



รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2563

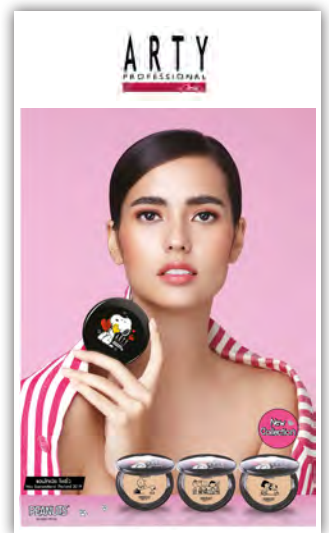
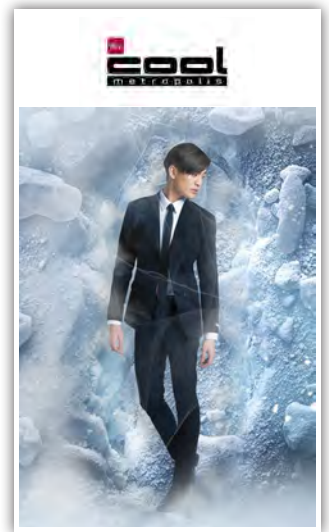
บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

คนดี • สืบค้าดี • สังคมดี



cosmetology

LOCK IT FIT



bsc
BeWitch

24K BEWITCH HYALURON GOLD SERUM

30 ml

PMD

STAY & STRONG,
BUT SOFTNESS
BORN TO BE
A QUEEN

bsc
BAG & LUGGAGE

bsc
TIME PIECES

bsc
ENFANT

bsc
LIVING

bsc
LINGERIE

bsc
LINGERIE
Signature

bsc
Streamline

bsc
soy

มีคัสชอบ
ทุกซอย
สองเลย!

นี่คือ ซอย อร่อย ได้มา ได้เนื้อ
เรียงความอร่อย เรียงคุณค่าวิตามิน

A E D B

bsc
HAPPY age

bsc
ENFANT

บอกต่อความวางใจ แม่โลศ์ ลูกสิฟ

NOVAK DJOKOVIC
#LACOSTEINSIDE



LACOSTE 
LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT

LACOSTE.CO.TH



สารบัญ

สารจากกรรมการผู้อำนวยการ และรองประธานกรรมการบริหาร	4-5
ข้อมูลองค์กร	6-7
กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ	9
ห่วงโซ่คุณค่า	10-11
การพัฒนาที่ยั่งยืน	12
โครงสร้างองค์กร	13
การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	14-15
ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ	16
พัฒนาการที่สำคัญ	18
ขอบเขตรายงาน	21
การมีส่วนร่วมกับ SDGs	22
ICC กับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	24-27
คนดี	28-35
สินค้าดี	36-52
สังคมดี	53-59
สรุปผลการดำเนินงาน	60
ดัชนีชี้วัดตามกรอบ GRI	62-65

สารจากผู้บริหาร

มุ่งมั่นสร้าง “คนดี สินค้าดี สังคมดี” เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจมา ยาวนานกว่า 56 ปี ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ยึดหลักจริยธรรม คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ มาโดยตลอด และยึดถือเป็นความรับผิดชอบต่อบริษัทฯ ที่ต้องดำเนินธุรกิจให้เกิด การพัฒนาอย่างยั่งยืนแก่บริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

ตลอดปี 2563 ที่ผ่านมา เศรษฐกิจทั่วโลกได้รับผลกระทบจาก สถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ผู้คนทุกชาติทุกภาษา ทุกภาครัฐ ทุกภาคธุรกิจ ต่างอยู่ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจกันทั้งสิ้น ประเทศไทย ของเราก็ประสบปัญหาเช่นกัน แต่ผู้บริหารและพนักงานของ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ทุกคน ยังคงยืนหยัดต่อสู้ เพื่อฝ่าฟัน ให้ธุรกิจขององค์กรก้าวพ้นวิกฤตินี้ไปได้ และด้วยการดำเนินธุรกิจภายใต้ นโยบายการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ก็ทำให้เราก้าวผ่านสถานการณ์ ดังกล่าวมาได้เป็นอย่างดี

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ยังคงเชื่อว่ การมุ่งมั่นสร้างให้เกิด “คนดี สินค้าดี สังคมดี” เป็นนโยบายที่ดี ในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน เพราะเราเชื่อว่า องค์กรใดอุดม ด้วยคนดี มีความซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบผู้อื่น จะนำมาซึ่งการสร้างสรรค์ สินค้าและบริการที่ดี ส่งผลให้ธุรกิจของบริษัทฯ เจริญก้าวหน้า และเอื้อประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ นำมาซึ่ง ความเจริญอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ต่อไป

นายธรรมรัตน์ โชควัฒนา
กรรมการผู้อำนวยการ
และรองประธานกรรมการบริหาร





คนดี

มุ่งเน้นการเสริมสร้างให้บุคลากรเป็นคนดี มีความซื่อสัตย์ ไม่เอาเปรียบผู้อื่นทั้งลูกค้า ลูกค้า สังคมและประเทศชาติ ปฏิบัติงานตามนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด อีกทั้งสร้างเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานเข้าใจความหมายในวิธีการปฏิบัติตนสถานต่อเจตนากรณีในเรื่องของการให้ 5 ประการ ได้แก่ ให้ความรู้ ให้อภัย ให้ความช่วยเหลือ ให้ชีวิต และให้ความรัก โดยในปี 2563 บริษัทยังคงสานต่อในเรื่องของการให้ความรู้แก่พนักงานภายในองค์กรเป็นหลัก เห็นได้จากโครงการต่าง ๆ ที่จัดตั้งเพื่อพัฒนาบุคลากรในทุกมิติ เช่น การอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงานให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจดิจิทัล รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการให้ในทุกมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การให้ความช่วยเหลือ ให้อภัย ให้ชีวิต และให้ความรักจากภายในสู่ภายนอกองค์กรตามลำดับ



สินค้าดี

การพัฒนาสินค้าและบริการ ยึดหลักการให้โดยมุ่งเน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า โดยคำนึงถึง Customer Journey เป็นหลัก เพื่อให้ลูกค้ามีความสุขในการใช้ผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ดังนั้น สินค้าทุกชิ้นจะอยู่ภายใต้การควบคุมคุณภาพตามมาตรฐานของบริษัท อย่างเคร่งครัด ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึงบริการหลังการขาย หากลูกค้าไม่ได้รับความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ จะเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบ และลูกค้าจะได้รับการดูแลอย่างดีที่สุดจากศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ต่อไป



สังคมดี

การสนับสนุนให้บุคลากรมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมในทุกมิติ ยังคงเป็นแนวทางปฏิบัติของบริษัท มาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะใส่ใจผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแบบบูรณาการทั้งกระบวนการ จากต้นน้ำ กลางน้ำ สู่ปลายน้ำ นอกจากนี้ยังสนับสนุนกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์และสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่น ส่งเสริมการให้ชีวิตด้วยกิจกรรมบริจาคโลหิตให้แก่สภากาชาดไทย ส่งเสริมจริยธรรมคุณธรรมด้วยกิจกรรมตักบาตรในวันสำคัญทางศาสนา และหลักคิดในการดำเนินชีวิต และร่วมใจจัดกิจกรรมเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ข้อมูลองค์กร

2507

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

2513

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน “วาโก้” จากประเทศญี่ปุ่น

2518

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษ “แอร์โรวี” จากประเทศสหรัฐอเมริกา

2521

ได้รับอนุมัติจากกระทรวงการคลังให้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2525

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฟชั่นสตรี “อีโตคิน”

2527

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษ “กีลาโรซ” จากประเทศฝรั่งเศส

2531

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษและสตรี “ลาคอส” จากประเทศฝรั่งเศส

2534

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในกีฬาระดับโลก “มิซูโน่”

2537

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

2539

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

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพบุรุษและสตรี “DAKS” จากประเทศอังกฤษ

2540

ริเริ่มกิจกรรมส่งออกสินค้าในเครือสหพัฒน์ “สหกรุปเอ็กซ์พอร์ต’98”
หรือ “สหกรุปแฟร์” ในปัจจุบัน

2541

เริ่มธุรกิจสินค้า BSC (BEST SELECTED COLLECTION)

2542

จัดตั้ง His & Her Shop แห่งแรก ณ ศูนย์การค้าบี๊กเจียง จ. หนองคาย

2545

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

2546

จัดตั้งอาคารสำนักงานใหม่ด้วยโครงสร้างอาคารแฝดสูง 6 ชั้น ในบริเวณใกล้เคียงอาคารเดิม และ
ยังคงใช้จนถึงปัจจุบัน และริเริ่มโครงการประกวดนวัตกรรมเครือสหพัฒน์ CHIRMAN AWARDS

2547

จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม S Channel

2551

ขยายช่องทางการขายไปยังช่องทางออนไลน์ eThailandBEST.com และจัดตั้งโครงการนวัตกรรม
ICC INNOVATION AWARDS

2559

ก่อตั้งศูนย์จัดจำหน่ายเครื่องสำอางภายใต้คอนเซ็ปต์ สถานีแห่งความงาม Beauty Station

2561

เซ็นสัญญาความร่วมมือกับ ADK Emotion Inc. รับสิทธิ์ดูแลลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์ Kumamon
ในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ

2562

บริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เต็มเต็มโลว์/สโตร์ส่งมอบผู้บริโภคทุกเพศ
ทุกวัยอย่างครบครัน ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพระดับสากล ได้แก่

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



วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม

ในฐานะผู้นำด้านการดำเนินธุรกิจ คณะกรรมการและผู้บริหารได้ดำเนินงานตามแบบแผนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับการแข่งขันของตลาด และมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน

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



ปี 2561

วิสัยทัศน์ :

มุ่งมั่นเป็นบริษัทชั้นนำของคนไทยที่ดำเนินธุรกิจสู่ระดับสากล มุ่งสร้างนวัตกรรม และพัฒนาบริษัทฯ โดยยึดหลักคุณธรรม และจริยธรรมสู่อนาคตที่ยั่งยืน

ปี 2562-2564

วิสัยทัศน์ :

มุ่งมั่นเป็นบริษัทชั้นนำของคนไทยที่ดำเนินธุรกิจสู่ระดับสากล มุ่งสร้างนวัตกรรม และพัฒนาบริษัทฯ โดยยึดหลักคุณธรรมและจริยธรรมสู่อนาคตที่ยั่งยืน

พันธกิจ :

- 1 สร้างตลาดใหม่โดยนำเทคโนโลยีมาอำนวยความสะดวก และสร้างประสบการณ์ใหม่
- 2 สร้างแบรนด์แฟชั่นของตนเองเพื่อความจับใจ และบริหารต้นทุนที่ได้เปรียบเหนือคู่แข่ง
- 3 สร้าง His & Her Shop Hub ขยายเครือข่ายในการเชื่อมโยงลูกค้า
- 4 รักษาตลาดที่มีอยู่ด้วยการสร้างกระบวนการ และระบบการปรับตัวให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
- 5 พัฒนาระบบปฏิบัติงาน ด้วยการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลอย่างครบวงจร
- 6 ปรับภาพลักษณ์ด้วยการปรับกระบวนการทำงาน ควบคู่กับการผสมผสานการเรียนรู้ระหว่างคนรุ่นใหม่ และรุ่นปัจจุบัน
- 7 สร้างและพัฒนาบุคลากรให้มีความทันสมัยเน้นทักษะ ความชำนาญ เข้าใจประสิทธิภาพ การทำงานอย่างครบวงจร
- 8 ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหรือสถานีวิจัย ดึงดูดพนักงานรุ่นใหม่ที่มีความคิดแตกต่างหลากหลาย มีพลังพร้อมเรียนรู้คู่ประสบการณ์ขององค์กร

พันธกิจ :

- 1 วิจัยและพัฒนานวัตกรรม ออกแบบและจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
- 2 ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนาแบรนด์สินค้าใหม่ ๆ พร้อมทั้งการบริหารจัดการ การขาย และการตลาดยุคใหม่ เพื่อเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ต่าง ๆ ให้เข้มแข็ง
- 3 พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบใหม่ ที่หลากหลาย ทันสมัยและผสมผสาน สามารถตอบสนองวิถีชีวิต และตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม
- 4 เพิ่มประสิทธิภาพและพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการ ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย
- 5 มุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์กรที่มีธรรมาภิบาลเติบโตอย่างต่อเนื่อง





กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

1



กลยุทธ์ สร้าง ออกแบบ และจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ ผ่านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ที่มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2



กลยุทธ์ พัฒนาแบรนด์สินค้าใหม่ ๆ ด้วยการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ พร้อมทั้งจัดการด้านการขายและการตลาดที่เหมาะสมกับยุคสมัย เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง เป็นผู้นำในตลาด

3



กลยุทธ์ ผสมผสานความทันสมัยท่ามกลางความหลากหลาย ผ่านการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายรูปแบบใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม โดยนำเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจนสามารถสร้างความประทับใจสูงสุดได้

4



กลยุทธ์ เพิ่มและพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการ เทคโนโลยี และซัพพลายเชนคู่กับพันธมิตรทางการค้า ตั้งแต่การผลิตถึงโลจิสติกส์ เพื่อส่งมอบและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

5



กลยุทธ์ เติบโตอย่างต่อเนื่องบนหลักธรรมาภิบาล เพื่อมอบสิ่งที่ดี ๆ ตอบแทนอย่างยั่งยืนให้กับผู้ถือหุ้น นักลงทุน พันธมิตร ผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงพัฒนาบุคลากรในองค์กรอย่างต่อเนื่องให้มีศักยภาพ และพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและแข่งขัน

∴ ห่วงโซ่คุณค่า ∴

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นในทุกขั้นตอนและทุกกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และสร้างคุณค่าให้กับทุกสินค้าและบริการภายในบริษัทฯ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



การจัดการจัดซื้อ

ในฐานะผู้นำในการผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภค บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ด้วย

- พัฒนาศักยภาพคู่ค้าให้เติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ควบคู่ไปกับการพิจารณาตรวจสอบคุณภาพและกระบวนการจัดการเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน
- จัดตั้งกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมาตรฐาน คัดเลือกคู่ค้าเฉพาะที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าและบริการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์



การผลิต

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและใส่ใจในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนด้วย

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



การกระจายสินค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศและต่างประเทศด้วย

- การส่งมอบสินค้าควบคู่ไปกับการบริการอย่างมืออาชีพ
- ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจัดเก็บสินค้า และจัดการระบบขนส่งผ่านเครือข่ายโลจิสติกส์ของบริษัทฯ โดยครอบคลุมทั้งในและต่างประเทศ



การตลาดและการขาย

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภคผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพ เช่น

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

24 HRS



การบริการหลังการขาย

บริษัทฯ มุ่งมั่นส่งเสริมการสร้าง ความผูกพันหลังการขายและรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวกับลูกค้า และลูกค้าด้วย

- จัดกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การจัดประชุมลูกค้าเพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานธุรกิจร่วมกัน
- มุ่งมั่นพัฒนาบรรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงเลือกวัสดุที่สามารถใช้ซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้



เป้าหมายในปี 2564

บริษัทฯ มุ่งมั่นสู่การเป็นบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีประสิทธิภาพ สามารถจัดหาสินค้าที่หลากหลายและบริการได้ตรงใจลูกค้า พร้อมมุ่งมั่นพัฒนาพนักงานในองค์กรให้มีศักยภาพเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของตลาด

∴ การพัฒนาที่ยั่งยืน ∴

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

แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ



คนดี

สร้างคุณค่าคนดี : ประพฤติ ปฏิบัติตนเป็นคนดีบนพื้นฐานความซื่อสัตย์สุจริต ต่อตนเอง องค์กร และสังคม



สินค้าดี

สร้างมูลค่าธุรกิจ : พัฒนาคุณภาพสินค้า บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



สังคมดี

สร้างโอกาสทางสังคม : สนับสนุนกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปสู่สังคมที่เข้มแข็ง

หลักคิดสู่ความสำเร็จ

1

คู่หูชนะ

2

คิดบวก

3

วินัย

4

ศรัทธา

5

รวดเร็ว

6

ซื่อสัตย์เที่ยงธรรม

7

สามัคคี

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน



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

เป้าหมายด้านความยั่งยืน



- ส่งมอบคุณภาพชีวิตที่ดีให้ผู้บริหาร โดยหลักการสำคัญของบริษัท “คนดี สินค้าดี สังคมดี”
- บริหารงานบนพื้นฐานแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม ซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม จริยธรรม ส่งผลการดำเนินงานธุรกิจอย่างโปร่งใส มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล มั่นคง และเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ตระหนักว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของการดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ ได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงมีการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อจัดทำแผนงานตอบสนองที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจกับทุกฝ่าย ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง รวมถึงได้มีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

พนักงาน



ความคาดหวัง

- ค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเหมาะสม
- มีแผนในการอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถ
- มีความทัดเทียมและโอกาสในความก้าวหน้า
- ดูแลเรื่องความปลอดภัยและคุณภาพชีวิต

