอบอาชีพได้

สรุปผลดำเนินงาน

ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานกว่า 50 ปีของบริษัทฯ นอกจากความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการธุรกิจให้เติบโตอย่างมีธรรมาภิบาล บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งในปี 2562 บริษัทฯ ยังคงขับเคลื่อนแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิด "คนดี สินค้าดี สังคมดี" โดยเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้มีส่วนร่วมในการส่งต่อและต่อยอด "การให้" ทั้ง 5 ประการ ได้แก่ ให้ความรู้ ให้อภัย ให้ความช่วยเหลือ ให้ชีวิต และให้ความรัก ด้วยความเชื่อมั่นว่าการเชื่อมโยง "การให้" ทั้ง 5 ประการนี้จะหล่อหลอมและต่อยอดให้ธุรกิจเติบโตอย่างก้าวหน้า มั่นคง และยั่งยืน



เศรษฐกิจ + สังคม + สิ่งแวดล้อม

ก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ด้วยหลักจริยธรรม คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ส่งมอบนวัตกรรม การดำเนินงาน และการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี ภายใต้แนวคิด “คนดี สินค้าดี สิ่งแวดล้อม”

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกมิติ ควบคู่กับการบริหารงานบนพื้นฐานแห่งความรับผิดชอบต่อ

ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีประสิทธิภาพ เพื่อความก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนขององค์กร

สมดังคำขวัญ บริษัทฯ ที่ว่า “เราสรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน”

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Disclosure Title	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	63, 47-49	
G4-3	GRI 102	General Disclosures	102-1		Name of the organization	4, Back Cover	33-35	
G4-4	GRI 102	General Disclosures	102-2		Activities, brands, products, and services	6,7	24-32, 41-46	
G4-5	GRI 102	General Disclosures	102-3		Location of headquarters	23, Back Cover	63, Back Cover	
G4-6	GRI 102	General Disclosures	102-4		Location of operations	23, Back Cover	63, Back Cover	
G4-7	GRI 102	General Disclosures	102-5		Ownership and legal form	6, 7	8-18	
G4-8	GRI 102	General Disclosures	102-6		Markets served	6, 7, 12	36-40	
G4-9	GRI 102	General Disclosures	102-7		Scale of the organization	11	70	
G4-10	GRI 102	General Disclosures	102-8		Information on employees and other workers	41, 43	82-114	
G4-11	GRI 102	General Disclosures	102-41		Collective bargaining agreements			
G4-12	GRI 102	General Disclosures	102-9		Supply chain		36-40	
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			
G4-15	GRI 102	General Disclosures	102-12		External initiatives	9, 13	37-38	
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		130-192	
G4-18	GRI 102	General Disclosures	102-46		Defining report content and topic Boundaries	22, 23	36	
G4-19	GRI 102	General Disclosures	102-47		List of material topics			

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Individual disclosure items (a, b, c, etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
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	14, 15, 16	82-114	
G4-25	GRI 102	General Disclosures	102-42	Identifying and selecting stakeholders	14, 15, 16	82-114	
G4-26	GRI 102	General Disclosures	102-43	Approach to stakeholder engagement	14, 15, 16	82-114	
G4-27	GRI 102	General Disclosures	102-44	Key topics and concerns raised	26, 27		
G4-28	GRI 102	General Disclosures	102-50	Reporting period	22		
G4-29	GRI 102	General Disclosures	102-51	Date of most recent report	22		
G4-30	GRI 102	General Disclosures	102-52	Reporting cycle	22		
G4-31	GRI 102	General Disclosures	102-53	Contact point for questions regarding the report	22	73	
G4-32-a	GRI 102	General Disclosures	102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards			
G4-32-b	GRI 102	General Disclosures	102-55	GRI content index			
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	11	70	
G4-35	GRI 102	General Disclosures	102-19	Delegating authority		106-111	
G4-36	GRI 102	General Disclosures	102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics		91-92	

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	
G4-37	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		117	
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		115	
G4-41	GRI 102	General Disclosures	102-25	Conflicts of interest		123-128	
G4-42	GRI 102	General Disclosures	102-26	Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy		117	
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			
G4-45	GRI 102	General Disclosures	102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts		42-46	
G4-46	GRI 102	General Disclosures	102-30	Effectiveness of risk management processes		119	
G4-47	GRI 102	General Disclosures	102-31	Review of economic, environmental, and social topics		89-90	
G4-48	GRI 102	General Disclosures	102-32	Highest governance body's role in sustainability reporting		4.5	
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		42	116
G4-52	GRI 102	General Disclosures	102-36	Process for determining remuneration			72-77
G4-53	GRI 102	General Disclosures	102-37	Stakeholders' involvement in remuneration			
G4-54	GRI 102	General Disclosures	102-38	Annual total compensation ratio			73
G4-55	GRI 102	General Disclosures	102-39	Percentage increase in annual total compensation ratio			

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	
G4-56	GRI 102	General Disclosures	102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	8, 9, 10		
G4-57	GRI 102	General Disclosures	102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	34, 39, 45		
G4-58	GRI 102	General Disclosures	102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics			
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			
G4-DMA-c	GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach	42-49		
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	43	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			
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			
G4-EC9	GRI 204	Procurement Practices	204-1	Proportion of spending on local suppliers	50		
G4-EN1	GRI 301	Materials	301-1	Materials used by weight or volume	47, 53		
G4-EN2	GRI 301	Materials	301-2	Recycled input materials used			
G4-EN3	GRI 302	Energy	302-1	Energy consumption within the organization			
G4-EN4	GRI 302	Energy	302-2	Energy consumption outside of the organization			

