



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

รายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน 2564

คนดี • สินค้าดี • สังคมดี



ANNIVERSARY



เราสรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เรามุ่งมั่น  
บริหารจัดการสินค้าและทรัพยากรบุคคล อันเกี่ยวข้องกับ  
ประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้นโยบาย  
ความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน  
3 ประการ ได้แก่

## คนดี สินค้าดี สังคมดี



# สารบัญ



สารจากประธานกรรมการบริหาร

4

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

6

ภาพรวมธุรกิจ

12

## บริษัทฯ กับความยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาด้านความยั่งยืน

18

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

20

ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

24

การวิจัยและพัฒนาอย่างยั่งยืน

26

## แนวทางการพัฒนาด้านความยั่งยืนใน มิติเศรษฐกิจ

การกำกับดูแลกิจการ

30

การบริหารด้านความเสี่ยง

31

บริษัทฯ กับการรับมือในสถานการณ์โควิด-19

34

การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

38

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

39

นโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

42

การบริการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

44

ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี และการรักษาความเป็นส่วนตัวของ  
ข้อมูล

46

## แนวทางการพัฒนาด้านความยั่งยืนใน มิติสังคม

ชีวอนามัยและความปลอดภัย	50
การบริหารทรัพยากรและส่งเสริมพัฒนาทักษะบุคลากร	52
แนวทางการปฏิบัติต่อแรงงาน	56
การพัฒนาคู่ค้าท้องถิ่น	59
การเคารพสิทธิมนุษยชน	60
การพัฒนาชุมชนและสังคม	62
การพัฒนาด้านการศึกษา	64
การดูแลและแบ่งปันให้กับสังคม	65

## แนวทางการพัฒนาด้านความยั่งยืนใน มิติสิ่งแวดล้อม

นโยบายและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	67
ธุรกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	69
การจัดการด้านพลังงาน	70
การจัดการน้ำ	71
การจัดการปัญหาขยะและของเสีย	72
การจัดการด้านภูมิอากาศ และปัญหาก๊าซเรือนกระจก	73

## ภาคผนวก

สรุปผลการดำเนินงาน	74
ดัชนีชี้วัดตามกรอบมาตรฐาน GRI	75

# สารจากผู้บริหาร

พัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน  
ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้าและการบริการ  
รวมถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



กว่า 57 ปีของการดำเนินธุรกิจ บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาโดยตลอด และยังคงยึดมั่นในการสร้างคนดี สินค้าดี สังคมดี เพื่อนำพาธุรกิจสู่อนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ปี 2564 ท้าโลกยังประสบกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่เป็นผลจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รวมถึงประเทศไทยของเราด้วย ภาคธุรกิจต่างก็ประสบปัญหาหันหน้า บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ก็ประสบปัญหาเช่นกัน แต่ด้วยความร่วมมือและความ เป็นนักสู้ของผู้บริหารและพนักงาน พร้อมใจกันปรับปรุงพัฒนา วิธีคิด วิธีการทำงานอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ทำให้เราสามารถก้าวผ่านอุปสรรคต่างๆ มาถึงปัจจุบันได้อย่างดี แม้ว่าธุรกิจจะไม่สามารถเติบโตเต็มที่ตามพันธกิจที่กำหนด แต่เราก็กังคงสามารถยืนหยัดได้อย่างดีท่ามกลางภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่ผันผวนอย่างรุนแรง

บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ยังคงเชื่อมั่นว่า เราจะยืนหยัดและพัฒนาองค์กรได้อย่างยั่งยืนเพราะองค์กรของเราประกอบด้วยคนดี ที่มุ่งมั่นสร้างสินค้าและบริการที่ดี และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงสังคม สิ่งแวดล้อมและประเทศชาติ ควบคู่ไปกับการมุ่งเป้าหมายทางธุรกิจ ดังนั้น **“คนดี สินค้าดี สังคมดี”** จึงเป็นนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรอย่างต่อเนื่องและตลอดไป

นายธรรมรัตน์ โชควัฒนา  
ประธานกรรมการบริหาร



## คนดี

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



## สินค้าดี

การพัฒนาสินค้าและบริการ ยึดหลักการให้โดยมุ่งเน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า โดยคำนึงถึง Customer Journey เป็นหลัก เพื่อให้ลูกค้ามีความสุขในการใช้ผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ดังนั้น สินค้าทุกชิ้นจะอยู่ภายใต้การควบคุมคุณภาพตามมาตรฐานของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึงบริการหลังการขาย หากลูกค้าไม่ได้รับความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ จะเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบ และลูกค้าจะได้รับการดูแลอย่างดีที่สุดจากศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทฯ ต่อไป



## สังคมดี

การสนับสนุนให้บุคลากรมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมในทุกมิติ ยังคงเป็นแนวทางปฏิบัติของบริษัทฯ มาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะใส่ใจผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแบบบูรณาการทั้งกระบวนการ จากต้นน้ำ กลางน้ำ สู่ปลายน้ำ นอกจากนี้ยังสนับสนุนกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์และสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่น ส่งเสริมการให้ชีวิต ด้วยกิจกรรมบริจาคโลหิตให้แก่สภากาชาดไทย 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 “แอริโรว์” จากประเทศสหรัฐอเมริกา

2521

ได้รับอนุมัติจากกระทรวงการคลังให้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2525

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฟชั่นสตรี “อิโตคิน”

2527

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษ “กีลาโรซ” จากประเทศฝรั่งเศส

2531

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษและสตรี “ลาคอส” จากประเทศฝรั่งเศส

2534

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในกีฬาระดับโลก “มิซูโน”

2537

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

2539

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

2540

รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุภาพบุรุษและสตรี “DAKS” จากประเทศอังกฤษ



ริเริ่มกรรมส่งออกสินค้าในเครือสหพัฒน์ “สหกรุปเอ็กซ์พอร์ต’98”  
หรือ “สหกรุปแฟร์” ในปัจจุบัน

2541

ริเริ่มธุรกิจสินค้า BSC (BEST SELECTED COLLECTION)

2542

จัดตั้ง His & Her Shop แห่งแรก ณ ศูนย์การค้าบี๊กเจียง จ. นongคาย

2545

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

2546

จัดตั้งอาคารสำนักงานใหม่ด้วยโครงสร้างอาคารแฝดสูง 6 ชั้น ในบริเวณใกล้เคียงอาคารเดิม  
และยังคงใช้จนถึงปัจจุบัน และริเริ่มโครงการประกวดนวัตกรรมเครือสหพัฒน์ CHIRMAN  
AWARDS

2547

จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม S Channel

2551

ขยายช่องทางการขายไปยังช่องทางออนไลน์ eThailandBEST.com และจัดตั้งโครงการ  
นวัตกรรม ICC INNOVATION AWARDS

2559

ก่อตั้งศูนย์จัดจำหน่ายเครื่องสำอางภายใต้คอนเซ็ปต์ สถานีแห่งความงาม Beauty Station

2561

เซ็นสัญญาความร่วมมือกับ ADK Emotion Inc. รับสิทธิ์ดูแลลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์ Kumamon  
ในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ