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

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

ผู้ถือหุ้น



ความคาดหวัง

- ให้ผลตอบแทนการลงทุนที่สูงและต่อเนื่อง
- ผลการดำเนินงานที่ดีและเติบโตอย่างมั่นคง
- บริหารงานด้วยความโปร่งใส เป็นธรรมตามหลักบรรษัทภิบาล
- การเปิดเผยข้อมูล

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

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

ลูกค้า



ความคาดหวัง

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

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

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

คู่ค้า



ความคาดหวัง

- ปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อตกลงเงื่อนไขทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง
- สร้างสัมพันธ์ภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกัน
- แลกเปลี่ยนความรู้ ร่วมกันพัฒนาสินค้าและบริการเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ

การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ
- การจัดประชุมคู่ค้าเป็นประจำทุกปีเพื่อส่งเสริมและชี้แจงแนวทางการดำเนินงาน
- การเยี่ยมเยียนคู่ค้าเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
- การมีช่องทางการรับข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน
- การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์เป็นประจำ
- การทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อจัดทำกรอบความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจการแข่งขันทางการค้าที่สุจริต รวมถึงหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าของคู่ค้าที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนและละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

คู่แข่ง



ความคาดหวัง

- ดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส
 - ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดีและสุจริต
- การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร
- การสร้างเงื่อนไขในการแข่งขันที่เป็นธรรมร่วมกัน

ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม



ความคาดหวัง

- สินค้าและบริการที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตประจำวัน
 - ให้ความรู้ ความเข้าใจด้านสุขภาพ
 - ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงผลกระทบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
- การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ
- การมีช่องทางการรับข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน

ลูกหนี้



ความคาดหวัง

- ปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลงอย่างชัดเจนและเป็นธรรม
- การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร
- รายงานประจำปี
 - การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

สื่อมวลชน



ความคาดหวัง

- การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์
- การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร
- ดำเนินการสื่อสารถึงสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ
 - นำสื่อมวลชนเยี่ยมชมกิจกรรม หรือการดำเนินงานของบริษัทฯ ในด้านต่าง ๆ
 - สนับสนุนและมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของสื่อมวลชน

เจ้าหนี้เงินกู้



ความคาดหวัง

- ปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลงอย่างชัดเจน และเป็นธรรม
 - แจ้งให้เจ้าหนี้เงินกู้ทราบล่วงหน้าหากไม่สามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันในสัญญาเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไข โดยใช้หลักความสมเหตุสมผล
 - จ่ายชำระดอกเบี้ยและคืนเงินต้นตรงตามกำหนดเวลากับเจ้าหนี้เงินกู้ตลอดมา
- การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

เจ้าหนี้การค้า



ความคาดหวัง

- สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงของสัญญา โดยใช้วิธีการโอนเงินผ่านธนาคารใน ระบบ Media Clearing กำหนดการรับวางบิลและโอนชำระเงิน
- การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

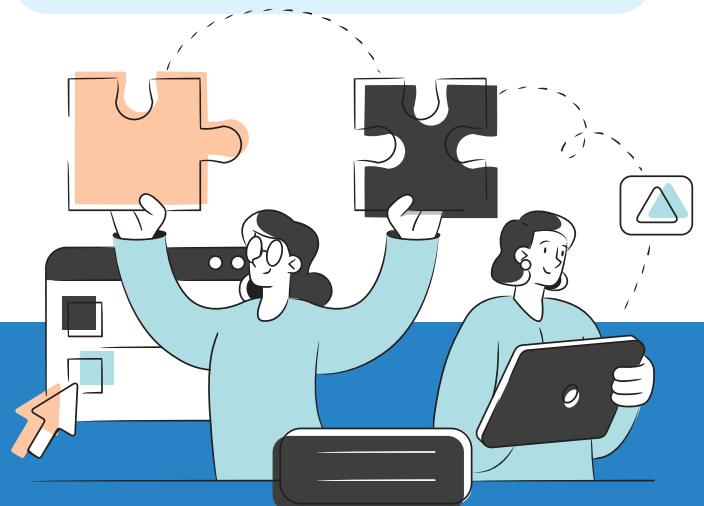
- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

ภาครัฐ



ความคาดหวัง

- ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
 - ร่วมมือและสนับสนุนการพัฒนาโครงการและกิจกรรม สาธารณประโยชน์
- การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร
- ชำระภาษีถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลาตามข้อกำหนดของกฎหมาย
 - ร่วมประชุมให้ข้อคิดเห็น และสนับสนุนกิจกรรมภาครัฐอย่างต่อเนื่อง



ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

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



การกำหนดประเด็นสำคัญในรายงาน

บริษัทฯ ยึดหลักการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสำคัญ และพิจารณาปัจจัยที่ตอบสนองต่อมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อาจเกิดผลกระทบต่อประเด็นด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



การระบุประเด็น

พิจารณาจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ ผ่านกิจกรรมและโครงการในวาระต่าง ๆ ตลอดปี



ภายในองค์กร

ข้อมูลจากการประชุมผู้รับผิดชอบในประเด็นที่สำคัญกับความยั่งยืน และกลยุทธ์ของบริษัทฯ รวมทั้งการบริหารความเสี่ยงที่บริษัทฯ ต้องจัดการทั้งในระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว เพื่อบรรลุเป้าหมายที่บริษัทฯ กำหนดไว้



ภายนอกองค์กร

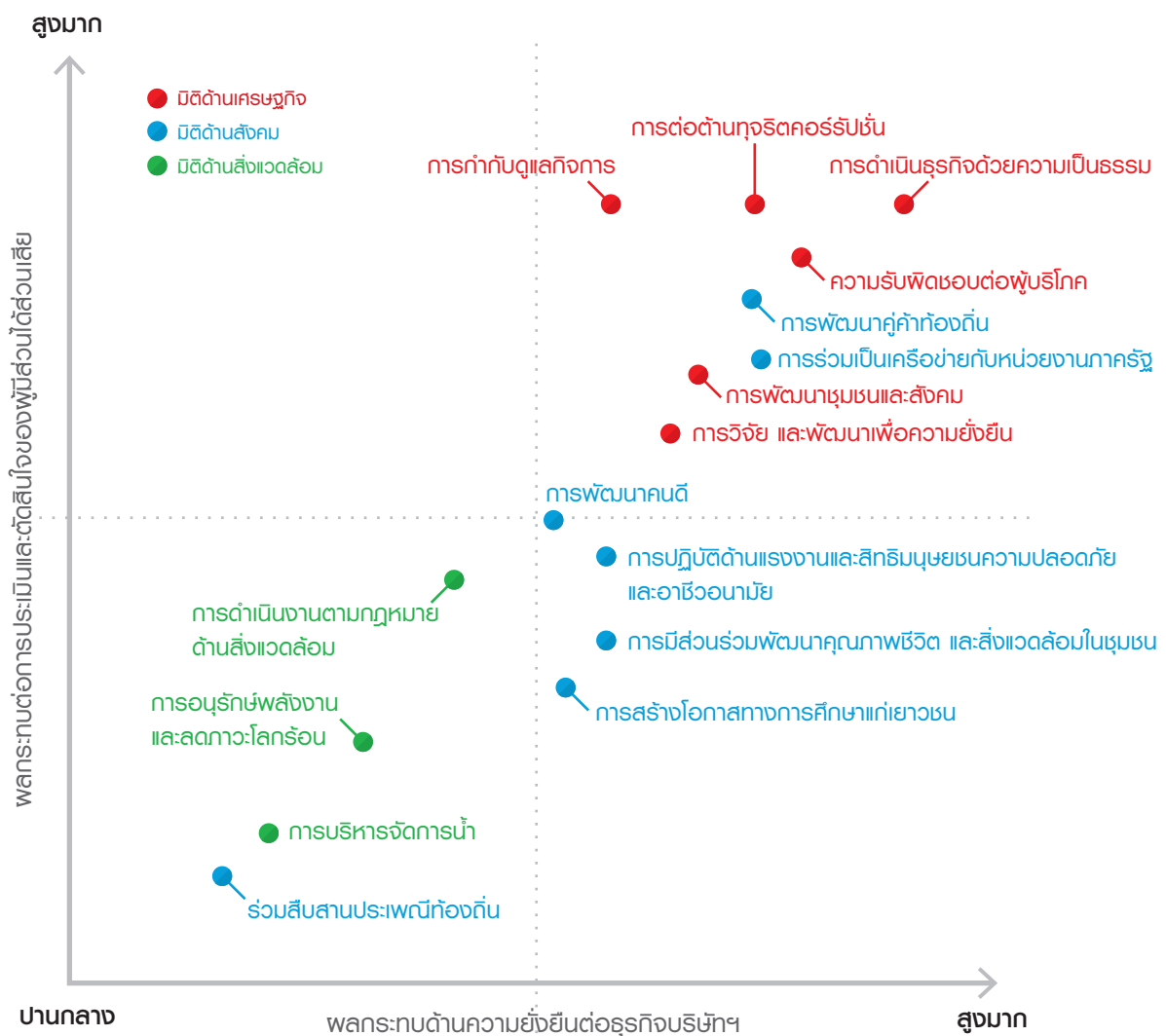
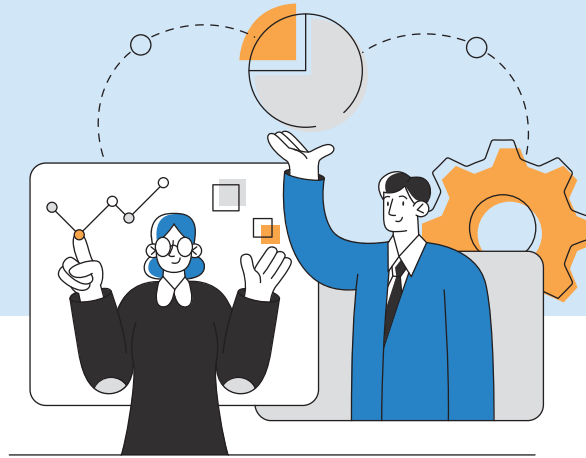
ข้อมูลจากการประชุมกับผู้รับผิดชอบในสายงานต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มต่อบริษัทฯ ด้วยการสำรวจความคิดเห็น หรือแบบประเมินผลด้านต่าง ๆ หรือจากการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นทางการ เช่น การเสวนา หรือ ประชุม สัมมนา หรือสัมภาษณ์ตามความเหมาะสมของแต่ละกลุ่ม



การจัดลำดับความสำคัญ

นำประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาวิเคราะห์เทียบเคียงกับความสอดคล้องในประเด็นและตัวชี้วัดตามแนวทาง GRI STANDARD และ SDGs แล้วจัดลำดับความสำคัญ และคัดเลือกข้อมูลที่มีอยู่ในความคาดหวังและความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

•• ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ ••



พัฒนาการที่สำคัญ

เพื่อพัฒนาระบบการบริหารธุรกิจให้สอดคล้องกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เต็มเปี่ยมไปด้วยคุณภาพและปริมาณที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ยึดมั่นการดำเนินงานอย่างมีธรรมาภิบาลสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมถึงสนับสนุนผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้ทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเติบโตและพัฒนาไปด้วยกัน ภายใต้หลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ รวมถึงมุ่งเน้นพัฒนาทรัพยากรบุคคลอันเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนภายในองค์กรภายใต้แนวคิด

คนดี สินค้าดี สังคมดี

โดยในปี 2564 ได้มีการขับเคลื่อนและต่อยอดนวัตกรรมให้สอดคล้องไปกับ 3 แนวคิด ดังนี้



แนวคิดที่ 1

ต่อยอดนวัตกรรมสร้าง “คนเก่ง”



การจัดอบรมให้กับพนักงาน

เพราะ “พนักงาน” คือหัวใจหลักในการพัฒนาองค์กร บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นผลักดันให้พนักงานไม่หยุดที่จะพัฒนาศักยภาพของตนเอง แม้ในช่วงที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยจัดตั้งโครงการฝึกอบรมผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น บนช่องทาง Facebook “ดูแล้วรวย” ภายใต้คอนเซ็ปต์ ICC Enter “Train” ment โครงการ Diamond Crown Awards เพื่อพัฒนาพนักงานที่เก่งให้เก่งมากยิ่งขึ้น (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 30-31)

สร้างสรรค์นวัตกรรม “สินค้าดี” เพื่อขยายช่องทางธุรกิจ

แนวคิดที่ 2

บริษัทฯ มุ่งมั่นขยายฐานลูกค้า โดยเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานสัปดาห์ จากออฟไลน์ สู่ออนไลน์ เพื่อสอดคล้องกับสถานการณ์โควิด-19 และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เปิดตัวเว็บไซต์ www.sahagroupfair.com จัดงานมหกรรมช้อปปิ้งยุคโลก “สัปดาห์ออนไลน์ ปี 63” เพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคกว่า 20,000 รายการ ผ่านแพลตฟอร์มชั้นนำ อาทิ Lazada, Shopee และ JD Central



แนวคิดที่ 3

สานต่อนวัตกรรมด้าน “สังคมดี”



• การร่วมมือกับภาครัฐ จัดตั้งโครงการประชารัฐ

ตามที่รัฐบาลได้ประกาศนโยบายขับเคลื่อนประเทศด้วยยุทธศาสตร์ประชารัฐ ในปี พ.ศ. 2559 เพื่อสานพลังความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาพประชาสังคม บริษัทฯ ได้เป็นส่วนหนึ่งในคณะทำงาน จัดตั้งโครงการสถานศึกษาต้นแบบทวิภาคีสานพลังประชารัฐ หรือ Excellent Model School โดยได้ร่วมกับวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ในการพัฒนาหลักสูตร และองค์ความรู้ของครู และบุคลากรในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการตลาด (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 53)

• โครงการ “เพราะน้ำ คือชีวิต”

บริษัทฯ ร่วมกับมูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนาและพนักงานในเครือสหพัฒน์ ร่วมสนับสนุนโครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำชุมชน ตามแนวพระราชดำริฯ ของชุมชนสหกรณ์การเกษตรแบบรวมกลุ่ม โครงการเพชรน้ำหนึ่ง จังหวัดเพชรบุรี เพื่อพัฒนาโครงการน้ำ และจัดตั้งแปลงเกษตรผสมผสานตามแนวทฤษฎีใหม่ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 50)

รางวัลที่สำคัญ

ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านสินค้าดีมีคุณภาพด้วยรางวัลจากสถาบันต่าง ๆ



BEAUTY AWARDS 2020 จากนิตยสารสุดสัปดาห์ หมวด Reader Vote



ARTY PROFESSIONAL
Complexion Modifier Brightening
Make Up Base



ARTY PROFESSIONAL
Happy Eye & Blush

PREW ICONIC BEAUTY AWARDS 2020 สาขา Iconic Nourishing Foundation



BSC Bio Perfect Velvet
Radiant Serum Foundation

·:· ขอบเขตรายงาน ·:·

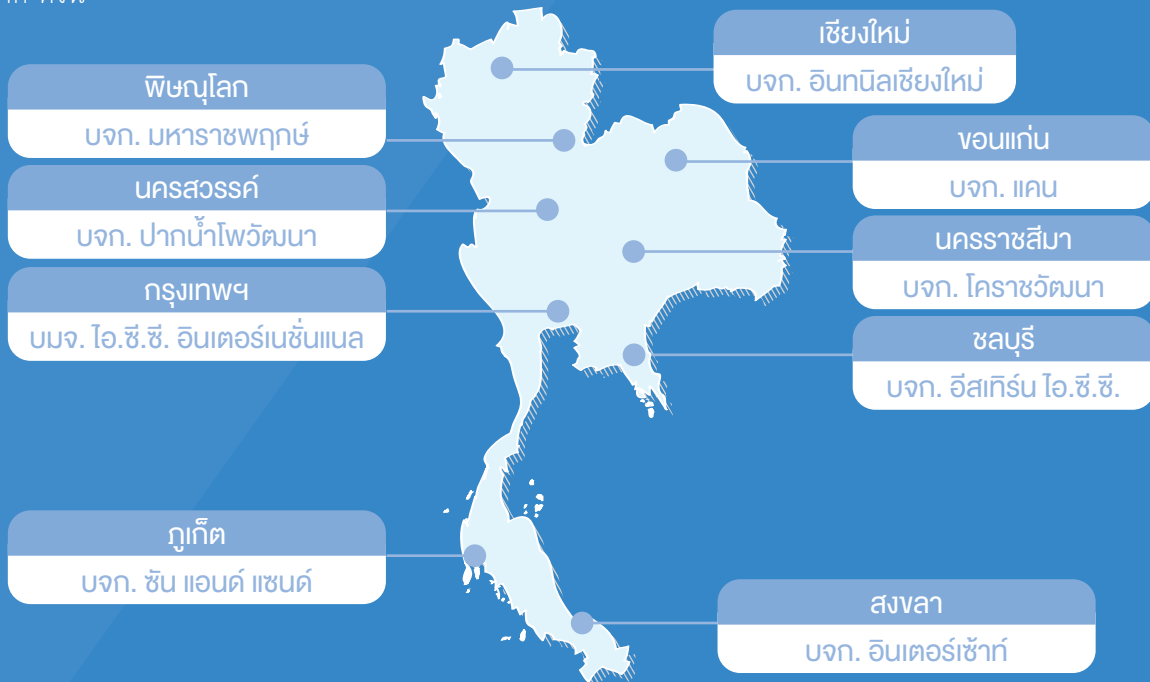
รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อแสดงถึงผลการดำเนินงานของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ในรอบปี 2563 (1 มกราคม-31 ธันวาคม 2563) เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนอันเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามแผนแม่แบบการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 3 ประการ ได้แก่ **“คนดี สินค้าดี สังคมดี”** ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำ เผยแพร่ข้อมูลมาตั้งแต่ปี 2557 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 โดยอ้างอิงการจัดทำรายงานให้มีความสอดคล้องตามดัชนีชี้วัดของ GRI STANDARD