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
G4-EN5	GRI 302	Energy	302-3	Energy intensity			
G4-EN6	GRI 302	Energy	302-4	Reduction of energy consumption	44, 45, 47		
G4-EN7	GRI 302	Energy	302-5	Reductions in energy requirements of products and services	44, 45, 47		
G4-EN8	-	-	-	-	-		
G4-EN9	-	-	-	-	-		
G4-EN10	-	-	-	-	-		
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-1	Interactions with water as a shared resource		Company work instruction	
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-2	Management of water discharge-related impacts		Company work instruction	
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-3	Water withdrawal			
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-4	Water discharge			
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-5	Water consumption			
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			
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			
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			
G4-EN16	GRI 305	Emissions	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions			
G4-EN17	GRI 305	Emissions	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions			
G4-EN18	GRI 305	Emissions	305-4	GHG emissions intensity			

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Individual disclosure items (a, b, c, etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
G4-EN19	GRI 305	Emissions	305-5	Reduction of GHG emissions			
G4-EN20	GRI 305	Emissions	305-6	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)			
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			
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	NA	NA	
G4-EN28	GRI 301	Materials	301-3	Reclaimed products and their packaging materials			n/a
G4-EN29	GRI 307	Environmental Compliance	307-1	Non-compliance with environmental laws and regulations			n/a
G4-EN30	NA	NA	NA	NA	NA	NA	
G4-EN31	Several	Several	NA	NA	NA	NA	
G4-EN32	GRI 308	Supplier Environmental Assessment	308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria			
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			
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.]	42	92	
G4-LA2	GRI 401	Employment	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees			Company Rules, Regulation and Welfare
G4-LA3	GRI 401	Employment	401-3	Parental leave			Company Rules, Regulation and Welfare

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
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		92	
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation			
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-3	Occupational health services			
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety			
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-5	Worker training on occupational health and safety			
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-6	Promotion of worker health			
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships			
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system		92	
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-9	Work-related injuries		92	n/a
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-10	Work-related ill health		92	n/a
G4-LA9	GRI 404	Training and Education	404-1	Average hours of training per year per employee	29		
G4-LA10	GRI 404	Training and Education	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	30,31	89-90, 102-103	
G4-LA11	GRI 404	Training and Education	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	30		
G4-LA12	GRI 405	Diversity and Equal Opportunity	405-1	Diversity of governance bodies and employees			

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-LA13	GRI 405	Diversity and Equal Opportunity	405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men				
G4-LA14	GRI 414	Supplier Social Assessment	414-1	New suppliers that were screened using social criteria				
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				
G4-HR2	GRI 412	Human Rights Assessment	412-2	Employee training on human rights policies or procedures				
G4-HR3	GRI 406	Non-discrimination	406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken				
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				
G4-HR6	GRI 409	Forced or Compulsory Labor	409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor				
G4-HR7	GRI 410	Security Practices	410-1	Security personnel trained in human rights policies or procedures			89-90, 102-103	
G4-HR8	GRI 411	Rights of Indigenous Peoples	411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples				
G4-HR9	GRI 412	Human Rights Assessment	412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments				
G4-HR10	GRI 414	Supplier Social Assessment	414-1	New suppliers that were screened using social criteria				
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				
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			38, 39	89-90, 102-103

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-SO4	GRI 205	Anti-corruption	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	38, 39	89-90, 102-103	
G4-SO5	GRI 205	Anti-corruption	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken			n/a
G4-SO6	GRI 415	Public Policy	415-1	Political contributions			n/a
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			n/a
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			
G4-PR1	GRI 416	Customer Health and Safety	416-1	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	44, 45	42-43	
G4-PR2	GRI 416	Customer Health and Safety	416-2	Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services			n/a
G4-PR3	GRI 417	Marketing and Labeling	417-1	Requirements for product and service information and labeling			
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			
G4-PR6	GRI 102	General Disclosures	102-2	Activities, brands, products, and services		22-32, 36-38, 41-47	
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			
G4-PR9	GRI 419	Socioeconomic Compliance v	419-1	Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area			

“HisHer Line Member”

เพิ่มเพื่อน เชื่อมต่อ เช็คโปร



ติดตามโปรโมชั่น
และร่วมกิจกรรม
แคมเปญพิเศษต่างๆ
ได้ใน **hisher Line**



เมนูกิจกรรมต่างๆ



ดูของส่วนลดหรือสินค้า
แบรนด์ ICC



ซื้อสินค้า ICC เช่น
สินค้าไอทีหรือสภาพมี
ผ่านช่องทางออนไลน์



เมนูบัตรสมาชิกโทมัสหรือ
เชื่อมต่อการเป็นสมาชิก
สำหรับลูกค้าเก่า



สิทธิพิเศษ
ตามช่วงเวลาต่างๆ



เมนูอื่นๆ เช่น
ดูรายละเอียดสมาชิก,
ตรวจสอบคะแนน

เปิด App Line
สแกนเพื่อเพิ่มเพื่อน
กับ **hisher Line**



เราสรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน



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

530 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ : (662) 293-9000, (662) 293-9300 โทรสาร : (662) 294-3024

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

นายทะเบียนบริษัท : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
93 ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ (662) 009-9000 โทรสาร (662) 009-9992