2562

พ.ศ. 2564 ขยายช่องทางการขายโดยได้เปิดร้านค้าออนไลน์ ภายใต้ชื่อ iccshopping.com  
โดยรวบรวมโปรโมชั่นเด็ดจากสินค้าแบรนด์ดังในเครือสหพัฒน์ไว้อย่างครบครัน  
ให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบายตลอด 24 ชั่วโมง

2564



บริษัทโอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เต็มเต็มไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยอย่างครบครัน  
ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพระดับสากล ได้แก่

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

# วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม

ในฐานะผู้นำด้านการดำเนินธุรกิจ คณะกรรมการและผู้บริหารได้ดำเนินงานตามแบบแผนวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับการแข่งขันของตลาด และมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน

ในปี 2562-2564 คณะกรรมการและผู้บริหารได้ร่วมพิจารณาทบทวน กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และกลยุทธ์ เพื่อเป็นแผนงานในการดำเนินธุรกิจในระยะเวลา 3 ปี โดยเริ่มในปี 2562-2564 ซึ่งมีบริษัทฯ ได้ดำเนินการแล้วเสร็จในบางส่วน และบางหัวข้อ บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะดำเนินงานต่อ ดังนั้น คณะกรรมการและผู้บริหาร จึงได้ร่วมพิจารณาทบทวน กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และกลยุทธ์ขึ้นใหม่ เพื่อเป็นแผนงานในการดำเนินธุรกิจในระยะเวลา 3 ปี โดยเริ่มในปี 2565-2567

## ปี 2562-2564

### วิสัยทัศน์ :

มุ่งมั่นเป็นบริษัทชั้นนำในของคนไทยที่ดำเนินธุรกิจสู่ระดับสากล มุ่งสร้างนวัตกรรม และพัฒนาบริษัทฯ โดยยึดหลักคุณธรรมและจริยธรรมสู่อนาคตที่ยั่งยืน

### พันธกิจ :

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

## ปี 2565-2567

### วิสัยทัศน์ :

มุ่งสู่การเป็นบริษัทของคนไทย ที่มีการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี ส่งมอบประสบการณ์ความสุข ความสวยงาม และความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

### พันธกิจ :

- 1 พัฒนาโครงสร้างการดำเนินธุรกิจในทุกมิติ (New Model) ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง (Changes) ของตลาดและผู้บริโภค
- 2 พัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการ สร้างสรรค์ความสุขและความสวยงามเพื่อลูกค้า
- 3 พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายและทันสมัย ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม
- 4 เพิ่มขีดความสามารถ และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านทัศนคติ วิธีคิด และวิธีการทำงาน ควบคู่กับการมีคุณธรรมและจริยธรรม
- 5 พัฒนาองค์กรภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม และนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้การพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง

# ค่านิยมองค์กร



**C**ustomer Focus

ให้ความสำคัญต่อความต้องการ  
และความพึงพอใจของลูกค้า



**H**onesty

ยึดถือความซื่อสัตย์ โปร่งใส  
ในการดำเนินงาน



**A**daptability

ปรับเปลี่ยนและพัฒนาเร็ว  
ทันเหตุการณ์



**N**ew Creation

มุ่งมั่นสร้างสรรค์ นวัตกรรมสินค้า  
การตลาด และการบริการ



**G**oal

ร่วมใจมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน



**E**fficiency

มุ่งเน้นประสิทธิภาพของงาน  
เป็นสำคัญ



**S**peed

เน้นความรวดเร็วในการสร้าง  
ประสิทธิผลของงาน





# กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

1



**กลยุทธ์** การบริหารจัดการที่เน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว การจัดสรรบุคลากรให้สอดคล้องกับหน้าทำงาน รวมถึงการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุแท้จริง (Root Cause) เพื่อเกิดกระบวนการทำงานใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2



**กลยุทธ์** พัฒนากระบวนการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม และเหมาะสมกับแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย

3



**กลยุทธ์** พัฒนาทักษะ ความรู้ความชำนาญใหม่ ๆ ที่ทันสมัยให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

4

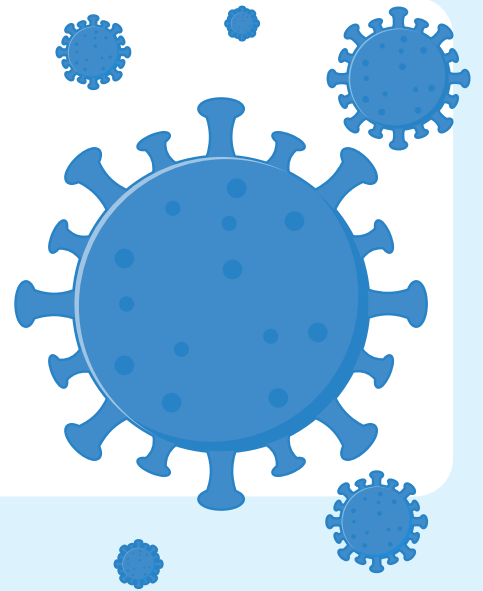


**กลยุทธ์** การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสร้างความรวดเร็ว (Speed) และความถูกต้อง (Accuracy) ในการปฏิบัติงาน รวมถึงการบริหารจัดการเรื่องข้อมูล ทั้งภายในองค์กรและการเชื่อมประสานกับลูกค้า หรือพันธมิตรทางธุรกิจ

# ·:· ICC ปลอดภัย ห่างไกลโควิด ·:·

## “เราจะปลอดภัยจากโควิด-19 ไปด้วยกัน”

นับตั้งแต่ปี 2563 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน ส่วนหนึ่งเกิดจากผลกระทบของการแพร่ระบาด โควิด-19 ที่ส่งผลให้ธุรกิจของบริษัทต้องหยุดชะงัก แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยพันธกิจเรื่อง “การให้” ที่บริษัทฯ ยึดถือปฏิบัติ เราจึงยังคงมุ่งมั่นที่จะให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ผ่านโครงการการช่วยเหลือสังคม และให้ความสำคัญกับพนักงาน คู่ค้าด้วยมาตรการในการเฝ้าระวังและป้องกัน เพื่อรับมือกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังนี้



### การดูแลพนักงานในองค์กร

จัดตั้งคณะทำงานพิเศษ “COVID-COM” เพื่อเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข่าวสาร จัดประชุม และรายงานให้พนักงานได้ทราบเป็นระยะ และจัดให้พนักงานที่มีความเสี่ยงทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) โดยเตรียมความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อุปกรณ์ VPN นอกจากนี้ยังจัดทำแอปพลิเคชัน HR App. เพื่ออำนวยความสะดวกในการบันทึกเวลาปฏิบัติงาน

### การดูแลลูกค้าและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จัดมาตรการการดูแลลูกค้า และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยแนวทางการป้องกัน เช่น งดการเดินทางโดยเปลี่ยนเป็นการประชุมผ่านช่องทางออนไลน์ และในกรณีจำเป็นต้องเดินทางเข้ามาติดต่อ บริษัทฯ ได้จัดให้มีจุดคัดกรองเพื่อตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าบริษัทฯ และพื้นที่เฉพาะสำหรับติดต่อ