เนื้อหาสาระและสาระสำคัญของรายงานปี 2563 มุ่งเน้นการดำเนินงานตามทิศทาง การดำเนินธุรกิจ (วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์องค์กร) หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมของปรัชญาในการทำงาน รวมถึงการดูแลพนักงาน การพัฒนาพนักงานให้เป็นคนดี การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจและสร้างโอกาสให้กับสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมโยงบริบทดังกล่าวข้างต้นเข้ากับประเด็นความยั่งยืนสากลในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ขอบเขตรายงาน :

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2563 ได้แสดงผลการดำเนินงาน จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในทุกกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ ครอบคลุมพื้นที่ปฏิบัติงานภายใต้การดูแลของบริษัทฯ และบริษัทฯ พันธมิตร 8 แห่ง กระจายตามภูมิภาค ดังนี้



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



.: การมีส่วนร่วมกับ SDGs .:

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



17 เป้าหมาย ดังนี้

GOAL1. งดความยากจน

GOAL2. งดความหิวโหย

GOAL3. มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

GOAL4. การศึกษาที่เท่าเทียม

GOAL5. ความเท่าเทียมทางเพศ

GOAL6. การจัดการน้ำและสุขาภิบาล

GOAL7. พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้

GOAL8. การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ

GOAL9. อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน

GOAL10. ลดความเหลื่อมล้ำ

GOAL11. เมืองและถิ่นฐานมนุษย์อย่างยั่งยืน

GOAL12. แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

GOAL13. การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

GOAL14. การใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรและทรัพยากรทางทะเล

GOAL15. การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศทางบก

GOAL16. สังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก

GOAL17. ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ตารางความสอดคล้องกับการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)

ประเด็นที่มีนัยความยั่งยืน ต่อการดำเนินธุรกิจ (คนดี : สินค้าดี : สังคมดี)	GOAL																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ด้านเศรษฐกิจ	การกำกับดูแลกิจการ																😊
	การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน																😊
	การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม																😊
	ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค			😊					😊	😊			😊	😊		😊	😊
	การพัฒนาชุมชนและสังคม	😊	😊		😊	😊						😊	😊				
	การวิจัย และพัฒนาเพื่อความยั่งยืน		😊						😊	😊				😊			😊
ด้านสังคม	การพัฒนาคนดี				😊	😊											
	การปฏิบัติด้านแรงงาน และสิทธิมนุษยชน ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย				😊		😊					😊					
	การสร้างโอกาสทางการศึกษา แก่เยาวชน			😊	😊												
	การมีส่วนร่วมพัฒนาคุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมในชุมชน	😊	😊								😊	😊	😊			😊	
	การพัฒนาคู่ค้าท้องถิ่น	😊	😊														
	ร่วมเป็นเครือข่ายกับหน่วยงาน ภาครัฐ	😊	😊	😊						😊				😊			😊
	ร่วมสืบสานประเพณีท้องถิ่น				😊												
ด้านสิ่งแวดล้อม	การดำเนินงานตามกฎหมาย ด้านสิ่งแวดล้อม											😊	😊		😊		
	การบริหารจัดการน้ำ		😊										😊	😊			
	การอนุรักษ์พลังงาน และลดภาวะโลกร้อน											😊	😊	😊	😊		



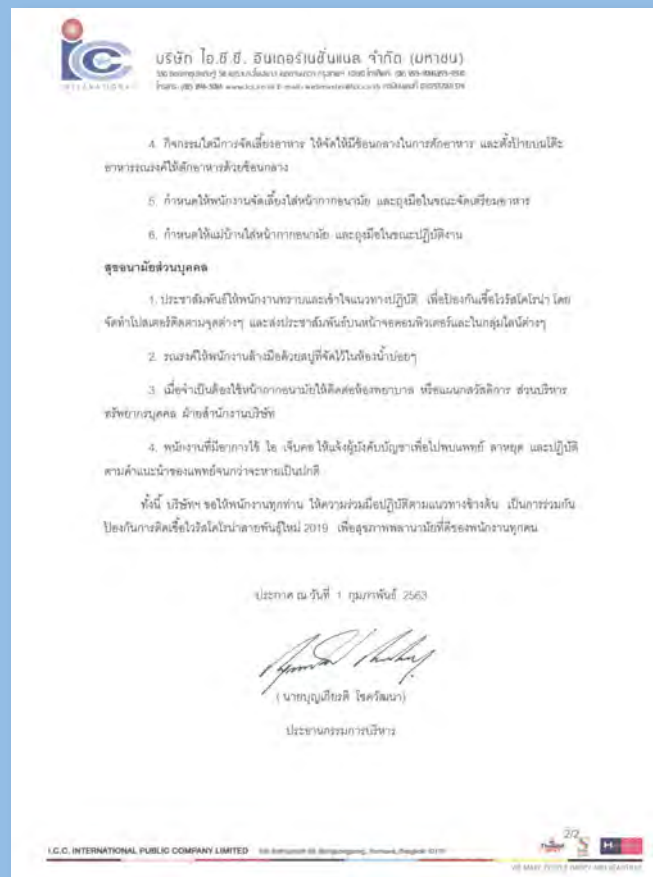
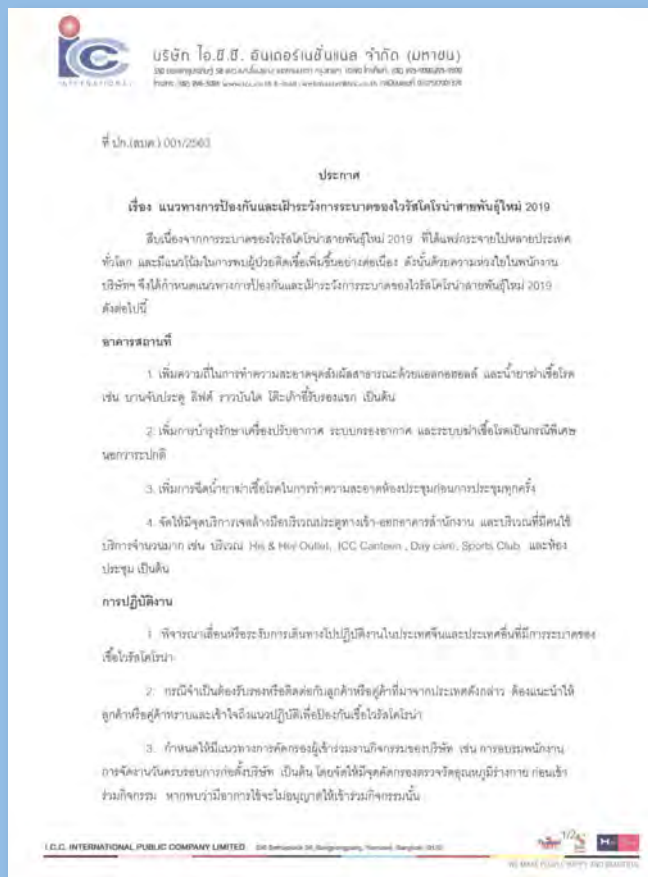
∴ ICC กับสถานการณ์ COVID-19 ∴

ประเทศไทยเริ่มพบผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Novel Coronavirus 2019) หรือ โควิด-19 (COVID-19) ช่วงกลางเดือนมกราคม 2563 และภาครัฐได้ดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุม รวมถึงจัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค หรือ ศบค. เพื่อกำหนดหน้าที่กำหนดนโยบายและมาตรการเร่งด่วนในการจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาด อาทิ การปิดประกาศการปิดห้างสรรพสินค้า การประกาศเคอร์ฟิว เป็นต้น

สำหรับบริษัทฯ เราได้พิจารณาเลือกใช้เฉพาะมาตรการที่จำเป็นตามคำแนะนำทางการแพทย์และสาธารณสุขเพื่อป้องกันและระงับยับยั้งการแพร่ระบาดของของ

โรค ทั้งนี้เพื่อให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง โดยได้ออกมาตรการจัดการ รวมถึงจัดตั้งคณะทำงานพิเศษ “COVID-COM” เพื่อเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข่าวสาร จัดประชุมและรายงานให้พนักงานได้ทราบเป็นระยะ ๆ

และเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บริษัทฯ ได้ออกมาตรการป้องกันและดูแลความปลอดภัยตลอดจนความเป็นอยู่ของพนักงาน คู่ค้า เครือข่าย รวมถึงระดมพลังจัดสร้างโครงการพิเศษเพื่อความช่วยเหลือต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่สังคม เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19



มาตรการรับมือ และเตรียมความพร้อม ของบริษัทต่อสถานการณ์โควิด-19



จากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ที่เกิดขึ้น ทำให้ห้างสรรพสินค้าปิดให้บริการชั่วคราวเป็นระยะเวลา กว่า 2 เดือน หลังจากนั้นภาครัฐได้ออกมาตรการปลดล็อก ซึ่งทำให้ร้านค้าสามารถเปิดทำการได้ปกติ บริษัทฯ ได้ เล็งเห็นความสำคัญในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ดังกล่าว และได้เตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้

พนักงานขาย

มอบหมายให้ส่วนงานสำนักงานบริษัทฯ ตรวจสอบภาพ พนักงานขายทั่วประเทศกว่า 3,000 คน เพื่อเตรียม ความพร้อมกลับสู่การให้บริการลูกค้าอีกครั้งด้วยความปลอดภัย โดยพนักงานขายในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล บริษัทฯ ได้จัดตั้งจุดตรวจขึ้น ณ สำนักงานใหญ่ เข้ารับการตรวจโดย โรงพยาบาลบางปะกอก 9 อินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งจะได้รับผล การตรวจภายใน 3 วัน ส่วนพนักงานขายที่อยู่ในเขตพื้นที่ ต่างจังหวัด จะได้รับการตรวจสอบที่โรงพยาบาลประจำจังหวัด และส่งมอบผลตรวจเพื่อยืนยันสุขภาพของตนเองกลับมา ส่วนกลางอย่างเคร่งครัด

ผลที่ได้ พนักงานขายทั้งหมดของบริษัทฯ ไม่พบผู้ติดเชื้อ โควิด-19 ทั้งนี้ บริษัทฯ เชื่อว่ามาตรการนี้จะช่วยสร้าง ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าที่เข้ารับบริการ ถึงความปลอดภัยของ

พนักงานขายจากทุกแบรนด์สินค้าของบริษัทฯ ที่มีมากกว่า 100 แแบรนด์ ในทุกห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วประเทศ

พนักงานปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่

สร้างมาตรการด้านความปลอดภัยเบื้องต้นให้กับ พนักงาน คู่ค้า และบุคคลภายนอกที่เข้ามาติดต่อ เพื่อเป็นการ เฝ้าระวังและป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 เช่น

- จัดวางเจลแอลกอฮอล์ตามจุดต่าง ๆ ทั่วทั้งบริษัทฯ
- จัดเจ้าหน้าที่คอยวัดอุณหภูมิร่างกายและติด สลึงลักษณะเพื่อผ่านอาคาร ประจำบริเวณหน้าประตูอาคาร ก่อนเข้า-ออกตึก ตลอดทั้งวันทำการและวันหยุดเสาร์-อาทิตย์
- จัดให้แม่บ้านหมั่นเวียนทำความสะอาดจุดสัมผัส ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรคตลอดวัน

• ขอความร่วมมือให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัย ทุกครั้งก่อนเข้าในอาคาร และตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน

• จัดพื้นที่ในห้องประชุม และ Canteen ตามหลัก Social Distancing รวมถึงสนับสนุนให้พนักงานใช้เทคโนโลยี ช่วยในการประชุมออนไลน์ เช่น Zoom และ Microsoft Meeting

• เฝ้าระวังพนักงานที่พำนักในจังหวัดหรือพื้นที่เสี่ยง โดยให้ลงทะเบียนผ่าน QR code ก่อนเข้าอาคารทุกวัน



ด้านการดำเนินธุรกิจ

- เตรียมความพร้อมและมาตรการจัดการบริหารธุรกิจเพื่อความต่อเนื่องด้วยการบริหารเรื่องคนและค่าแรง การปรับลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น
- ชะลอการปรับปรุงร้านค้า และการเปิดสาขาใหม่
- เน้นการขายผ่านช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์มและแพลตฟอร์มร้านค้าชั้นนำ เช่น Lazada Shopee และ JD Central
- เปิดเว็บไซต์ www.sahamall.com เพื่อรวบรวมสินค้าทั้งหมดภายในบริษัท โดยพนักงานทุกคนมีสิทธิ์เป็นผู้ขายเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับตนเอง และเพิ่มยอดขายให้องค์กร

ด้านการช่วยเหลือสังคม

บริษัท มุ่งมั่นให้พนักงานตระหนักในเรื่องของการเป็นผู้ให้ ภายใต้แนวคิดในเรื่องของ “การให้” 5 ประการ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 28) โดยได้ดำเนินจัดตั้งโครงการที่หลากหลาย เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ผู้ประสบภัยในสถานการณ์โควิด-19 ดังนี้

- มอบอุปกรณ์ทางการแพทย์

คุณรมิตา รัชเชลล์ มณีเสถียร กรรมการบริหารและผู้อำนวยการฝ่ายบุตติกสตรี บริษัท มอบอุปกรณ์ด้านภัยโควิด-19 อาทิ หน้ากากอนามัย (แบบผ้า) เสื้อกาวน์แพทย์ แอนตี้แบคทีเรีย และถุงคลุมอุปกรณ์ทางการแพทย์แอนตี้แบคทีเรีย เพื่อใช้ในกิจการงานทางการแพทย์ ของโรงพยาบาลรามธิบดี

- มอบเจลแอลกอฮอล์

“ทำสิ่งที่เป็นประโยชน์เพื่อช่วยสังคม และช่วยกันปฏิบัติตามแนวทางกฎระเบียบของภาครัฐอย่างเคร่งครัด อยู่เสมอ คนไทยเราจะต้องผ่านวิกฤตในครั้งนี้อย่างปลอดภัยแน่นอนค่ะ”

ผลิตภัณฑ์ BSC Honei V ร่วมใจ สู้ภัยไวรัสโควิด-19 มอบเจลแอลกอฮอล์ มูลค่ารวม 200,000 บาท ให้กับโรงพยาบาลเลคสิลิน, โรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์, สำนักงานเขตบางรัก และสำนักงานเขตยานนาวา โดยคุณบุษบง มิ่งขวัญยืน ผู้อำนวยการฝ่ายเครื่องสำอางและน้ำหอม เป็นตัวแทนมอบผลิตภัณฑ์

- ตู้น้ำใจ โอ.ซี.ซี. ปันสุขสู่ประชาชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อนในยามเกิดวิกฤตต่างๆ มาโดยตลอด สำหรับสถานการณ์โควิด-19 ได้ส่งผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม กระจายเป็นวงกว้างทั่วประเทศ โดยเฉพาะในต่างจังหวัด บริษัทฯ จึงได้จัดตั้ง “ตู้น้ำใจ โอ.ซี.ซี. ปันสุขสู่ประชาชน” ขึ้น บริเวณหน้าบริษัทสาขาของบริษัทฯ ทั้ง 9 ภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ภูมิภาคเชียงใหม่ ภูมิภาคพิษณุโลก ภูมิภาคนครสวรรค์ ภูมิภาคขอนแก่น ภูมิภาคนครราชสีมา ภูมิภาคชลบุรี ภูมิภาคภูเก็ต และภูมิภาคสงขลา โดยภายในตู้น้ำใจประกอบด้วย ของใช้สำหรับผู้หญิง แพมเพิสสำหรับเด็กและผู้ใหญ่ อาหาร และสิ่งของจำเป็นในชีวิตประจำวัน

เพื่อการดำเนินการตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนใน



คุณกิตติภรณ์ ชัยถาวรเสถียร ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย DAKS และ Guy Laroche ผู้ริเริ่มโครงการ ตู้น้ำใจโอ.ซี.ซี. ปันสุขสู่ประชาชน

วิถีชีวิตใหม่ ห่างไกล COVID-19

วิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 บริษัทได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการออกผลิตภัณฑ์ โดยปรับให้เข้ากับวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) และส่งเสริมให้พนักงาน คู่ค้า ลูกค้าเตรียมพร้อมรับทุกความเปลี่ยนแปลงภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน และภายนอกบริษัทฯ