### การดูแลสังคมและชุมชน

บริษัทฯ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนบริจาคสิ่งของเพื่อบรรเทาความยากลำบากอันเกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมถึงตรวจสุขภาพของพนักงานชายทั่วประเทศ จัดตั้งมาตรการเพื่อความปลอดภัยในการให้บริการตามร้านค้าต่าง ๆ

### การพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมทางการแพทย์

บริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการออกผลิตภัณฑ์ โดยเน้นสินค้าที่สามารถป้องกัน และยับยั้งการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ รวมถึงส่งเสริมให้แบรนด์ต่าง ๆ แดกไลน์สินค้าโดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์ที่มีการแพร่ระบาดเป็นหลัก

# .: ภาพรวมธุรกิจ .:

รายละเอียดตัวเลขชี้วัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2564

## การกำกับดูแลกิจการที่ดี

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



## การเติบโตของธุรกิจ

รายละเอียดปรากฏใน แบบ 56 - 1 One Report ประจำปี 2564



**2564**

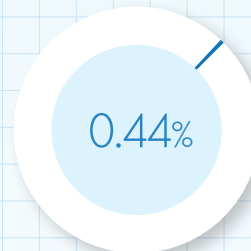
รายได้รวม (ประจำปี)

**7,458 ล้านบาท**

(เดือนมกราคม 2563 - ธันวาคม 2564 รวมระยะเวลา 12 เดือน)



สัดส่วนรายได้  
จากประเทศไทย



สัดส่วนรายได้  
จากต่างประเทศ

## เปรียบเทียบกับปี 2563

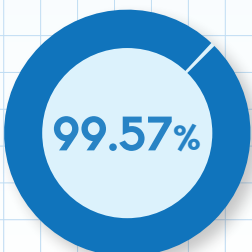


**2563**

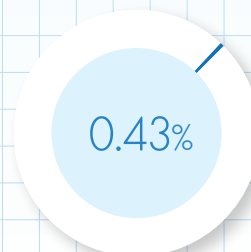
รายได้รวม (ประจำปี)

**8,299 ล้านบาท**

(เดือนมกราคม 2563 - ธันวาคม 2563 รวมระยะเวลา 12 เดือน)

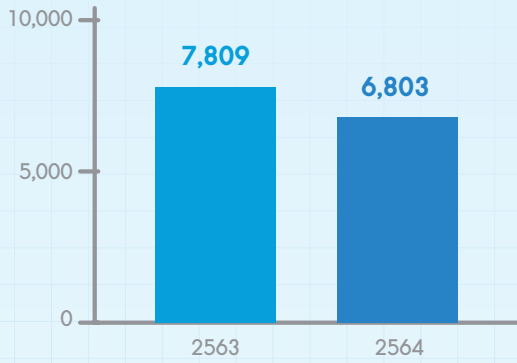


สัดส่วนรายได้  
จากประเทศไทย

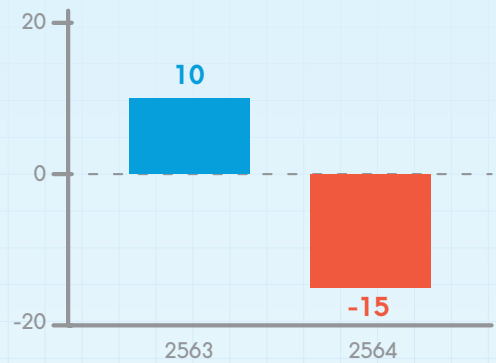


สัดส่วนรายได้  
จากต่างประเทศ

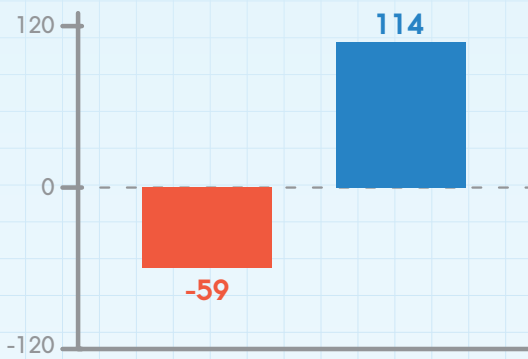
### ยอดขาย (ล้านบาท)



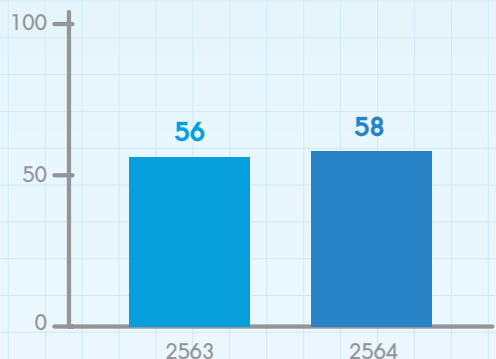
### ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน (ล้านบาท)



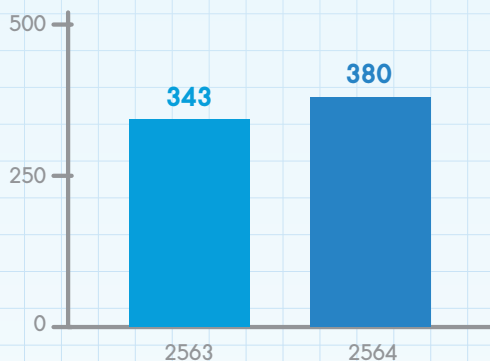
### กำไร (ขาดทุน) (ล้านบาท)



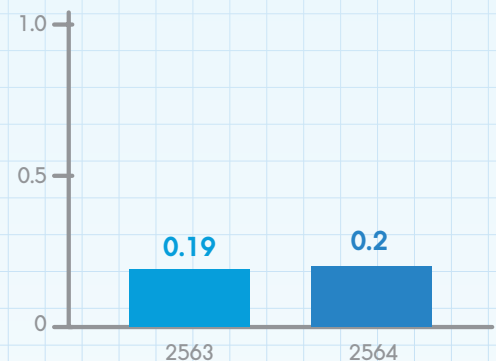
### ภาษีเงินได้นิติบุคคล (ล้านบาท)



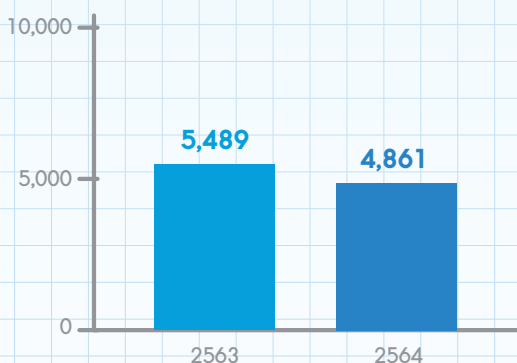
### เงินปันผลรับประจำปี (ล้านบาท)



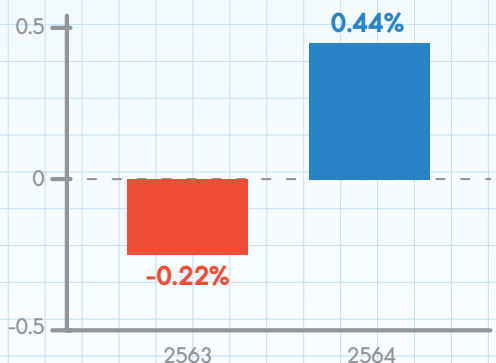
### อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น