- BSC STERITECH (บีเอสซี สเตอริเทค)

นวัตกรรมเป็นน้ำอิเล็กทรอนิกส์ สามารถใช้ฆ่าเชื้อโรคต่าง ๆ รวมถึงเชื้อไวรัสโคโรน่า หรือโควิด-19 ฉีดพ่นดับกลิ่น ล้างผัก-ผลไม้ ทำความสะอาดครัว ฉีดพ่นมือ-หน้าผิวนเพื่อรักษาความสะอาดปลอดภัยจากธรรมชาติ 100% ได้รับการจดสิทธิบัตรรับประกัน จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และจากสถาบันชั้นนำ นอกจากนี้ยังได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 งานประกวดสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ ประจำปี 2562



- ผลิตภัณฑ์ต้านภัย โกลโควิด-19

เพราะทุกพื้นที่เสี่ยงต่อการเป็นแหล่งแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญ และอยากให้พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ตระหนักถึงการป้องกันตนเองให้ห่างไกลจากโรคร้าย จึงได้แตกไลน์ผลิตจากสินค้าเครื่องแต่งกายปกติ สู่สินค้าที่สามารถช่วยป้องกัน และยับยั้งแบคทีเรีย เช่น เจลแอลกอฮอล์ หน้ากากอนามัย สบู่ล้างมือ และอีกมากมาย รวมถึงผลิตสื่อเพื่อต่อยอดกิจกรรมการเว้นระยะห่างระหว่างสังคม (Social Distancing) เพื่อสุขอนามัย ห่างไกลโควิด-19 ดังสโลแกน “เราจะปลอดภัยจากโควิด-19 ไปด้วยกัน”



คนดี



ในฐานะผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฟชั่นและความงามชั้นนำ นอกจากการดำเนินงานในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนโดยมีหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ เป็นแนวทางในการมุ่งสู่เป้าหมายแล้ว การดำเนินพันธกิจด้านสังคมเป็นอีกส่วนหนึ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและไม่มองข้าม รวมถึงยังมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้บุคลากรภายในองค์กรมีจิตสำนึกของการเป็นผู้ให้ เป็นผู้ที่มีจิตอาสา ด้วยการเป็นกำลังสำคัญในการให้ความช่วยเหลือ และริเริ่มในการจัดกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และสาธารณประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ

สามารถสแกน QR Code
เพื่อชมภาพยนตร์
เกิดพระเกียรติชุดนี้ได้ที่นี่



หลักคิดสู่ความสำเร็จ

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

ยอดขายและกำไรเติบโตเกินเป้าหมาย



ปลูกฝัง “การให้” และส่งต่อเพื่อพัฒนาคนเก่ง

ในปี 2563 ภายใต้แนวคิดในเรื่อง “การให้” บริษัทฯ มุ่งเน้นส่งเสริมการตระหนักรู้ สร้างความสามัคคี และศรัทธาให้กับบุคลากรภายในองค์กรด้วยการเผยแพร่ปรัชญาของ ดร. เทียม โชควัฒนา ผู้ก่อตั้ง และการนำหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการของคุณบุญเกียรติ โชควัฒนา ประธานกรรมการ เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ วารสารสายใย บอร์ดประชาสัมพันธ์ ประกาศเสียงตามสาย ในรายการ Good Morning ICC รวมถึงช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊กเพจ ไลน์ และเว็บไซต์ www.mop.bkc.com ที่มีการอัปเดตเพื่อให้เห็นสมียอยู่เสมอ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นพัฒนา “พนักงานขาย” กำลังสำคัญในการสร้างกำไร โดยรักษาพนักงานขายที่เก่งให้อยู่กับองค์กรและพัฒนาให้เก่งมากขึ้น นอกจากนี้ยังสร้างให้คนเก่งกลายเป็นครูผู้สอนและพนักงานต้นแบบ เพื่อส่งต่อ และให้ความรู้แก่พนักงานขายรุ่นหลังให้เก่งตาม ส่งผลให้องค์กรเติบโตอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิดของการให้ความรู้ ผ่านโครงการอบรมที่จะสร้างความยั่งยืนให้องค์กรที่หลากหลาย

หลักคิด
และปรัชญาการทำงาน
โดย...คุณบุญเกียรติ โชควัฒนา

หลักคิดที่ **22**
จงคิดว่าคนที่ตำหนิเรา
คือคนที่หวังดีต่อเรา
จงนำเอาคำตำหนินั้น
มาใช้ให้เกิดประโยชน์
ต่อตัวเราในอนาคต

คนจำนวนมากชอบตำหนิผู้อื่น
ไม่ว่าจะทำด้วยความเคยชิน
หรือความหวังดี
แต่ผู้ได้รับคำตำหนิ
พึงคิดว่าวิเศษกว่า
สิ่งที่ใครตำหนิเรานั้น
เขากำลังด้วยความหวังดี
และใช้คำตำหนินั้น
ไม่ว่าจะคำหมิถูกต้อง
หรือคำหมิไม่ถูกต้อง
ให้เกิดประโยชน์
ต่อความคิด สติปัญญา
และการพัฒนาตนเอง
ต่อไปในอนาคต

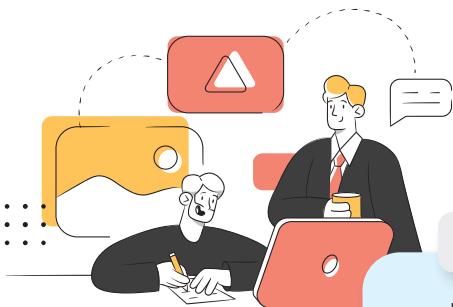
สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ แผนกต้อนรับส่วนกลาง
จัดคำกล่าว ส่วนงานประชาสัมพันธ์กลาง ฝ่ายสำนักงานบริษัท

SCAN HERE!

DR. BOONKIET CHOKWATANA

ประวัติ 5 สีทัศน์ ข้อคิด หนังสือ MOP - บทความ การบรรยาย - ข่าวสารและกิจกรรม บทสัมภาษณ์ ตาม ดร.บุญเกียรติ

ความสำเร็จ ต้องเริ่มจากการ
เป็นคนคิดเก่งคิดเป็นก่อน
(บุญเกียรติ โชควัฒนา)
PEOPLE WHO ARE
ESPECIALLY GOOD AT
SOMETHING, AND
BECOME SUCCESSFUL,
ALWAYS START FROM
BEING GOOD, AND
CAPABLE THINKERS.
(BOONKIET
CHOKWATANA)



สถิติการอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากร

	2561		2562		2563	
	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน
พนักงานประจำ	536	2,174	818	3,109	55	1,149
ผู้บริหารระดับต้น	162	379	60	242	59	292
ผู้บริหารระดับกลาง	82	328	44	157	63	140
ผู้บริหารระดับสูง	63	73	24	31	32	86

โครงการ ICC Enter “train” ment

จากนโยบายบริษัทฯ ที่ต้องการปลูกฝังความคิดบวกให้กับพนักงานทั่วประเทศ ในช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่วนงานพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท จึงได้พัฒนาช่องทางการสื่อสารกับพนักงานทั่วประเทศขึ้นมาใหม่ โดยจัดทำเฟซบุ๊กกลุ่มปิดในชื่อ “ดูแล้วรอย” ภายใต้คอนเซ็ปต์ Enter “train” ment เพื่อสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ กับพนักงานทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการอบรมแบบคลาสรูม

โครงการ ICC Enter “train” ment จึงได้ถูกจัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ปลูกฝังความคิดบวก และเพื่อเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่างๆ โดยพนักงานทั่วประเทศสามารถรับชมได้ผ่านทางสมาร์ทโฟนในทุกที่ ทุกเวลา



ปัจจุบันโครงการ ICC Enter “train” ment มีสมาชิกเข้าร่วมซึ่งเป็นพนักงานขาย จำนวนทั้งสิ้น 2,795 คน มีรายการออกอากาศภายใต้ช่อง “ดูแล้วรอย” ทั้งสิ้น จำนวน 41 ตอน โดยในปี 2564 เรามีเป้าหมายที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ ด้วยการสร้างรายการที่หลากหลายเพิ่มขึ้น รวมถึงพัฒนารูปแบบการจัดทำให้มีความทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด เศรษฐกิจ และสังคม

โครงการ Diamond Crown Awards

ริเริ่มขึ้นครั้งแรกในปี 2548 โดยส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท ได้คัดเลือกพนักงานนายผู้มีความสามารถร่วมโครงการ โดยมีแผนงานเพื่อกระตุ้น และติดตาม ให้พนักงานนายสามารถทำยอดขายให้เติบโตมากขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาหลักคิดวิธีการสร้างยอดขายและการบริการ โดยคุณสมบัติของพนักงานที่จะเข้าร่วมโครงการ จะต้องทำยอดขายได้ถึงเป้าหมายอย่างน้อย 6 เดือนในปีที่ผ่านมา และผู้ที่ได้รับรางวัลต้องสามารถทำยอดขายในปีที่ร่วมโครงการถึงเป้าหมายอย่างน้อย 9 ใน 12 เดือนขึ้นไป

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

ปี 2561

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 369 คน
ยอดขาย 1,207 ล้านบาท

2561

369
คน

1,207
ล้านบาท



ปี 2562

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 493 คน
ยอดขาย 3,000 ล้านบาท

2562

493
คน

3,000 ล้านบาท



ปี 2563

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 213 คน
ยอดขาย 508,273,987 ล้านบาท

2563

213
คน

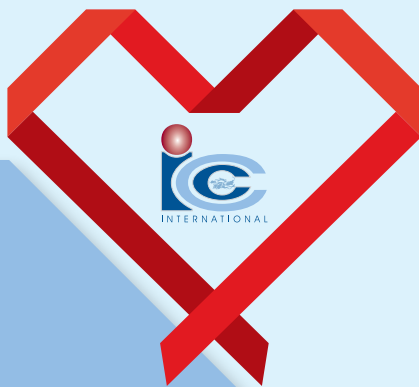
508,273,987
ล้านบาท



ทั้งนี้การจัดตั้งโครงการ Diamond Crown Awards นั้นมีส่วนช่วยกระตุ้น และสร้างแรงบันดาลใจให้มีพนักงานขายเก่งมากยิ่งขึ้น ซึ่งโครงการนั้นนอกจากจะเป็นการเพิ่มศักยภาพทั้งส่วนบุคคลแล้ว ยังสามารถทำให้องค์กรเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

หลากกิจกรรมการให้และส่งต่อ เพื่อพัฒนาคนดี

เพราะ “การให้” เป็นพื้นฐานความดีของมนุษย์และเป็นสิ่งที่จรรโลงสันติสุขให้แก่สังคมและประเทศชาติ บริษัทฯ จึงตระหนักในการเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรให้เป็นคนดี โดยเริ่มต้นจากปลูกจิตสำนึกของการเป็น “ผู้ให้” ที่รู้จักการเสียสละและแบ่งปัน โดยเริ่มจากส่งต่อการให้ภายในองค์กรสู่ภายนอกองค์กรต่อไป



เพราะ

“การให้”

เป็นพื้นฐานความดีของมนุษย์
สร้างจิตสำนึกของการเป็น

“ผู้ให้”

ที่รู้จักการเสียสละและแบ่งปัน
จากภายในองค์กรสู่ภายนอก



เพื่อสร้างคุณธรรมและจริยธรรมด้วย “การให้”



“ให้ชีวิต” ส่งเสริมการบริจาคโลหิต



ICC Click Like ส่งเสริมและชื่นชมคนดี
เชิดชูพนักงานที่กระทำความดี



“ให้ความรู้” เพื่อพัฒนาองค์กรก้าวทัน 4.0


**เพื่อสร้างคุณธรรมและ
จริยธรรมด้วย “การให้”**

จัดกิจกรรมตักบาตรในทุก
วันพระ และวันสำคัญตามวาระ เช่น
วันครบรอบการก่อตั้งบริษัท 1 มีนาคม
และวันสำคัญตามรัชสมัย การจัดพื้นที่
สำหรับประกอบพิธีทางศาสนา
(ละหมาด) และสิทธิ์ในการลางาน
สำหรับพนักงานเพื่อการปฏิบัติธรรม
ตามหลักศาสนาของตนได้ปีละ 5 วัน
รวมถึงยังส่งเสริมกิจกรรมศาสนกุศล
ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ


**“ให้ชีวิต” ส่งเสริมการบริจาค
โลหิต**

ส่งเสริมพนักงานให้รู้จัก “การให้”
แก่ผู้อื่น ด้วยกิจกรรมบริจาคโลหิตกับ
สภาภชาชาติไทย “1 คนให้ หลายคนรับ”
เป็นประจำปีละ 4 ครั้ง (ทุก ๆ 3 เดือน)
ซึ่งในปี 2563 มีพนักงานเข้าร่วม
ลงทะเบียนบริจาคโลหิต 398 คน มี
จำนวนผู้บริจาคโลหิตได้ 398 ยูนิิต
หรือ 159,200 ซีซี






จัดกิจกรรม
ตักบาตร
ทุกวันพระ




สิทธิ์ในการลา
งาน
เพื่อการปฏิบัติธรรม
ตามหลักศาสนา
ปีละ 5 วัน




บริจาคโลหิตกับ
สภาภชาชาติไทยเป็นประจำ
ปีละ 4 ครั้ง
เป็นจำนวน
398 ยูนิิต หรือ
159,200 ซีซี

ในปี 2563 มีผู้กระทำ
ความดี




เป็นจำนวน **23 คน**

ทำแบบสอบถาม
ผ่านระบบ




e-learning

S:UU Intranet
เพื่อสร้างความ
เข้าใจกับพนักงาน



ส่งบุคลากรไปอบรม
ภายนอกองค์กร



**นำความรู้กลับมา
ถ่ายทอดภายในองค์กร**

**ICC Click Like ส่งเสริมและ
ชื่นชมคนดี เชิดชูพนักงานที่กระทำ
ความดี**

เพราะทุกการกระทำทำความดี
ควรค่าแก่การยกย่องและชื่นชมเสมอ
บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นปลูกจิตสำนึกและ
สร้างค่านิยมให้พนักงานเห็นคุณค่าของ
การทำทำความดี และสร้างความภาคภูมิใจ
ด้วยการยกย่องเชิดชู เพื่อเป็นแบบอย่าง
ให้กับผู้อื่น จึงได้จัดให้มีกิจกรรม
“คนดีดี ICC Click Like” ขึ้นในปี 2558
และได้สานต่อจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในปี
2563 มีผู้กระทำทำความดี จำนวน 23
คน

**“ให้ความรู้” เพื่อพัฒนาองค์กร
ก้าวทัน 4.0**

บริษัทฯ เชื้อมน่นว่า “พนักงาน” คือ
หัวใจในการบริหารให้องค์กรประสบ
ความสำเร็จ ในปี 2563 บริษัทฯ จึงให้
ความสำคัญในการพัฒนาพนักงาน
อย่างต่อเนื่อง โดยได้กำหนดกิจกรรม
และโครงการที่เกี่ยวข้องกับการนำไปสู่
องค์กร Innovation อาทิ การส่งบุคลากร
ออกไปอบรมภายนอกองค์กร เพื่อนำ
ความรู้กลับมาถ่ายทอดภายในองค์กร
การเรียนและทำแบบสอบถามผ่าน
ระบบ e-learning เพื่อวัดผลการดำเนินงาน
ทดสอบความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ
องค์กรในพนักงานใหม่ นอกจากนี้
ยังเปิดให้พนักงานสามารถสืบหาข้อเท็จจริง
ขององค์กรจากระบบ Intranet เพื่อ
ให้พนักงานมีความเข้าใจร่วมกัน
ปลูกจิตสำนึก และจริยธรรมให้กับ
พนักงาน โดยเราเชื่อว่า สิ่งเหล่านี้จะ
ทำให้พนักงานมีความเป็นน้ำหนึ่งใจ
เดียวกัน และใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์
อย่างระมัดระวัง รวมถึงสามารถนำ
เทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้เป็นตัวช่วยหนึ่ง
ในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความสำเร็จ
ตามเป้าหมายได้

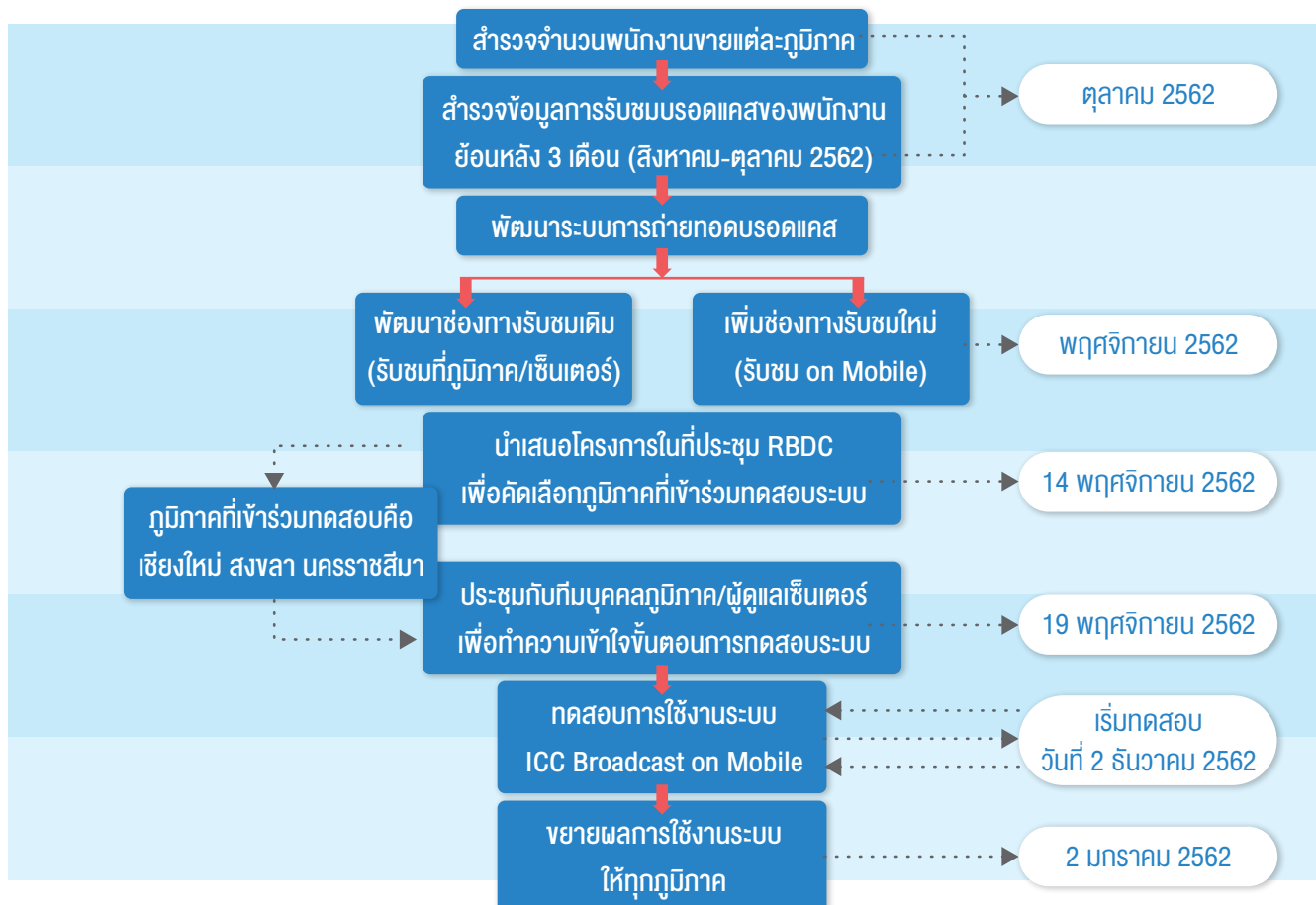
I.C.C. Broadcast on Mobile

ในยุค 4.0 ที่การสื่อสารดำเนินไปอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของกระบวนการสื่อสารภายในองค์กร โดยเฉพาะในกลุ่ม “พนักงานขาย” ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อน จึงได้จัดตั้ง “ระบบบรอดแคสต์” ขึ้น เพื่อให้ฝ่ายขายในบริษัทฯ (สำนักงานใหญ่) ใช้ในการสื่อสารและอบรมพนักงานขายที่ประจำอยู่ต่างจังหวัด ซึ่งที่ผ่านมา พบว่าประสบปัญหาในเรื่องของการสื่อสารและการเดินทาง โดยพนักงานขายส่วนใหญ่ จำเป็นต้องเดินทางเข้าไปยังภูมิภาค หรือเซ็นเตอร์ที่มีจุดรับสัญญาณเท่านั้น จึงจะสามารถรับรู้ข่าวสารจากทางบรอดแคสต์ได้

ส่วนงานทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท จึง

ได้ดำเนินการสำรวจจำนวนพนักงานขายแต่ละภูมิภาค และสำรวจจำนวนการรับชม และเริ่มพัฒนาระบบบรอดแคสต์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงปรับปรุงอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทอดให้มีความทันสมัย และเพิ่มช่องทางการรับชมผ่านสมาร์ตโฟนด้วยการนำเทคโนโลยี YouTube Streaming มาใช้ ควบคู่ไปกับติดตามผลของผู้เข้าชมผ่านทางระบบ ICC e-Learning

อนึ่ง โครงการ I.C.C. Broadcast on Mobile ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับ 1 ในการประกวดนวัตกรรมเครื่องมือพัฒนา Chairman Awards ประจำปี 2563 ประเภท Services & Personality (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 52)

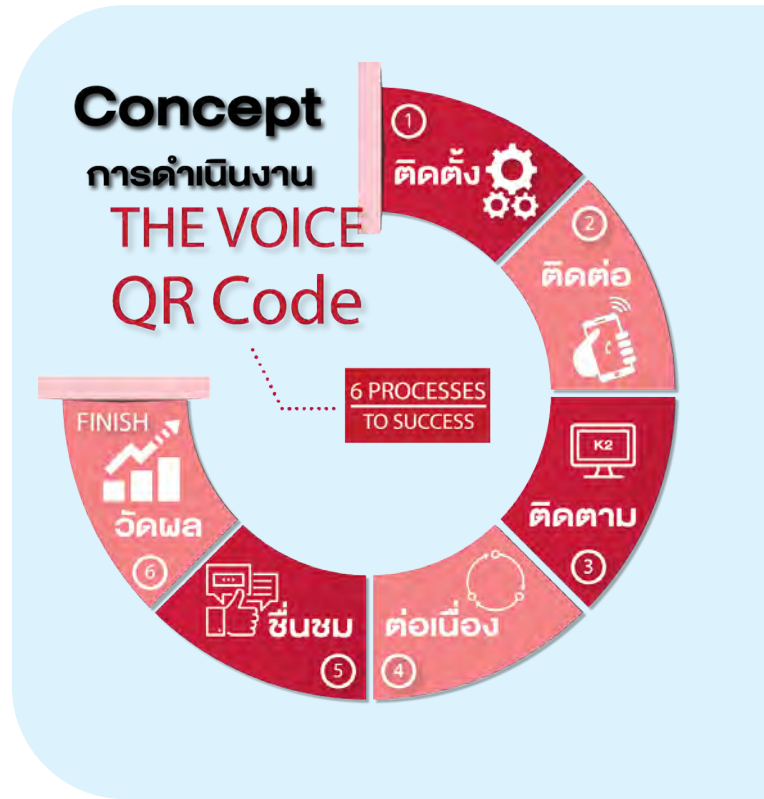


ในปี 2563 มีจำนวนพนักงานที่เข้ารับชมบรอดแคสต์เฉลี่ยจำนวน 1,778 คน มีสัดส่วนความพึงพอใจในการรับชม Broadcast on Mobile ทั้งสิ้น 100% (เก็บข้อมูลโดยให้พนักงานเข้าทำแบบประเมินความพึงพอใจในระบบ e-Learning และบันทึกข้อมูล) และในปี 2564 บริษัทฯ ตั้งเป้าให้มีจำนวนพนักงานขายเข้าชมบรอดแคสต์เพิ่มขึ้น และขยายผลไปใช้ในการถ่ายทอดสดการขายสินค้าออนไลน์ของฝ่ายขาย เพื่อสนับสนุนการสร้างยอดขายให้กับบริษัท

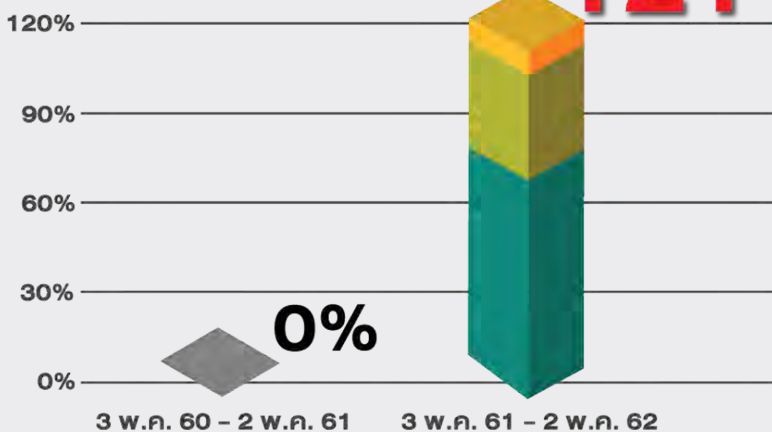
The Voice เพราะทุกเสียงความคิดเห็นมีความหมาย

ส่วนงานประชาสัมพันธ์กลาง ฝ่ายสำนักงานบริษัท เล็งเห็นความสำคัญของสิทธิเสรีภาพทางความคิดเห็นของพนักงาน จึงได้จัดตั้งโครงการ “The Voice เพราะทุกเสียงความคิดเห็นมีความหมาย” ขึ้น เพื่อเปิดช่องทางให้พนักงานภายในบริษัทฯ และพนักงานขายหน้าร้านสามารถแสดงความคิดเห็น แนะนำ ร้องเรียน หรือชมเชย ผ่านการสแกน QR Code โดยทุกข้อความจะไม่ถูกเปิดเผยต่อสาธารณะ เพื่อรักษาประโยชน์ให้แก่ผู้แจ้งและจะไม่ถูกเพิกเฉยหากข้อมูลเหล่านั้นเป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร เพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข และองค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน

หลังจัดตั้งโครงการ (3 พ.ค. 2561) จากเดิมที่เป็นกล่องรับความคิดเห็น มีผู้ส่งข้อเสนอแนะเข้ามาจาก 0 เรื่อง เป็น 120 เรื่อง คิดเป็น 121% จากความคาดหวัง ทั้งนี้ปัจจุบัน โครงการยังได้รับการตอบรับอย่างดีจากพนักงาน มีการส่งข้อเสนอแนะเข้ามาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการแก้ไขในส่วนของปัญหาที่แจ้งอีกด้วย



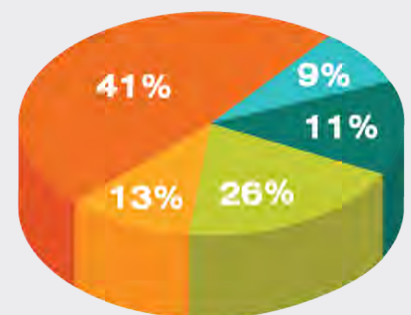
GROWTH 121%



■ ข้อเสนอแนะ ■ ร้องเรียน ■ คำชมเชย

*เริ่มใช้ครั้งแรก เมื่อวันที่ 3 พ.ค. 2561

*ความคิดเห็นแรก เข้ามา ณ วันที่ 7 พ.ค. 2561



■ ภาพรวมบริษัท
■ ระบบงาน
■ บุคคล
■ สถานที่
■ อื่นๆ

สินค้าดี



นอกจากการพัฒนาคน ซึ่งเป็นพลังขับเคลื่อนหลักขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดเรื่อง “การให้” บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า และ

บริหาร ตามนโยบายการทำกับดูแลกิจการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดมา อันจะนำมาซึ่งการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร



1

การทำกับ
ดูแลกิจการ



2

นโยบาย
ต่อต้าน
คอร์รัปชัน



3

การดำเนินธุรกิจ
ด้วยความ
เป็นธรรม



4

การเคารพสิทธิ
มนุษยชน



5

การปฏิบัติ
ต่อแรงงาน
อย่างเป็นธรรม



6

การรับผิดชอบต่อ
ผู้บริโภค



7

การพัฒนา
ชุมชน
และสังคม



8

การจัดการ
ทรัพยากร
สิ่งแวดล้อม
และพลังงาน



9

การวิจัยและ
พัฒนาเพื่อ
ความยั่งยืน

การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี และได้จัดทำ “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี” (The Good Corporate Governance Principles) อย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษร และเป็นข้อพึงปฏิบัติของกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานในการดำเนินธุรกิจ โดยมีความเชื่อมั่นว่าการมีระบบการบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ ตลอดจน

มีการถ่วงดุลอำนาจ และระบบการควบคุมภายในที่มีความเพียงพอและเหมาะสมควบคู่ไปกับการเคารพสิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างให้องค์กรมีภูมิคุ้มกันที่ดี และสร้างความเจริญเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืนในระยะยาว



“หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี”

1. จัดทำคู่มือนโยบายหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อเผยแพร่กับสาธารณชนผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท และแจกไปยังกรรมการ ผู้บริหาร และคู่ค้า
2. นำเสนอวิดิทัศน์หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่
3. อบรมพนักงานทุกคน พร้อมมีข้อกำหนดให้พนักงานทุกคนทำแบบทดสอบทบทวนข้อมูล ผ่านระบบ e-learning โดยแบ่งเป็น 3 หลักสูตร
 - หลักสูตรเกี่ยวกับหลักกำกับดูแลกิจการ โดยในปี 2563 มีพนักงานใหม่จำนวน 20 คน สามารถสอบครั้งแรก จำนวน 19 คน และครั้งที่ 2 (ซึ่งถือเป็นการสอบครั้งสุดท้าย) จำนวน 1 คน
 - หลักสูตรกฎหมายจรรยาบรรณเพื่อความปลอดภัย “ขับชื้ออย่างปลอดภัยใช้รถยนต์ที่ถูกต้อง” โดยมีพนักงานเข้าร่วมอบรม จำนวน 47 คน
 - หลักสูตรการจัดทำสื่อโฆษณาและทำฉลากสินค้าที่ถูกต้องตามหลักพระราชบัญญัติสำนักกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) โดยมีพนักงานทำแบบทดสอบ จำนวน 111 คน
4. เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของบริษัท www.icc.co.th คอลัมน์ Corporate Governance and Anti-Corruption Policies



นโยบายต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

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



รวมถึงกำหนดให้มีระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส ชัดเจนและเป็นธรรม มีข้อกำหนดในการเสนองานจัดซื้อจัดจ้าง และมีแนวทางการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสสำหรับคู่ค้าอย่างชัดเจน มีการจัดทำทะเบียนราคากลางของวัสดุ อุปกรณ์ การเปรียบเทียบราคาจัดซื้อ การประกวดราคาจัดจ้าง การก่อสร้าง หรือตกแต่งร้านทั้งในกรณีปกติและกรณีเร่งด่วน ซึ่งผู้บริหารและพนักงานมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามระบบที่วางไว้อย่างเคร่งครัด กรณีตรวจพบการไม่ปฏิบัติตามระบบโดยเจตนาทุจริต ถือเป็นความผิดร้ายแรงทางวินัยของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ส่วนงานจัดซื้อจัดจ้าง ยังได้จัดตั้งกิจกรรม “วันนักพัฒนา” ภายใต้งบมุ่งหมายเพื่อให้คู่ค้าหน้าใหม่ที่มีความสนใจร่วมลงทุน ได้เข้ามานำเสนอสินค้า ตอบรับ

เจตนาธรรมและปฏิบัติตามในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตามที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้

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

และเพื่อแสดงความตระหนักถึงปัญหาคอร์รัปชัน บริษัทฯ ร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ และปลูกฝังให้พนักงานภายในองค์กรตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้สร้างคาแรกเตอร์เพื่อเป็นตัวแทนของโครงการ และสร้างภาพเตือนใจแก่พนักงานในองค์กร ดังนี้



รวมพลัง 3 ป. ต่อต้านคอร์รัปชันในไอ.ซี.ซี.