### ต้นทุนขาย (ล้านบาท)



### อัตราผลกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น



#### การดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- จำนวนบุคลากร รวม **3,634** คน  
(พนักงานขาย 2,417 คน พนักงานสำนักงาน 1,217 คน)
- คู่ค้าใหม่ **ร้อยละ 66.45%**
- ไม่มี พนักงานเสียชีวิตจากการทำงาน
- คะแนนความพึงพอใจจากพนักงาน  
(ไม่ได้วัดผลเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19)

#### ดูแลใส่ใจสิ่งแวดล้อม



ลดการใช้  
พลังงานไฟฟ้า  
**16.16%**



ลดการใช้  
พลังงานน้ำ  
**34.34%**

# พัฒนาการที่สำคัญ

เพื่อพัฒนาระบบการบริหารธุรกิจให้สอดคล้องกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เต็มเปี่ยมไปด้วยคุณภาพและปริมาณที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ยึดมั่นการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมถึงสนับสนุนผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้ทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเติบโตและพัฒนาไปด้วยกัน ภายใต้หลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ (รายละเอียดเพิ่มเติมในหน้า 29) รวมถึงมุ่งเน้นพัฒนาทรัพยากรบุคคลอันเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนภายในองค์กรภายใต้แนวคิด

## คนดี สินค้าดี สังคมดี

โดยในปี 2564 ได้มีการขับเคลื่อนและต่อยอดนวัตกรรมให้สอดคล้องไปกับ 3 แนวคิด ดังนี้

### แนวคิดที่ 1

### ต่อยอดนวัตกรรมสร้าง “คนเก่ง”



- **การจัดอบรมให้กับพนักงาน**

เพราะ “พนักงาน” คือหัวใจหลักในการพัฒนาองค์กร บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นผลักดันให้พนักงานไม่หยุดที่จะพัฒนาศักยภาพของตนเอง แม้ในช่วงที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยจัดตั้งโครงการฝึกอบรมผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อพัฒนาพนักงานที่เก่งให้เก่งมากยิ่งขึ้น (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 53-55)

สร้างสรรค์นวัตกรรม “สินค้าดี”  
เพื่อขยายช่องทางธุรกิจ

### แนวคิดที่ 2

- **เปลี่ยนรูปแบบการจัดงานสัปดาห์แฟร์ จากออฟไลน์ สู่ออนไลน์ เป็นปีที่ 2**

เพื่อสอดคล้องกับสถานการณ์โควิด-19 และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยได้เปิดการขายสินค้าในช่องทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ [www.sahagroupfair.com](http://www.sahagroupfair.com) จัดงานมหกรรม “ช้อปสุดปัง ทุกแพลตฟอร์ม” เพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคกว่า 20,000 รายการ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ชั้นนำ





- **ปรับแพลตฟอร์มให้เข้ากับพฤติกรรม มุ่งมั่นขยายฐานลูกค้าออนไลน์**

ปรับเปลี่ยนรูปแบบ โดยคำนึงถึงพฤติกรรม และความชื่นชอบของลูกค้าเป็นหลัก บริษัทฯ ได้ปรับโฉม eThailand-Best เว็บไซต์ [www.icsshopping.com](http://www.icsshopping.com) ซูเปอร์ไฮเพอร์มาร์เก็ต “ของแท้ แบนด์ดัง ราคาโดน” ซอปปิงมอลล์ออนไลน์ ที่รวบรวมไปรษณีย์สินค้าแบรนด์ดังในเครือสหพัฒน์ไว้อย่างครบครัน หลากหลายหมวดหมู่ ด้วยวิธีง่ายๆ เพียงแค่ปลายนิ้วคลิก คุณก็สามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบายตลอด 24 ชั่วโมง ตอบโจทย์ทุกความต้องการ

## สานต่อนวัตกรรมด้าน “สังคมดี”

## แนวคิดที่ 3



- **โครงการ “เพราะน้ำ คือชีวิต”**

บริษัทฯ ร่วมกับมูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนาและพนักงานในเครือสหพัฒน์ ร่วมสนับสนุนโครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำชุมชน ตามแนวพระราชดำริฯ ของชุมชนสหกรณ์การเกษตรแบบรวมกลุ่ม โครงการเพชรน้ำหนึ่ง จังหวัดเพชรบุรี เพื่อพัฒนาโครงการน้ำ และจัดตั้งแปลงเกษตรผสมผสานตามแนวทฤษฎีใหม่ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 71)

## ∴ รางวัลที่สำคัญ ∴

ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และความงามที่ดีมีคุณภาพด้วยรางวัลจาก ELLE BEAUTY STAR AWARDS 2021 สาขา Best Brow Liner

ผลิตภัณฑ์ BSC Eyebrow Pencil

ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านสินค้าประเภทของใช้สำหรับเด็ก และเด็ก ด้วยรางวัล Mommy's Choice สาขา Best Mosquito Repellent for Kids จาก Amarin Baby & Kids Awards 2021

ผลิตภัณฑ์โลชั่นกันยุง Infant Organic Bye Bye Mozzie Lotion



## ·:· ขอบเขตรายงาน ·:·

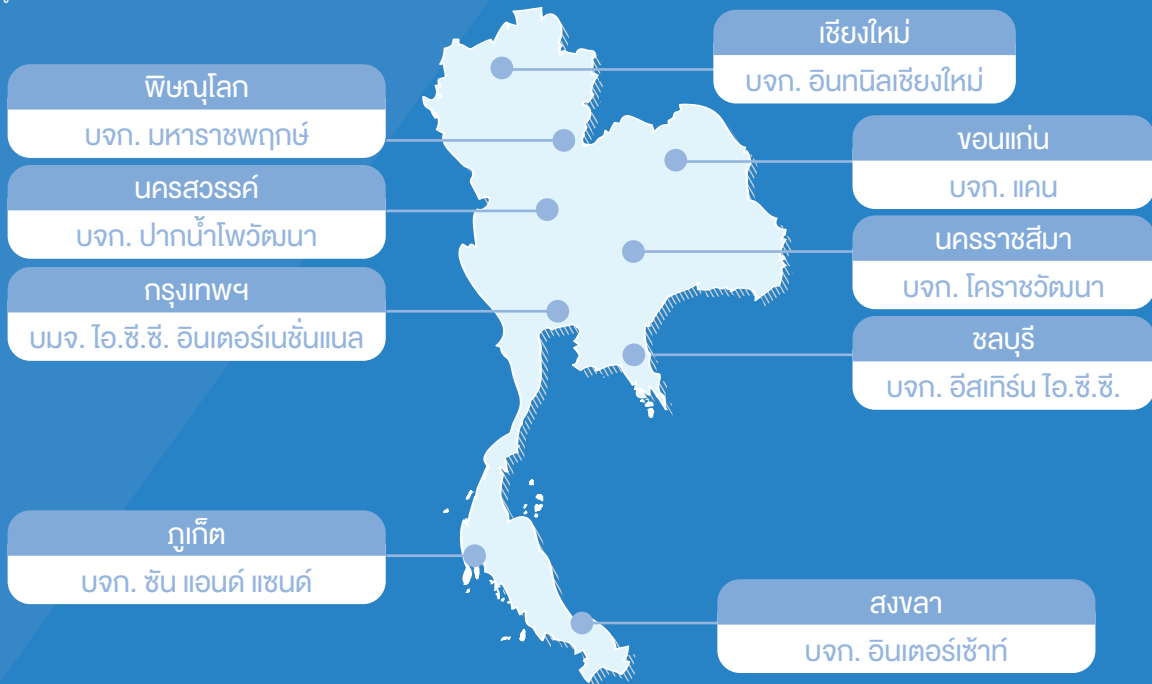
รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อแสดงถึงผลการดำเนินงานของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ในรอบปี 2564 (1 มกราคม-31 ธันวาคม 2564) เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนอันเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามแผนแม่แบบการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 3 ประการ ได้แก่ **“คนดี สินค้าดี สังคมดี”** ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำ เผยแพร่ข้อมูลมาตั้งแต่ปี 2557 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 โดยอ้างอิงการจัดทำรายงานให้มีความสอดคล้องตามดัชนีชี้วัดของ GRI STANDARD