ต่อต้านคอร์รัปชัน

ปลูกจิต



ปลูกฝังค่านิยม
ยกย่องคนดี
ซื่อสัตย์

ป้องกัน



สร้างวัฒนธรรม
ต่อต้านการทุจริต
ร่วมกับสอดส่อง
ป้องกันคอร์รัปชันในองค์กร

เปิดโปง



สนับสนุนให้พนักงาน
กล้าเปิดโปง
หรือแจ้งเบาะแส
การทุจริตคอร์รัปชัน

SCAN
QR Code
นโยบายต่อต้าน
การคอร์รัปชัน



SCAN ME

ICC ร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ



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

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

การดำเนินธุรกิจ ด้วยความเป็นธรรม

บริษัทฯ มุ่งเน้นในการประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม มีจรรยาบรรณ และตั้งมั่นที่จะแข่งขันทางการค้าตามหลักจริยธรรมในการประกอบการการค้ากฎหมายและหลักการแข่งขันทางการค้าอย่างเสมอภาคกัน รวมถึงปฏิเสธพฤติกรรมที่จะขัดขวางการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม เช่น การแสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของผู้แข่งทางการค้า การเรียก รับ และให้ผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่ถูกต้อง และไม่สุจริต

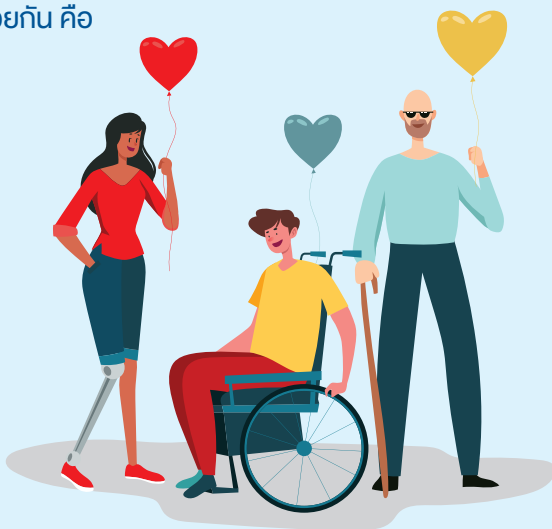


บริษัทฯ มีแนวปฏิบัติที่ไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่มีการลอกเลียนแบบ หรือนำทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาใช้ในธุรกิจโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยในปี 2559 บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประกวดนวัตกรรมโอ.ซี.ซี. เพื่อส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมให้องค์กร (รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้ที่หน้า 52) โดยสนับสนุนให้พนักงานส่งนวัตกรรมเข้าประกวดในเวทีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

การเคารพสิทธิมนุษยชน

จากแนวคิด “เพราะทุกคนคือเรา” บริษัทฯ จึงมีนโยบายให้ความสำคัญกับทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน มุ่งเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจในหลักสิทธิมนุษยชน ไม่จำกัดความเป็นอิสระ หรือความแตกต่างทางความคิด ความสมบูรณ์ของร่างกาย (ผู้พิการ) เพศ เชื้อชาติ ศาสนา การเมือง หรือเรื่องอื่นใด รวมถึงหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือแตกแยก และจัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้พนักงาน หรือผู้ที่เชื่อว่าสิทธิของตนถูกละเมิด หรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม สามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่ และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

ผู้พิการ เพื่อให้ผู้พิการได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร บริษัทฯ ได้จัดสถานที่ทำงานที่อำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติต่อผู้พิการอย่างเท่าเทียม โดยในปี 2563 บริษัทฯ ไม่เพียงแต่รับผู้พิการเข้ามาทำงานในองค์กรเท่านั้น ยังจัดตั้งโครงการเพื่อสนับสนุนความสามารถ และสร้างโอกาสให้กับผู้พิการ และผู้ประสบปัญหาวิกฤตชีวิตทั้งร่างกายและจิตใจ ให้มีกำลังใจกลับสู่สังคมได้อย่างมีคุณค่าและมีความสุข โดยตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้จัดสถานที่ทางเลือกให้กับผู้พิการ 2 ทางด้วยกัน คือ



1. เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีศรัทธาใจทำงาน เข้าทำงานกับ บริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้จัดอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น ทางลาด และห้องน้ำสำหรับผู้พิการ

2. สำหรับผู้ไม่ประสงค์ทำงาน บริษัทฯ ได้จัดทำสัมปทานสินค้าเพื่อให้ผู้พิการนำไปขายสร้างอาชีพ อย่างยั่งยืนต่อไป

ผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) เพื่อให้เป็นไปตามกรอบเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน UN SDGs ใน ข้อ 5 ว่าด้วยความเท่าเทียมทางเพศ และเพื่อให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ สามารถทำงานได้อย่างมีความสุข บริษัทฯ จึงส่งเสริมสิทธิมนุษยชนของผู้มีความหลากหลายทางเพศอย่างเท่าเทียม โดยไม่จำกัดเพียงเพศกำเนิด เพื่อให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศสามารถแสดงออกทางเพศสภาพได้อย่างมีอิสระ ส่งเสริมผู้มีศักยภาพให้ก้าวหน้า ยิ่งขึ้นในหน้าที่การงานโดยไม่ถูกเลือกปฏิบัติหรือกระทำการอย่างไม่เป็นธรรม รวมถึงแสดงความยกย่องชื่นชมเมื่อผู้นั้น ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่าง

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



การปฏิบัติต่อแรงงาน อย่างเป็นธรรม



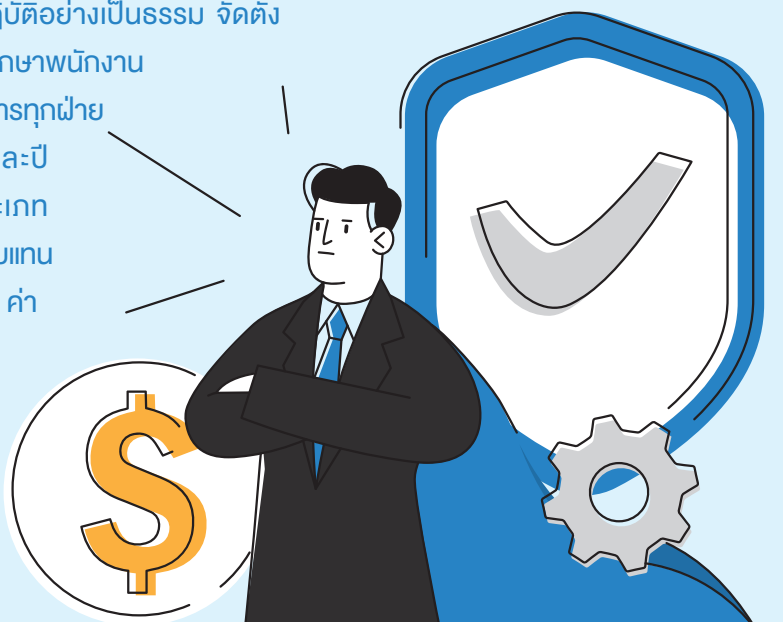
พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่า และเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของบริษัทฯ โดยกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติต่อพนักงาน ดังนี้

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

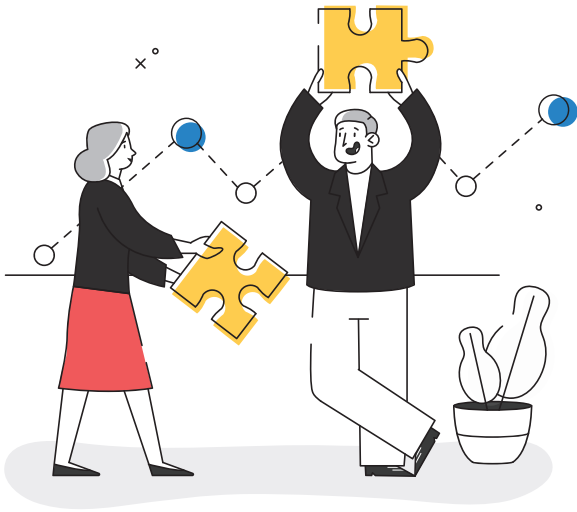
ส่งเสริมความภาคภูมิใจต่อองค์กรด้วยนโยบายค่าตอบแทน

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

(ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ รายงานประจำปี 2563 บริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน))



ส่งเสริมการทำงานของผู้สูงอายุ



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

ปี	ครบเกษียณ / (คน)	จำนวนคนเกษียณที่สมัครใจทำงานต่อ	
		จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
2561	37	18	48.65
2562	59	25	42.37
2563	33	10	30.30

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

ในแง่ของการผลิตสินค้า บริษัทฯ มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกช่วงวัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้สูงอายุ บริษัทฯ จึงได้เล็งเห็นโอกาสในการเข้าถึงเศรษฐกิจผู้สูงอายุ หรือ Silver Economy จัดตั้งแบรนด์ BSC Happy Age โดยมีผลิตภัณฑ์แรก คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร “Collagee 5 (คอลลาจีไฟว์)” ผลิตภัณฑ์ที่จะตอบโจทย์ 5 ปัญหาหลักของผู้สูงอายุ ได้แก่ กระดูก เส้นเอ็น ข้อต่อ สายตา ผิวพรรณ ผม และเล็บ

ในปี 2564 บริษัทฯ มีแผนที่จะออกสินค้าใหม่ที่จะตอบโจทย์กลุ่มผู้สูงอายุ ที่ต้องใช้ชีวิตอยู่ในสถานการณ์เกี่ยวกับไวรัสโคโรน่า และฝุ่นละออง PM 2.5 เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยเสริมภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย และระบบประสาทในผู้สูงอายุ รวมถึงดูแลระบบหัวใจ ระบบหลอดเลือด ระบบต่อมไร้ท่อ และระบบสืบพันธุ์



ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทฯ ตระหนักว่าความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญ อันนำมาสู่ความสำเร็จของบริษัทฯ อย่างยั่งยืน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจด้านการผลิต จำหน่ายสินค้า และบริการที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
2. ดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่น พัฒนาสินค้า และบริการ คิดค้นนวัตกรรมเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจโดยไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง
3. ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นธรรม และไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของลูกค้าย รักษาความลับทางการค้าของลูกค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
4. ไม่เรียกรับ หรือยินยอมที่จะรับทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดที่ไม่สุจริตจากลูกค้า ทั้งทางตรงและทางอ้อม
5. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้า ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามได้ ให้รับแจ้งลูกค้าล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
6. จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร “ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์” เพื่อให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม





ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์

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

จากสินค้าและการให้บริการทั้งขณะใช้สินค้าและหลังการขายอีกด้วย 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 เคาน์เตอร์จัดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ สามารถนำส่งทางไปรษณีย์ได้โดยไม่ติดแสตมป์

ธุรกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ทั้งใส่ใจและดูแลในการผลิต การจัดจำหน่าย รวมถึงบริการในทุกๆ ผลิตภัณฑ์ที่ มาอย่างยาวนาน

- ENFANT สูดยอแดแบรนด์เสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ที่พ่อแม่ให้ความเชื่อมั่นสูงสุด ทั้งในด้านคุณภาพ คุณค่าความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความสะดวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การันตีด้วยการรับรองมาตรฐานออแกนิกจากสถาบันชั้นนำในต่างประเทศ



ใส่ใจความปลอดภัยในทุกกระบวนการผลิตตั้งแต่เนื้อผ้าที่ใช้ โดยผลิตจากใยฝ้ายบริสุทธิ์ 100% ปราศจากสารเคมีและยาฆ่าแมลง ภายใต้สัญลักษณ์คุณภาพ Cotton USA ลายผ้าและสีย้อมด้วยสี Non AZO ที่ปลอดภัยจากสารก่อมะเร็ง ไม่หลุดลอกเมื่อเปียกชื้น และคิดค้นนวัตกรรม ENFANT COTTON PLUS+ เส้นใยพิเศษ ช่วยปกป้องอันตรายจากรังสี UV ที่ก่อให้เกิดอาการแพ้แดด ผื่นคัน และความไม่สบายตัว

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

- ARROW ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายชาย ได้รับการรับรองจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) โดยได้ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ซึ่งเป็นเครื่องหมายที่ให้การรับรองความเรียบของผ้าและตะเข็บ ซึ่งถือเป็นแบรนด์แรกที่ทำให้ลดการใช้พลังงานในการรีดผ้าด้วยไฟฟ้าจนได้รับฉลาก นอกจากนี้ยังพิเศษด้วยคุณสมบัติ CoolMode ระบายอากาศได้ดีแม้อยู่ในอุณหภูมิที่สูงกว่า 25 องศาเซลเซียส

การคัดเลือกบริษัทคู่ค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องในการคัดเลือกบริษัทคู่ค้า โดยคัดเฉพาะบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิตตลอดจนสินค้าถูกนำไปใช้ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าสินค้าภายใต้การดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์

การพัฒนาชุมชน และสังคม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อประเทศชาติ ชุมชน และสังคม ตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณีท้องถิ่น เพื่อสร้างรักษาไว้ซึ่งสังคมและส่วนรวมที่ดี โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้



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

ดังจะเห็นได้จากการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านสุขภาพ การศึกษา การอนุรักษ์พลังงานสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมอาชีพ และการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงาน คู่ค้า และลูกค้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกัน (รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และชุมชน หน้า 55)

การจัดการทรัพยากร สิ่งแวดล้อมและพลังงาน

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อผู้ริโภค ใ้ใจ และดูแลในทุกกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย และการให้บริการในทุกผลิตภัณฑ์มาอย่างยาวนาน รวมทั้งคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและพลังงาน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

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

ปี 2563 ไม่มี ข้อร้องเรียน
ด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชน
ใกล้เคียงบริษัทฯ



ปี 2563 ไม่มี กรณีละเมิด
กฎหมายและข้อกำหนด
ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ

การจัดการด้านพลังงาน โครงการ Solar Rooftop

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อม และการนำพลังงานทดแทนมาใช้ ดังนั้นในปี 2559 จึงได้จัดทำโครงการระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) ด้วยการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารที่ทำการบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ กรุงเทพฯ ด้วยรูปแบบหลังคาแมกซ์ซีค



ทดแทนการใช้ไฟฟ้าได้

112,595.10 kW

คิดเป็นเงิน

645,361.16 บาท

วันธรรมดา

ใช้ไฟฟ้าเฉลี่ย

800 kW

วันเสาร์-อาทิตย์

ใช้ไฟฟ้าเฉลี่ย

200 kW

พื้นที่ในการติดตั้ง

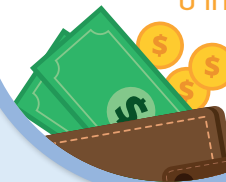
ประมาณ **1,230 m²**

ขนาด **315 W/แผง**

ประหยัด
ค่าไฟฟ้าเฉลี่ย

53,780.10

บาท/ เดือน



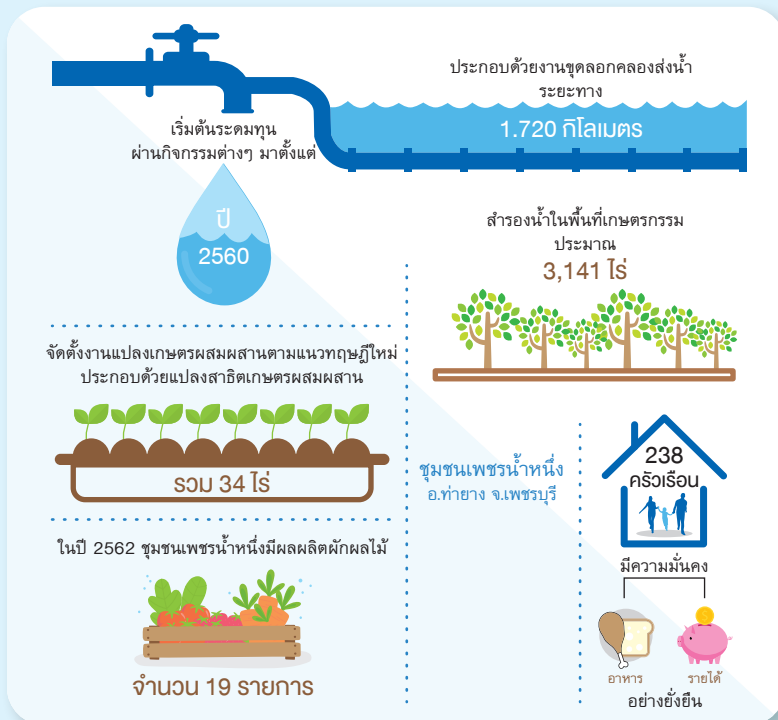
- ปัจจุบันบริษัทใช้ไฟฟ้าเฉลี่ย 800 กิโลวัตต์ ในวันธรรมดา และ 200 กิโลวัตต์ในวันเสาร์-อาทิตย์
- พื้นที่ในการติดตั้งประมาณ 1,230 ตารางเมตร สามารถติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ขนาด 315 วัตต์/แผง
- ในปี 2563 สามารถนำพลังงานแสงอาทิตย์มาผลิตไฟฟ้าเพื่อใช้งานในองค์กรซึ่งทดแทนการใช้ไฟฟ้าได้ 112,595.10 กิโลวัตต์ คิดเป็นเงิน 645,361.16 บาท และช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศ ส่งผลดีกับสิ่งแวดล้อม
- บริษัทฯ สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าเฉลี่ย 53,780.10 บาท/ เดือน

การจัดการน้ำ

สืบสานปณิธานร่วมสนับสนุนมูลนิธิอุทกพัฒน์ เพราะ “น้ำ” คือชีวิต

เพราะน้ำ คือชีวิต บริษัทฯ จึงร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำชุมชนตามแนวพระราชดำริฯ ของชุมชนสหกรณ์การเกษตรแบบรวมกลุ่มโครงการเพชรน้ำหนึ่ง จังหวัดเพชรบุรี จำกัด โดยมูลนิธิอุทกพัฒน์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ร่วมกับมูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนา และพนักงานในเครือสหพัฒน์ร่วมสนับสนุน โดยเริ่มต้นระดมทุนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ มาตั้งแต่ ปี 2560

ปัจจุบันชาวบ้านในโครงการเพชรน้ำหนึ่งมีน้ำที่เพียงพอในการผลิตพืชผล มีห้องเย็นสำหรับเก็บและบรรจุผลผลิตพร้อมจัดส่งขายถึงตลาดโดยไม่ต้องผ่านคนกลาง จนมีรายได้เลี้ยงตัวเองได้



“...เมื่อใดที่เราคิดถึงในหลวงรัชกาลที่ 9 เราจะแต่งตัวด้วยสีขาว ดำ ทอง เพื่อเราจะได้ระลึกถึงพระองค์ท่าน ในทุกครั้งที่เราแต่งตัวด้วยทั้งสามสีนี้...”

บุญเกียรติ โชควัฒนา วันที่ 22 ธันวาคม 2560



WBG (White, Black, Gold) เป็นคอลเลกชันพิเศษที่บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) จัดทำขึ้นเพื่อนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายสินค้า ร่วมสนับสนุนมูลนิธิอุทกพัฒน์ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อช่วยบริหารจัดการน้ำในชุมชนเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสืบสานพระราชปณิธานของ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร

การจัดการปัญหาขยะ กระดาษใช้ซ้ำ ผนวกกลับมาเป็นรายได้

- จัดตั้งพื้นที่สำหรับคัดแยกประเภทของกระดาษที่ใช้งานออกจากขยะประเภทอื่น ทำลายเอกสารสำคัญที่ใช้งานไม่ได้แล้วด้วยเครื่องย่อยกระดาษ และจัดจำหน่าย โดยในปี 2563 บริษัทฯ ได้รวบรวมกระดาษที่ใช้งานไม่ได้แล้ว ประกอบด้วย กลองกระดาษ เศษกระดาษที่ผ่านการย่อยสลาย กระดาษขาว-ดำ กระดาษหนังสือพิมพ์ รวม 4,488 กิโลกรัม จำหน่ายได้ราคา 7,970 บาท ซึ่งถือเป็นการใช้กระดาษอย่างมีคุณค่า ครอบคลุมการลดลดการใช้น้ำ และเข้าสู่กระบวนการย่อยสลายเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ตามระบบ
- ใช้กระดาษอย่างคุ้มค่าที่สุดด้วยการนำกระดาษที่ใช้แล้ว 1 หน้า มาหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycle) รวมถึงแปรรูปเป็นกระดาษโน้ต/สมุดโน้ตแทนการใช้โพสต์อิท (Reused)/ จัดตั้งศูนย์รับบริจาคปฏิทินใช้แล้ว (รายละเอียดเพิ่มเติม หน้า 59)
- นำช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนการใช้กระดาษ (Paperless) ในทุกส่วนงาน ส่งผลให้จำนวนการใช้กระดาษและยอดสั่งซื้อกระดาษสำหรับใช้ภายในบริษัทฯ ลดลงอย่างมีนัยยะ ทั้งนี้การนำช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนการใช้กระดาษ เป็นนวัตกรรมที่ได้รับรางวัลจากโครงการประกวด ICC INNOVATION ประจำปี 2560
- เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทฯ ได้มีการตรวจสอบสภาพการใช้งานตามวาระประจำปี และคัดอุปกรณ์ที่ใช้งานไม่ได้แล้ว เช่น คอมพิวเตอร์ ปริ้นเตอร์ จอโทรทัศน์ อุปกรณ์ส่งต่อเพื่อจัดจำหน่ายยังโรงงานที่มีกระบวนการรีไซเคิลขยะอิเล็กทรอนิกส์ โดยในปี 2563 มีจำนวน 104 กิโลกรัม จำหน่ายได้ราคา 5,790 บาท
- ในปี 2563 บริษัทฯ ได้เล็งเห็นปริมาณการใช้งานขยะพลาสติกที่เพิ่มขึ้นจากสถานการณ์โควิด-19 จึงได้จัดตั้งถังขยะสำหรับคัดแยกโดยเฉพาะ แบ่งออกเป็นถังขยะสำหรับโฟมและบรรจุภัณฑ์ ถังขยะเศษอาหาร และถังขยะสำหรับขวดพลาสติก โดยขยะประเภทต่างๆ จะถูกนำเข้าสู่กระบวนการย่อยสลายเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ตามระบบ ขณะที่ขวดพลาสติกบริษัทฯ ได้คัดแยกเพื่อจัดจำหน่ายรวม 422 กิโลกรัม เป็นเงิน 2,063 บาท

เป้าหมายการจัดการขยะในปี 2564

บริษัทฯ ได้จัดตั้งโครงการ SAVE THE WORLD เพื่อปลูกจิตสำนึกพนักงานให้ใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ผ่านการรณรงค์ต่าง ๆ เช่น ลดการใช้พลังงาน ลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง รวมถึงการคัดแยกขยะ ภายใต้แนวคิด 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) โดยมีเป้าหมายหลัก คือ การเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



การวิจัยและพัฒนา เพื่อความยั่งยืน

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

ในปี 2563 เพื่อสอดคล้องกับนโยบายการป้องกันโรคติดต่อในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในเรื่อง การงดกิจกรรมที่มีคนหมู่มาก และรักษาระยะห่าง (Social Distancing) บริษัทฯ ได้ดำเนินการส่งผู้ผ่านเข้ารอบในปี 2562 จำนวน 17 ผลงาน จาก 11 ฝ่าย เข้าประกวดนวัตกรรมหรือสหพัฒน์ Chairman Awards ประจำปี 2563 (ครั้งที่ 16) ซึ่งเป็นการจัดประกวดแบบออนไลน์ และได้รับรางวัล ดังนี้

- **ประเภท Sales & Marketing**
 - นวัตกรรม OUTSIDE IN MARKETING with 5 STEPS TO SUCCESS (อันดับ 1)
 - นวัตกรรม พี่มีอันนี้ TO BE NUMBER 1 (รางวัลชมเชย)
 - นวัตกรรม Easy Order, Easy Smile เลือกใช้ที่ใช่, เลือกสีที่ชอบ (รางวัลชมเชย)
- **ประเภท Services & Personality**
 - นวัตกรรม I.C.C. Broadcast on Mobile (อันดับ 1)
 - นวัตกรรม MEETING ROOM RESERVATION (รางวัลชมเชย)
- **ประเภท System & Process**
 - นวัตกรรม ICC Finger Scan (รางวัลชมเชย)
 - นวัตกรรม ระบบบริหารจัดการสินค้า Mass / ภูมิภาค นครสวรรค์ (รางวัลชมเชย)





สังคมดี

ในฐานะผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฟชั่นและความงามชั้นนำ นอกจากการดำเนินงานในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนโดยมีหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ เป็นแนวทางในการมุ่งสู่เป้าหมายแล้ว การดำเนินพันธกิจด้านสังคมเป็นส่วนหนึ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและไม่มองข้าม รวมถึงยังมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้บุคลากรภายในองค์กรมีจิตสำนึกของการเป็นผู้ให้ เป็นผู้มีจิตอาสา ด้วยการเป็นกำลังสำคัญในการให้ความช่วยเหลือ และริเริ่มในการจัดกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และสาธารณประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ

โครงการสานพลังประชารัฐ : สถานศึกษาต้นแบบทวิภาคีสานพลังประชารัฐ (Excellent Model School)



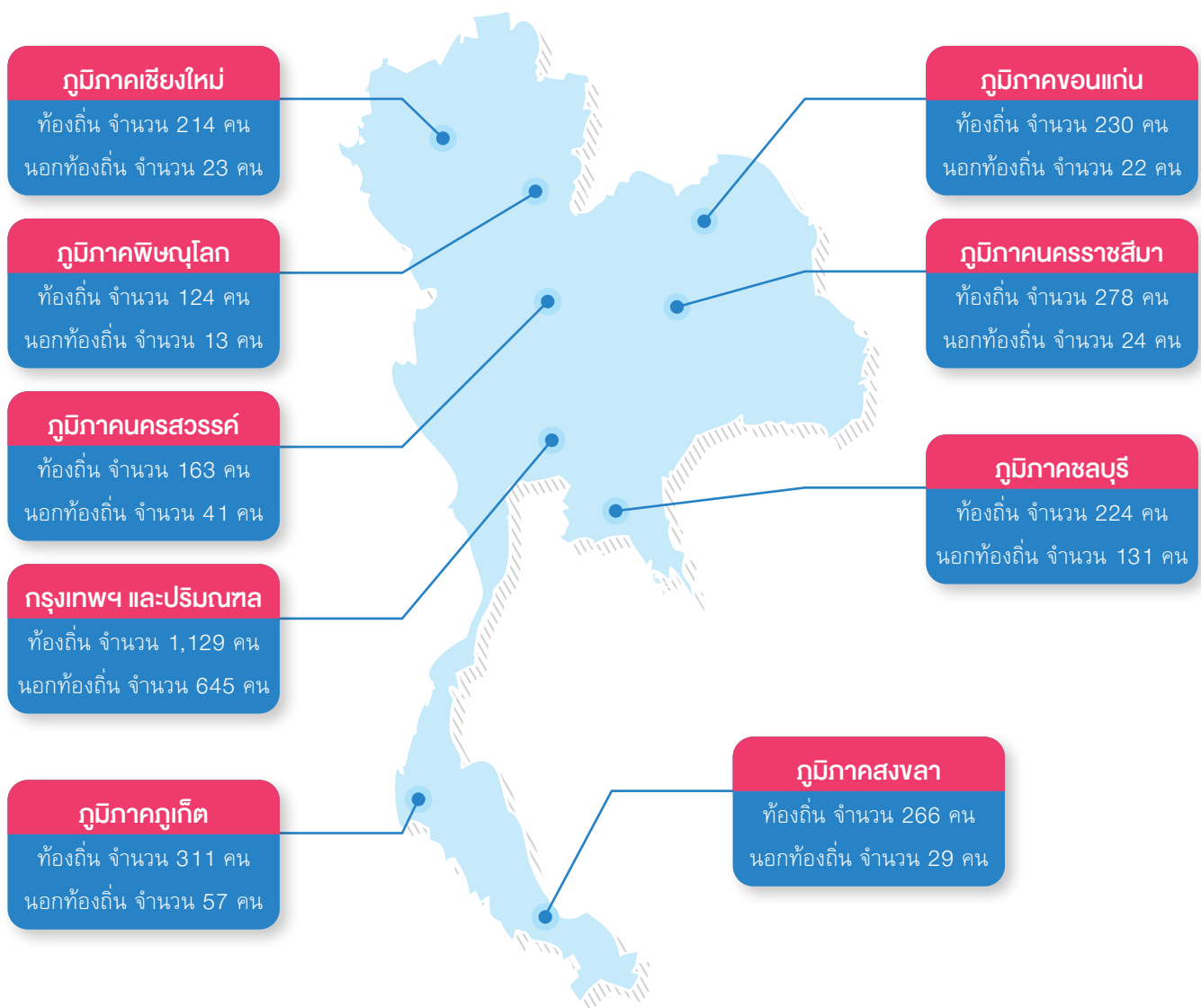
ตามที่รัฐบาลได้ประกาศนโยบายขับเคลื่อนประเทศด้วยยุทธศาสตร์ประชารัฐ ซึ่งเป็นการสานพลังความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมเพื่อร่วมแรงร่วมใจกันเปลี่ยนแปลงและพัฒนาประเทศให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน บริษัทฯ จึงได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในคณะทำงานโครงการ “สถานศึกษาต้นแบบทวิภาคีสานพลังประชารัฐ”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

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พิจารณาลงนามความร่วมมือกับวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีในการร่วมพัฒนาหลักสูตร และพัฒนาองค์ความรู้ของครูและบุคลากรในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการตลาด เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2559 โดยมีรูปแบบการเรียนรวม 2 ปี และในปี 2563 บริษัทฯ ได้เปิดรับนักศึกษาในรุ่นที่ 4 เพื่อเข้าศึกษาในหลักสูตรเต็ม จำนวนทั้งสิ้น 8 คน

การพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น

สร้างงาน สร้างอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงานในท้องถิ่น

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



รวมพนักงานขาย
ทั้งหมด
2,939 คน



เป็นพนักงานท้องถิ่น
ทั้งหมด
985 คน



คิดเป็น
ร้อยละ 33.51
ของพนักงานทั้งหมด



การพัฒนาคุณภาพชีวิตและชุมชน

เพื่อสานต่อแนวคิดในเรื่อง “การให้” ในทุกมิติ และในฐานะที่บริษัทฯ ประกอบธุรกิจครอบคลุมสินค้าทั้งแฟชั่นและความงามอย่างครบวงจรที่หลากหลาย เราจึงมุ่งมั่นส่งต่อการให้ไปยังกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรง เช่น ลูกค้า คู่ค้า ซัพพลายเออร์ พนักงาน และผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยอ้อม เช่น สังคม ภาครัฐ ภาคเอกชน ด้วยหลากหลายกิจกรรมเพื่อส่งต่อในเรื่องของการให้จากภายในองค์กรสู่ภายนอก

การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี



- โครงการจัดหาและสนับสนุนรถเข็นและอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการสำหรับเด็กและคนพิการ (RICD Wheelchair Project)

บริษัทฯ สนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งรถเข็น หรือ

อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้พิการที่ได้รับบริจาคจากองค์กรในประเทศและต่างประเทศให้กับสถาบันพัฒนาการเด็กราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุขโครงการในพระราชอุปถัมภ์ ในพระนามาภิไธยสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งดำเนินงานมาตั้งแต่ปี 2554 จนถึงปัจจุบัน

ในปี 2563 (มกราคม-ธันวาคม) ได้สนับสนุนเงินจำนวน 967,000 บาท เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการขนส่งและจ้างงานในท้องถิ่นเพื่อช่วยงานมูลนิธิฯ ในการตัดเย็บวัสดุสำหรับรถเข็น และได้ดำเนินการตามแผนงานมอบรถเข็น และอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการ จำนวนทั้งสิ้น 2,700 รายการ

- ศูนย์อาหาร ICC FAIR

เพื่อตอบแทนชุมชนโดยรอบบริษัทฯ เปิดโอกาสให้ร้านค้าในพื้นที่ใกล้เคียงสถานที่ตั้งบริษัทร่วมออกร้าน ณ ศูนย์อาหารไอ.ซี.ซี. แฟร์ ซึ่งจัดควบคู่ไปกับการจัดงาน

มหกรรมสินค้าลดราคาพิเศษประจำปี ไอ.ซี.ซี. แฟร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับพนักงานบริษัทฯ และลูกค้าที่เดินทางเข้ามาร่วมจับจ่ายใช้สอยให้ได้รับประทานอาหารที่มีรสชาติอร่อย สะอาด ถูกสุขลักษณะในราคาที่ย่อมเยา และเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารควหาหวานและร้านเครื่องดื่มที่อยู่บริเวณพื้นที่เขตยานนาวาและใกล้เคียงให้เป็นที่รู้จัก โดยในปี 2563 ศูนย์อาหารไอ.ซี.ซี. แฟร์ จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 ภายใต้สโลแกน “สะอาด สดใหม่ ถูกใจ ถูกปาก” โดยมีร้านค้าที่เข้าร่วมทั้งสิ้น 30 ร้านค้า

ปลูกฝังการรักษ์สิ่งแวดล้อม



• โครงการรณรงค์รักษ์สิ่งแวดล้อม รักซ์ ไอ.ซี.ซี.