เนื้อหาสาระและสาระสำคัญของรายงานปี 2564 มุ่งเน้นการดำเนินงานตามทิศทางทางการดำเนินธุรกิจ (วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์องค์กร) หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมของปรัชญาในการทำงาน รวมถึงการดูแลพนักงาน การพัฒนาพนักงานให้เป็นคนดี การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจและสร้างโอกาสให้กับสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมโยงบริบทดังกล่าวข้างต้นเข้ากับประเด็นความยั่งยืนสากลในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

### ขอบเขตรายงาน :

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2564 ได้แสดงผลการดำเนินงาน จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในทุกกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ ครอบคลุมพื้นที่ปฏิบัติงานภายใต้การดูแลของบริษัทฯ และบริษัทฯ พันธมิตร 8 แห่ง กระจายตามภูมิภาค ดังนี้



หากมีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ กรุณาติดต่อ  
ส่วนงานประชาสัมพันธ์กลาง ฝ่ายสำนักงานบริษัท บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)  
เลขที่ 530 ซอยสาทรประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120  
โทรศัพท์ 0-2293-9000 และอีเมล [pr@icc.co.th](mailto:pr@icc.co.th)

บริษัทไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด (มหาชน) เรามุ่งมั่นพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน โดยกำหนดกรอบการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต

## แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน



# ∴ การพัฒนาที่ยั่งยืน ∴

ด้วยพันธกิจของบริษัทฯ ที่มุ่งมั่นพัฒนาองค์กรอย่างมีธรรมาภิบาล ธุรกิจมีการดำเนินเติบโตอย่างต่อเนื่อง 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 และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- กำหนดจรรยาบรรณทางธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้อง ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปฏิบัติต่อลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม

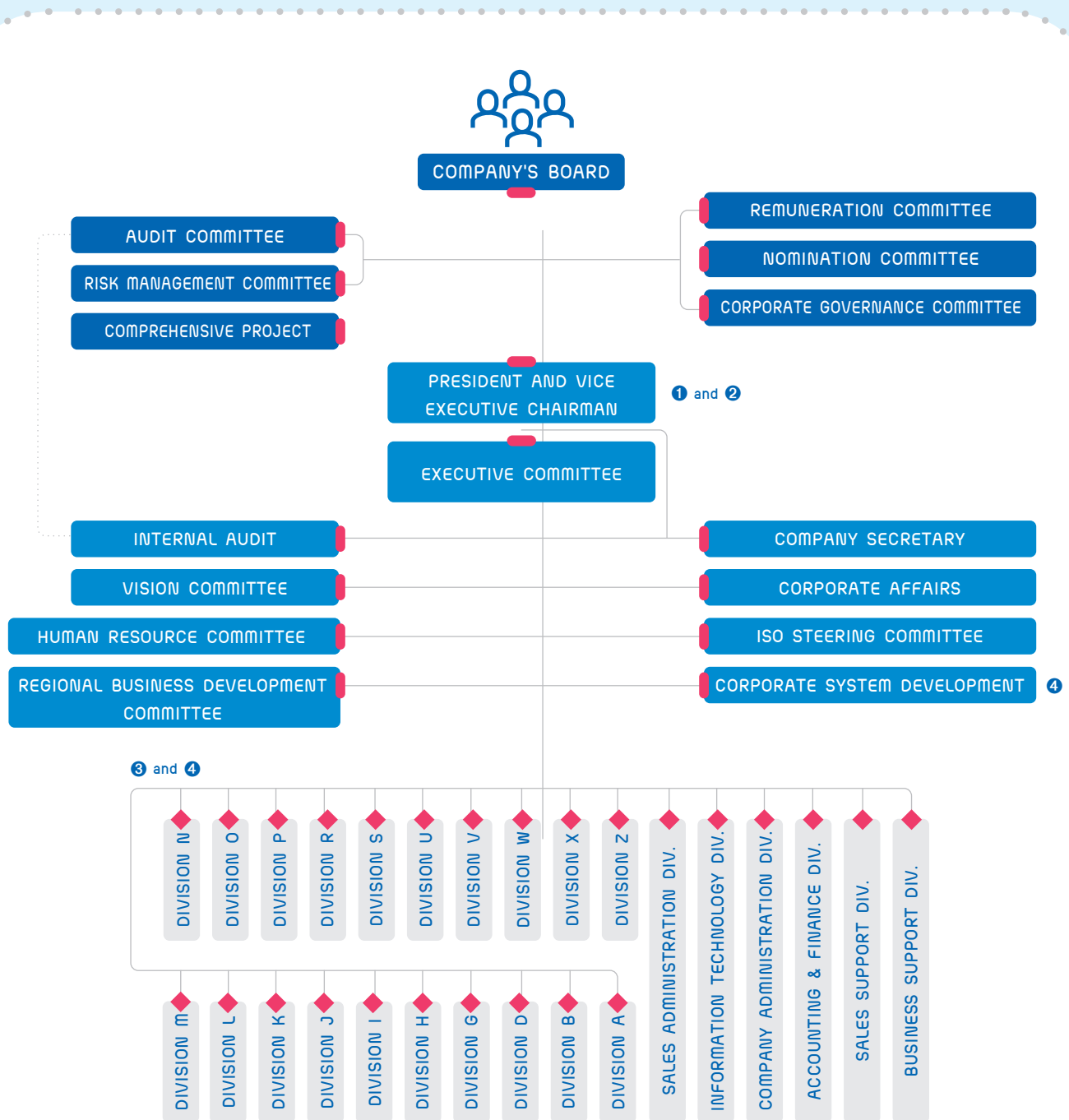
### เป้าหมายด้านความยั่งยืน



- ส่งมอบคุณภาพชีวิตที่ดีให้ผู้บริโภค โดยหลักการสำคัญของบริษัท “คนดี สินค้าดี สังคมดี”
- บริหารงานบนพื้นฐานแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม ซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม จริยธรรม ส่งผลต่อดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล มั่นคง และเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

# โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนายั่งยืนในทุกมิติ โดยมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ ตามโครงสร้างการจัดองค์กร  
ของบริษัท ณ 31 ธันวาคม 2564 และได้เผยแพร่ผ่านทาง Website ของบริษัท <http://www.icc.co.th>



1 - 4 คือ ผู้บริหารของบริษัทตามประกาศคณะกรรมการ ก.ล.ต.