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



• โครงการรักษ์โลกงดใช้ถุงพลาสติกกับ His & Her Shop

His & Her Shop ร่วมตระหนักถึงปัญหาขยะพลาสติก จัดแคมเปญรักษ์โลกงดใช้ถุงพลาสติกกับ His & Her Shop และ His & Her Plus Point เพียงซื้อสินค้าภายในร้านโดยไม่รับถุงพลาสติกรับคະແນเพิ่ม และรับคະແນพิเศษอีกต่อสำหรับสมาชิกที่นำกระเป๋าผ้ากลับมาซื้อที่ร้าน ได้ทั้งรักษาสีสิ่งแวดล้อมและเพิ่มคະແນ



• กิจกรรม “วันรักนกเงือก”

ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายคู่รัก HORNBILL ร่วมกับมูลนิธิศึกษาวิจัยนกเงือก คณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล จัดกิจกรรม “วันรักนกเงือก” ปีที่ 21 หนึ่งในกิจกรรมหลักที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา เพื่อหารายได้สนับสนุน “มูลนิธิศึกษาวิจัยนกเงือก” รวมถึงเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่การดำเนินงานเกี่ยวกับการอนุรักษ์นกเงือกของมูลนิธิวิจัยนกเงือก

ในปี 2563 ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายคู่รัก HORNBILL ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการจัดงาน รวมถึงการจัดโครงการประกวดออกแบบลวดลาย “เสื้อคู่รัก HORNBILL LOVER” และจัดจำหน่าย T-Shirt Limited Edition ลายนกชนหิน เพื่อนำรายได้สมทบทุนมูลนิธิวิจัยนกเงือก

ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และการศึกษา

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ระบาดอย่างแพร่กระจายในหลายจังหวัดและมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น บริษัทฯ ตระหนักถึงความไม่ประมาท และเพื่อไม่ให้เกิดการแพร่กระจายเชื้อใหม่ ในปี 2563 บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องชะลอความช่วยเหลือในหลายโครงการ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดแห่งการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 15) ในหัวข้อ “การงดจัดกิจกรรมที่มีการรวมกลุ่ม” โดยในปี 2564 หากสถานการณ์การแพร่ระบาดมีแนวโน้มที่จะยุติ บริษัทฯ จะทำการสนับสนุนในทุกโครงการที่เคยสนับสนุนเพื่อให้มีความต่อเนื่องสืบไป

โครงการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและการศึกษายกย่องการสนับสนุนของบริษัทฯ



- โครงการประกวดดนตรีไทย

ในทุกปีบริษัทฯ ได้สนับสนุนคณะดนตรีและการแสดง มหาวิทยาลัยบูรพา จัดงานประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียนภาคตะวันออก เพื่อชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นประจำทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจรรโลงศิลปวัฒนธรรม กระตุ้นให้มีการฝึกหัด และสืบสานดนตรีไทย ด้วยการส่งเสริมให้เกิดการประกวด

- โครงการนาฏดุริยางคศิลป์ไทยสู่เยาวชน พัฒนศิลป์สร้างคน สืบทอดวัฒนธรรมไทย

บริษัทฯ ได้มอบทุนสนับสนุน คณะศิลปะนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม เพื่อจัดโครงการ “นาฏดุริยางคศิลป์ไทยสู่เยาวชน พัฒนศิลป์สร้างคน สืบทอดวัฒนธรรมไทย” ต่อเนื่องในทุกปี โดยร่วมกับ 11 บริษัทในเครือสหพัฒน์ ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อปลูกฝังคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมด้านนาฏศิลป์และดุริยางคศิลป์ไทยให้กับเยาวชน เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เรียนรู้และปลูกจิตสำนึกรักศิลปวัฒนธรรมไทยในภาคฤดูร้อน โดยร่วมเรียนนาฏศิลป์และดุริยางคศิลป์กับผู้ทรงคุณวุฒิ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อให้มีความรู้และความสามารถ นำผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมโครงการฯ ไปฝึกฝน ต่อยอดการเรียนรู้ และเป็นความสามารถพิเศษในการศึกษาต่อ และประกอบอาชีพได้



ส่งเสริมการสร้างคุณค่า ให้กับตัวเอง

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการส่งมอบความสูงและความสวยงามให้กับพนักงานในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานขาย เราจึงจัดให้มีการอบรมด้านความงามเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพจากภายในสู่ภายนอก เพื่อให้พนักงานตระหนักรู้ถึงคุณค่าในความสวยตามแบบฉบับของตนเอง และเชื่อมโยงการให้ไปยังผู้บริโภค ผ่านกิจกรรมหลากหลาย สมดังคำขวัญของบริษัทฯ ที่ว่า

“เราสรรสร้างความสูงและความสวยงามเพื่อปวงชน”



- เครื่องสำอาง BSC COSMETOLOGY เป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความมั่นใจในการแต่งแต้มสีสันลงบนใบหน้า โดยเข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนหลักในการแต่งหน้าผู้เข้าประกวดนางงาม Miss Universe Thailand 2020 รวมถึงจัดกิจกรรมเวิร์คช็อปด้านการแต่งหน้า อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี



ARTY PROFESSIONAL BEAUTY WORKSHOP
THAI SUPER MODEL 2020

- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ARTY PROFESSIONAL by BSC จัดอบรมเทคนิคการแต่งหน้าให้กับผู้เข้าประกวด “ไทยซูเปอร์โมเดลคอนเทสต์ 2020” ในสไตล์ Natural Look โดยใช้สินค้าคอลเล็กชั่นพิเศษ ARTY PROFESSIONAL X SNOOPY พร้อมเรียนรู้เทคนิคการแต่งหน้าจากผู้เชี่ยวชาญด้านการแต่งหน้าโดยตรง เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าประกวด นอกจากนี้ยังร่วมเป็นผู้สนับสนุนหลักในการแต่งหน้าให้กับผู้ประกวดตลอดการประกวด



- BSC STREAMLINE เสริมสร้างความมั่นใจในรูปแบบให้กับสาวงาม บนเวที Miss Universe Thailand 2020 โดยทำงานร่วมกันกับกองประกวด เพื่อเตรียมชุดว่ายน้ำ ตามคอนเซ็ปต์ Real You Real Universe ซึ่งตรงกับคอนเซ็ปต์ UNIQUELY YOU by BSC STREAMLINE ที่ส่งเสริมให้ผู้หญิงทุกคนสามารถใส่ชุดว่ายน้ำได้อย่างมั่นใจไม่ว่าจะอายุ รูปร่าง และสีผิวแบบไหนก็สวยได้ในแบบฉบับของตัวเอง

แบ่งปันกิจกรรมเพื่อสาธารณกุศล



- ARROW ร่วมแบ่งปันหน้ากากผ้าต้านโควิด-19

ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ARROW ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแบ่งปันหน้ากากผ้า สู้ภัยโควิด-19 ภายใต้คอนเซ็ปต์ #เราจะปลอดภัยไปด้วยกัน ให้กับสภากาชาดไทย (The Thai Red Cross Society) เพื่อส่งต่อไปยังสำนักงานเหล่ากาชาดจังหวัดสุรินทร์ นอกจากนี้ยังลงพื้นที่ทำกิจกรรมเพื่อสังคม ร่วมแบ่งปันหน้ากากผ้า ให้กับสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ สถานคุ้มครองคนไร้ที่พึ่งหญิง-ชาย ธัญบุรี และมูลนิธิบ้านนกขมิ้น



- Infant ส่งต่อผ้าอ้อมสู่สถานสงเคราะห์เด็กอ่อน
ผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก อองฟองต์ (Enfant) ชูปดิธาน “ทำประโยชน์แก่สังคม” ส่งมอบผ้าอ้อมสำเร็จรูปแก่สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนรังสิต มอบผลิตภัณฑ์มูลค่า 124,250 บาท สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนปากเกร็ด มอบผลิตภัณฑ์มูลค่า 243,180 บาท และสถานสงเคราะห์เด็กอ่อนพญาไท รับมอบผลิตภัณฑ์มูลค่า 147,800 บาท รวมมูลค่าการส่งมอบผ้าอ้อมอองฟองต์ในภารกิจครั้งนี้ ทั้งสิ้น 515,230 บาท



- โครงการรับบริจาคปฏิบัติตั้งโต๊ะเพื่อคนตาบอด

ฝ่ายสำนักงานบริษัท ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการรับบริจาคปฏิบัติใช้แล้วจากพนักงานภายในบริษัทฯ และบริษัทในเครือ เพื่อนำไปบริจาคให้กับหน่วยงานที่ต้องการ ซึ่งในปี 2563 ได้นำปฏิบัติเก่าไปส่งมอบให้กับศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อคนตาบอดแห่งประเทศไทย จังหวัดนนทบุรี ภายใต้มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชินูปถัมภ์ โดยปฏิบัติเหล่านี้จะนำกลับมาใช้ใหม่ให้คนตาบอดได้มีสมุดสำหรับจดบันทึก และอีกส่วนหนึ่งจะถูกจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับศูนย์ในการจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็น เพื่อบำรุงรักษาสาธารณูปโภคอื่นๆ ต่อไป

∴ การสรุปผลการดำเนินงาน ∴

บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญต่อแนวทางการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ด้วยแนวคิดการสร้าง “คนดี สินค้าดี สังคมดี” มาโดยตลอด ดังนั้น แม้ว่าในปี 2563 ภาคธุรกิจต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองสถานการณ์วิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจของโลก อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส โควิด-19 บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาความยั่งยืนให้แก่องค์กรต่อไป ด้วยการสร้างคนดีในองค์กร สร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้าและบริการที่ดี และเอื้อประโยชน์แก่สังคมอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการปรับวิธีการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของโลก แต่ยังคงอยู่ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อให้บริษัทฯ คงความแข็งแกร่งและพัฒนาต่อไปอย่างยั่งยืน



เศรษฐกิจ + สังคม + สิ่งแวดล้อม

ก้าวอย่างมั่นคงสู่อนาคต

ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจำหน่ายที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการตลาดที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



คนดี

เสริมสร้างคนดี
พัฒนาคนเก่ง
สานต่อ “การให้”
ในทุกมิติ



สินค้าดี

ส่งเสริมการสร้าง
นวัตกรรมสินค้า
และบริการ
ตอบสนองความ
ต้องการของลูกค้า
ทั้งด้านผลิตภัณฑ์
และช่องทาง
การจัดจำหน่าย



สังคมดี

จัดให้มีกิจกรรม
ที่ส่งเสริมจริยธรรม
และคุณธรรมในองค์กร
สร้างสรรค์นวัตกรรม
กิจกรรมทางการตลาด
ที่เอื้อประโยชน์
ต่อสังคม

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กำหนดกลุ่มและวิธีปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างชัดเจน
กำหนดช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ไม่ปรากฏข้อร้องเรียน

ดัชนีชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนระดับสากล

G4 Disclosure	GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	Page Number		Comment
					SR	AR	
G4-1	GRI 102	General Disclosures	102-14	Statement from senior decision-maker	4-5	1	
G4-2	GRI 102	General Disclosures	102-15	Key impacts, risks, and opportunities	4-5	57-59-84	
G4-3	GRI 102	General Disclosures	102-1	Name of the organization	Front/Back Cover	36-37	
G4-4	GRI 102	General Disclosures	102-2	Activities, brands, products, and services	6-7	26-34, 50-56	
G4-5	GRI 102	General Disclosures	102-3	Location of headquarters	Back Cover	43, Back Cover	
G4-6	GRI 102	General Disclosures	102-4	Location of operations	18, Back Cover	43, Back Cover	
G4-7	GRI 102	General Disclosures	102-5	Ownership and legal form	6,7	8-21	
G4-8	GRI 102	General Disclosures	102-6	Markets served	6,7	38-42	
G4-9	GRI 102	General Disclosures	102-7	Scale of the organization	13	60	
G4-10	GRI 102	General Disclosures	102-8	Information on employees and other workers	4,14,2,43,54	85-117	
G4-11	GRI 102	General Disclosures	102-41	Collective bargaining agreements			
G4-12	GRI 102	General Disclosures	102-9	Supply chain	38-39	38-42	
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	38-40	
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		133-212	
G4-18	GRI 102	General Disclosures	102-46	Defining report content and topic Boundaries	21	38	
G4-19	GRI 102	General Disclosures	102-47	List of material topics			
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	85-117	
G4-25	GRI 102	General Disclosures	102-42	Identifying and selecting stakeholders	14-15	85-117	
G4-26	GRI 102	General Disclosures	102-43	Approach to stakeholder engagement	15	85-117	
G4-27	GRI 102	General Disclosures	102-44	Key topics and concerns raised	16-17		
G4-28	GRI 102	General Disclosures	102-50	Reporting period	21		
G4-29	GRI 102	General Disclosures	102-51	Date of most recent report	21		
G4-30	GRI 102	General Disclosures	102-52	Reporting cycle	21		
G4-31	GRI 102	General Disclosures	102-53	Contact point for questions regarding the report	21	99	
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	13	60	
G4-35	GRI 102	General Disclosures	102-19	Delegating authority		108-117	
G4-36	GRI 102	General Disclosures	102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	48,49,50,51	95-100	
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		120	
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		118	
G4-41	GRI 102	General Disclosures	102-25	Conflicts of interest		126-131	
G4-42	GRI 102	General Disclosures	102-26	Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy		120	
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		50-56	
G4-46	GRI 102	General Disclosures	102-30	Effectiveness of risk management processes		122	
G4-47	GRI 102	General Disclosures	102-31	Review of economic, environmental, and social topics		124-131	
G4-48	GRI 102	General Disclosures	102-32	Highest governance body's role in sustainability reporting	4-5	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	113,119	
G4-52	GRI 102	General Disclosures	102-36	Process for determining remuneration		113,119	
G4-53	GRI 102	General Disclosures	102-37	Stakeholders' involvement in remuneration			
G4-54	GRI 102	General Disclosures	102-38	Annual total compensation ratio		65	

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	
G4-55	GRI 102	General Disclosures	102-39	Percentage increase in annual total compensation ratio			
G4-56	GRI 102	General Disclosures	102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	12		
G4-57	GRI 102	General Disclosures	102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics			
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	40-54	50-59	
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	95	
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	54		
G4-EN1	GRI 301	Materials	301-1	Materials used by weight or volume			
G4-EN2	GRI 301	Materials	301-2	Recycled input materials used			
G4-EN3	GRI 302	Energy	302-1	Energy consumption within the organization	49		
G4-EN4	GRI 302	Energy	302-2	Energy consumption outside of the organization			
G4-EN5	GRI 302	Energy	302-3	Energy intensity	49,51		
G4-EN6	GRI 302	Energy	302-4	Reduction of energy consumption	49,51		
G4-EN7	GRI 302	Energy	302-5	Reductions in energy requirements of products and services			
G4-EN8	-	-	-	-	-		
G4-EN9	-	-	-	-	-		
G4-EN10	-	-	-	-	-		
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-1	Interactions with water as a shared resource	Company's working instruction		
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-2	Management of water discharge-related impacts	Company's working 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-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		
G4-EN28	GRI 301	Materials	301-3	Reclaimed products and their packaging materials			
G4-EN29	GRI 307	Environmental Compliance	307-1	Non-compliance with environmental laws and regulations			

G4 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-EN30	NA	NA	NA	NA	NA		
G4-EN31	Several	Several	NA	NA	NA		
G4-EN32	GRI 308	Supplier Environmental Assessment	308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	46		
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	45		
G4-LA1	GRI 401	Employment	401-1	New employee hires and employee turnover [This Standard includes a Standard Interpretation on how to calculate the rates of new employee hires and employee turnover.]			
G4-LA2	GRI 401	Employment	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	42	99	
G4-LA3	GRI 401	Employment	401-3	Parental leave			
G4-LA4	GRI 402	Labor/Management Relations	402-1	Minimum notice periods regarding operational changes			
G4-LA5	-	-	-	-	-		
G4-LA6	-	-	-	-	-		
G4-LA7	-	-	-	-	-		
G4-LA8	-	-	-	-	-		
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-1	Occupational health and safety management system			
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		95	
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		95	
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-9	Work-related injuries		95	
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-10	Work-related ill health			
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	29-31	92-96,105-107	
G4-LA11	GRI 404	Training and Education	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	29		
G4-LA12	GRI 405	Diversity and Equal Opportunity	405-1	Diversity of governance bodies and employees			
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		92-96,105-107	
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			
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	92-96,105-107	

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	92-96, 105-107	
G4-SO5	GRI 205	Anti-corruption	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken			
G4-SO6	GRI 415	Public Policy	415-1	Political contributions			
G4-SO7	GRI 206	Anti-competitive Behavior	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices			
G4-SO8	GRI 419	Socioeconomic Compliance	419-1	Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area			
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	46		
G4-PR2	GRI 416	Customer Health and Safety	416-2	Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services			
G4-PR3	GRI 417	Marketing and Labeling	417-1	Requirements for product and service information and labeling			
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			
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	419-1	Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area			

ARROW
USA • 1851



ARROW
EXCELLENCY



ARROW
GETAWAY



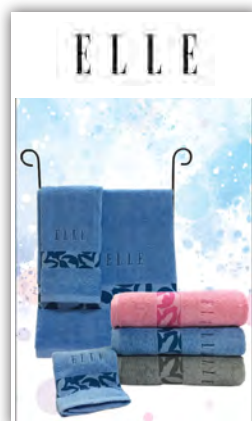
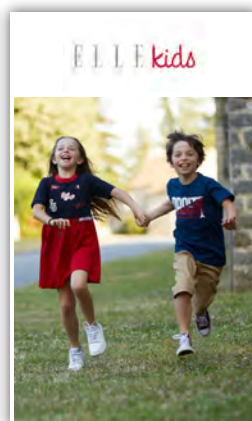
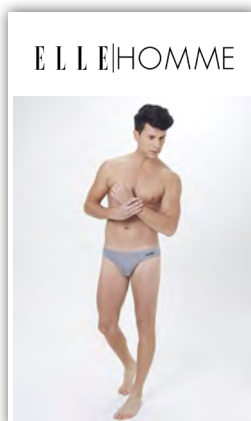
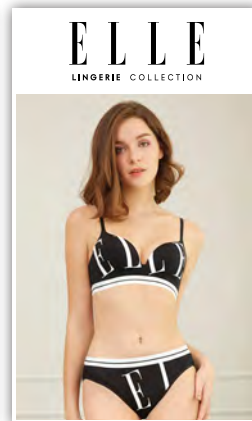
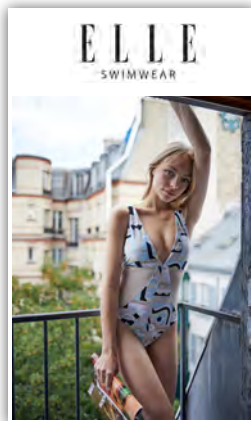
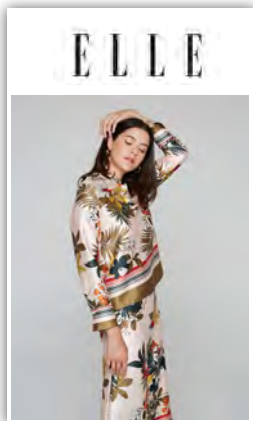
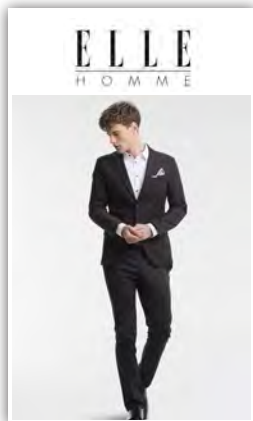
ARROW
USA • 1851



ARROW
USA • 1851



ELLE



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