# 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 รวมถึงการบริหารความเสี่ยงที่บริษัทฯ ต้องจัดการทั้งในระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว เพื่อบรรลุเป้าหมายที่บริษัทฯ กำหนดไว้



## ภายนอกองค์กร

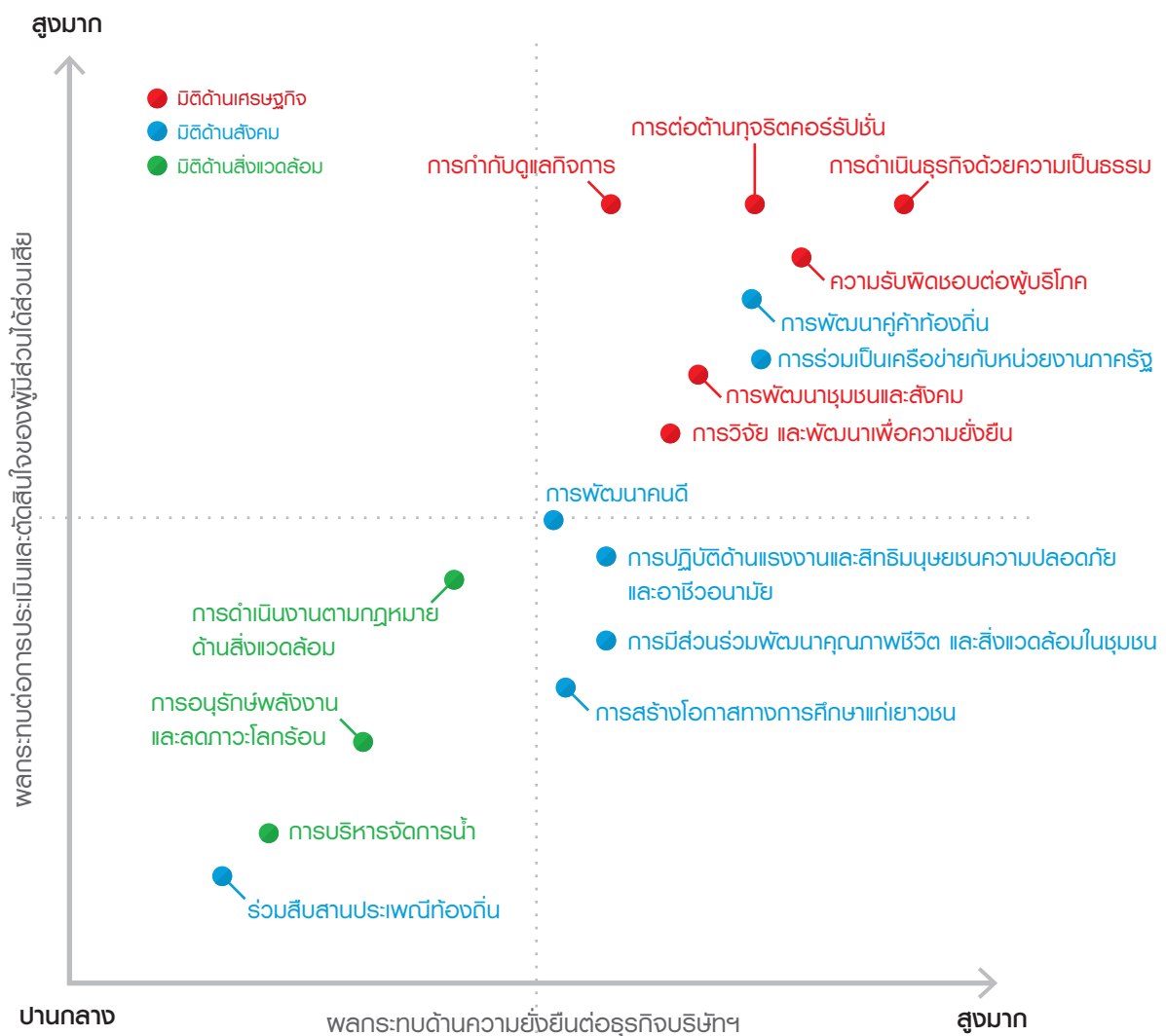
ข้อมูลจากการประชุมกับผู้รับผิดชอบในสายงานต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มต่อบริษัทฯ ด้วยการสำรวจความคิดเห็น หรือแบบประเมินผลด้านต่าง ๆ หรือจากการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นทางการ เช่น การเสวนา หรือ ประชุม สัมมนา หรือสัมภาษณ์ตามความเหมาะสมของแต่ละกลุ่ม



## การจัดลำดับความสำคัญ

นำประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาวิเคราะห์เทียบเคียงกับความสอดคล้องในประเด็น และตัวชี้วัดตามแนวทาง GRI STANDARD และ SDGs แล้วจัดลำดับความสำคัญ และคัดเลือกข้อมูลที่มีอยู่ในความคาดหวังและความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

# •• ประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ ••



# .: ความมุ่งมั่นตามกรอบฯ SDGs .:

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



## 17 เป้าหมาย ดังนี้

**GOAL1.** จัดความยากจน

**GOAL2.** จัดความหิวโหย

**GOAL3.** มีสุขภาพและความปลอดภัย

**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



ซึ่งเป้าหมายทั้ง 17 ข้อนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

- กลุ่มที่ 1** People หรือกลุ่มด้านสังคม และความเป็นอยู่ของ ผู้คน
- กลุ่มที่ 2** Prosperity หรือกลุ่มด้านเศรษฐกิจและความ มั่นคง
- กลุ่มที่ 3** กลุ่ม Planet หรือกลุ่มด้านทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม
- กลุ่มที่ 4** Peace หรือกลุ่มด้านสันติภาพ
- กลุ่มที่ 5** Partnership หรือกลุ่มหุ้นส่วนเพื่อการพัฒนา



ตารางความสอดคล้องกับการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)

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

# การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ตระหนักว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของการดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้มั่นใจว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ ได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงมีการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อจัดทำแผนงานตอบสนองที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจกับทุกฝ่าย ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง รวมถึงได้มีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

## พนักงาน



### ความคาดหวัง

- ค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเหมาะสม
- มีแผนในการอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถ
- มีความทัดเทียมและโอกาสในความก้าวหน้า
- ดูแลเรื่องความปลอดภัยและคุณภาพชีวิต

### การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

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

## ผู้ถือหุ้น



### ความคาดหวัง

- ให้ผลตอบแทนการลงทุนที่สูงและต่อเนื่อง
- ผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างมั่นคง
- บริหารงานด้วยความโปร่งใส เป็นธรรมตามหลักบรรษัทภิบาล

### การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การเปิดเผยข้อมูล
- 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
- การมีช่องทางให้ลูกค้าได้แสดงข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน

## คู่ค้า



### ความคาดหวัง

- ปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อตกลงเงื่อนไขทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง
- สร้างสัมพันธ์ภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกัน
- แลกเปลี่ยนความรู้ ร่วมกันพัฒนาสินค้าและบริการ เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ

### การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ
- การจัดประชุมคู่ค้าเป็นประจำทุกปีเพื่อส่งเสริมและชี้แจงแนวทางการดำเนินงาน
- การเยี่ยมเยียนคู่ค้าเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
- การมีช่องทางการรับข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน
- การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์เป็นประจำ
- การทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อจัดทำกรอบความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจการแข่งขันทางการค้าที่สุจริตรวมถึงหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าของคู่ค้าที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนและละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

### 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
- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

### สื่อมวลชน



#### ความคาดหวัง

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

### เจ้าหนี้เงินกู้



#### ความคาดหวัง

- ปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลงอย่างชัดเจน และเป็นธรรม
- แจ้งให้เจ้าหนี้เงินกู้ทราบล่วงหน้าหากไม่สามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันในสัญญาเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไข โดยใช้หลักความสมเหตุสมผล
- จ่ายชำระดอกเบี้ยและคืนเงินต้นตรงตามกำหนดเวลากับเจ้าหนี้เงินกู้ตลอดมา

#### การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

### เจ้าหนี้การค้า



#### ความคาดหวัง

- สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงของสัญญา โดยใช้วิธีการโอนเงินผ่านธนาคารใน ระบบ Media Clearing กำหนดการรับวางบิลและโอนจ่ายเงิน

#### การมีส่วนร่วม / วิธีการสื่อสาร

- รายงานประจำปี
- การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน

### ภาครัฐ



#### ความคาดหวัง

- ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
- ร่วมมือและสนับสนุนการพัฒนาโครงการและกิจกรรมสาธารณประโยชน์
- ชำระภาษีถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลาตามข้อกำหนดของกฎหมาย
- ร่วมประชุมให้ข้อคิดเห็น และสนับสนุนกิจกรรมภาครัฐอย่างต่อเนื่อง



# การวิจัยและพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

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

ซึ่งในปี 2564 บริษัทฯ ได้มีการจัดประกวดนวัตกรรม ไอ.ซี.ซี. ขึ้นในรูปแบบของออนไลน์ และได้ส่งเข้าประกวดในโครงการนวัตกรรมหรือสหพัฒน์ (Chairman Awards) ประจำปี 2564 (ครั้งที่ 17) จำนวน 7 ผลงาน และได้รับรางวัล ดังนี้

- **ประเภท Sales & Marketing**

- นวัตกรรม Million Beauty Bar (รางวัลชมเชย)

- **ประเภท System & Process**

- นวัตกรรม การพัฒนา Process การสร้างรายการค่าใช้จ่ายและเจ้าหน้าที่เป็น Electronic data To ERP (รางวัลชมเชย)
- นวัตกรรม ICC Dashboard / ภูมิภาค นครสวรรค์ (รางวัลชมเชย)



## 4 QUALITY EDUCATION



## 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



## 9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



### การดำเนินงานในปี 2564

ในปี 2564 บริษัทฯ ในฐานะผู้ริเริ่มจัดประกวดโครงการด้านนวัตกรรม ประจำหรือสหพัฒน์ ได้จัดทำเว็บไซต์ [www.sahainnovation.icc.co.th](http://www.sahainnovation.icc.co.th) ขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในหรือสหพัฒน์ รวมถึงองค์ความรู้ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำข้อมูลเพื่อใช้ในการประกวด โดยพนักงานในเครือข่าย และบุคคลทั่วไป สามารถเข้าชมเว็บไซต์ได้

### เป้าหมาย

ในปี 2565 บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาเว็บไซต์ [www.sahainnovation.icc.co.th](http://www.sahainnovation.icc.co.th) ให้มีความทันสมัยเพื่อรองรับกระแสความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และพัฒนาระบบให้มีความปลอดภัยเพื่อให้พนักงานในบริษัทฯ ตลอดจนบุคคลทั่วไป สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก ปลอดภัย และเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อไป

# นวัตกรรมสินค้า

## Arrow Fresh Shirt เสื้อ Anti-Bac จาก ARROW

แอโรว์ ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำหรับสุขภาพบุรุษ ตอบโจทย์การใช้งาน และสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ด้วยการพัฒนานวัตกรรมสำหรับเส้นใยที่ใช้ในการผลิตเสื้อ ได้แก่



### Anti-Bacteria

นวัตกรรมเส้นใยที่ช่วยยับยั้งแบคทีเรียขณะสวมใส่



### Anti-Odor

นวัตกรรมเส้นใยไร้กลิ่น โดยเฉพาะกลิ่นเหงื่อ



### Anti-UV

นวัตกรรมเส้นใยที่ป้องกันแสงแดดและแสงสว่างจากหลอดไฟ



### Quick Dry

นวัตกรรมเส้นใยแห้งไว ไม่อับชื้น



### Moisture Management

นวัตกรรมเส้นใยระบายความชื้น



### Permanent Feature

นวัตกรรมเส้นใยที่คงทนคงสภาพตลอดอายุการใช้งาน



### Environmental Friend

นวัตกรรมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



## Enfant Innovation for Baby

เพื่อตอบโจทย์คุณแม่และเด็ก “Enfant” ได้มีการสำรวจและวิจัยสรีระของเด็กทั่วประเทศ ในทุก ๆ 5 ปี เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาแพทเทิร์นสำหรับเสื้อผ้าให้สอดคล้องกับพัฒนาการของเด็ก รวมถึงพัฒนาสีที่ใช้ย้อมและพิมพ์ลาย ด้วยนวัตกรรม Non AZO ที่ปลอดภัยจากสารก่อมะเร็ง ไม่หลุดลอกเมื่อเปียกชื้น

## BSC STERITECH นวัตกรรมฆ่าเชื้อด้วยธรรมชาติ

“BSC STERITECH” ชุดผลิตน้ำอเล็กโทรไลต์ คือ นวัตกรรมสร้างสารละลายที่มีประสิทธิภาพในการทำมาสะอาดฆ่าเชื้อโรค โดยสารละลายที่ใช้ เป็นส่วนประกอบจากธรรมชาติ 100% จึงปราศจากสารเคมี สารกันบูด และมีความอ่อนโยนต่อผิวหนังสามารถนำไปทำความสะอาดได้หลากหลาย ล้างผักผลไม้เพื่อลดสารก่อมะเร็ง หรือฉีดพ่นเพื่อดักจับฝุ่นละอองในอากาศ และดับกลิ่น

## PURE CARE BSC Vegan Series

บริษัทฯ ในฐานะผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ “PURE CARE BSC” โพรไบโอติกภาพสินค้าด้านสุขภาพในงามมหกรรมนวัตกรรมการแพทย์ และสุขภาพ โดยเปิดตัวแคนเตอร์แบรนด์ไทย แบรินด์แรกที่ผลิตคิดค้นนวัตกรรมเครื่องสำอาง “Vegan” ซึ่งเป็นเครื่องสำอางที่ไม่มีส่วนผสมจากสัตว์ และไม่ทดลองกับสัตว์ นอกจากนี้ยังผ่านการทดสอบ Clinically Tested ที่ไม่ทำให้เกิดการแพ้และระคายเคือง

# การจัดการด้านความยั่งยืน ในมิติเศรษฐกิจ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการพัฒนาพนักงานให้เป็น “คนเก่ง” ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า ด้วยแบรนด์ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองลูกค้าทุกรูปแบบ มุ่งเน้นพัฒนาเครือข่ายธุรกิจ ร่วมกับคู่ค้าและลูกค้าในหลากหลายช่องทาง รวมทั้งพัฒนาปรับเปลี่ยนระบบและกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยั่งยืน



# หลักคิดสู่ความสำเร็จ

เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และพันธกิจ บริษัทฯ ได้กำหนด หลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนในองค์กร ยึดถือในการปฏิบัติร่วมกัน ดังนี้

- **สู้เพื่อชนะ**

เสริมสร้างอุดมการณ์ให้พนักงานมีความเป็นนักสู้ ด้วยการคิดวางแผนกลยุทธ์ที่จะต่อสู้ในธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ติดตามผล และเปิดใจรับการปรับแผนการทำงานอยู่เสมอเพื่อชัยชนะทางธุรกิจ

- **คิดบวก**

เสริมสร้างอุดมการณ์ให้พนักงานเกิดความคิดเชิงบวก ไม่มีอะไรที่จะหยุดยั้งความสำเร็จอย่างไม่มีเงื่อนไข

- **วินัย**

สร้างวินัยในการทำงาน รวมถึงการสื่อสารและการปฏิบัติงานด้วยความเที่ยงตรงแก่องค์กร พร้อมติดตามผลปฏิบัติงาน และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

- **ศรัทธา**

เสริมทัศนคติแก่พนักงานให้เกิดความศรัทธาต่อตนเองและผู้อื่นเพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความเชื่อมั่น ความผูกพัน และบรรลุเป้าหมายในการทำงาน รวมถึงกระทำความดีทั้งต่อตนเองและผู้อื่น

- **รวดเร็ว**

พัฒนาบุคลากรให้เกิดความตระหนักถึงการตอบสนองที่รวดเร็วในการให้บริการ และตัดสินใจ โดยยึดคุณค่าของลูกค้าด้วยความสมดุลกับความเป็นพนักงานอย่างเป็นรูปธรรม

- **ซื่อสัตย์ เกียรติSSSM**

ปลูกฝังให้พนักงานมีความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น องค์กร สังคม รวมถึงประเทศชาติทั้งในที่ลับและในที่แจ้ง

- **สามัคคี**

สร้างวิถีคิดที่มุ่งไปในทิศทางเดียวกับองค์กร ด้วยความร่วมมือร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมทำเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร



# การกำกับดูแลกิจการ

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



## “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี”

1. จัดทำคู่มือนโยบายหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อเผยแพร่กับสาธารณชนผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท และแจกไปยังกรรมการ ผู้บริหาร และลูกค้า
2. นำเสนอวิดิทัศน์หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่
3. อบรมพนักงานทุกคน พร้อมมีข้อกำหนดให้พนักงานทุกคนทำแบบทดสอบทบทวนข้อมูล ผ่านระบบ e-learning
4. เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของบริษัท [www.icc.co.th](http://www.icc.co.th) คอลัมน์ Corporate Governance and Anti-Corruption Policies





# การบริหารจัดการด้านความเสี่ยง

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

-  กำหนดการดำเนินการ
-  พิจารณาทบทวนด้านความเสี่ยง
-  กำหนดประเด็นและขอบเขตด้านความเสี่ยง
-  กำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยง
-  ติดตามและวิเคราะห์ความเสี่ยง
-  รายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท

ในปี 2564 แม้ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด19 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ยังคงมุ่งมั่นดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ เพื่อให้บุคลากรในองค์กรสามารถปฏิบัติงานและลดความเสี่ยงต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (รายละเอียดเพิ่มเติม ดูได้ที่ แบบ 56-1 One-Report ประจำปี 2564)

# กรอบและนโยบาย การจัดการภายใต้กรอบ ESG

บริษัทฯ กำหนดกรอบและนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยพิจารณาถึงความคาดหวังของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มต่าง ๆ โดยได้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ (Environmental Social and Governance: ESG) ที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม โดยได้กำหนดนโยบายการดำเนินงานในแต่ละ มิติ ไว้ดังนี้

- **มิติเศรษฐกิจ**

มุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการ พัฒนาพนักงานให้เป็น “คนเก่ง” ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่า แก่ลูกค้าด้วย “สินค้าดี” ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองลูกค้าทุก รูปแบบ รวมถึงมุ่งพัฒนาเครือข่ายธุรกิจร่วมกับคู่ค้า ลูกค้า และ พัฒนาปรับเปลี่ยนระบบการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ



- **มิติสิ่งแวดล้อม**

มุ่งมั่นสู่การเป็นองค์กรที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการบริหาร จัดการด้านพลังงาน น้ำ ของเสีย และ ขยะอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับ ปลูกฝังพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ให้มี จิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อม

- **มิติสังคม**

มุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพและ ทักษะของพนักงาน ตลอดจนสังคม ให้ เติบโตพร้อมในด้านความรู้ ความ สามารถ และปลูกฝังการสร้างจิตสำนึก “การให้” ซึ่งเป็นพื้นฐานของ “คนดี” เพื่อ ขับเคลื่อนสังคมที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน

# นโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง อย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการ เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ อาทิ การผลิต การจัดหาวัตถุดิบ การกระจายสินค้า การตลาด และบริการหลังการขาย ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ รวมถึงความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ การกำกับดูแลกิจการ (Environmental Social and Governance: ESG) ที่อาจเกิดจากการดำเนินงานของลูกค้า

## แนวทางการบริหารจัดการ

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

ในปี 2564 บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบการจัดการ รวมถึงตั้งราคากลางของกลุ่มงานจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อลดต้นทุนบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ (Cost Saving) และเพื่อรองรับระบบ RFQ (Request for Quotation) ซึ่งราคากลางดังกล่าวใช้สำหรับอ้างอิงในการสั่งซื้อสินค้า จำแนกตามหมวดหมู่คู่ค้า ดังนี้

### กลุ่มงานจัดจ้าง ได้แก่

- งานโครงสร้าง
- งานдисเพลย์
- งานติดตั้งจอภาพแสดงผลทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น LED เป็นต้น

### กลุ่มงานจัดซื้อ ได้แก่

- งานของขั้วและของสมนาคุณ
- งานพิมพ์
- เครื่องใช้ไฟฟ้า
- งานдисเพลย์เพื่อการขาย
- อุปกรณ์สำนักงาน

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



10 REDUCED INEQUALITIES



ปี 2564

บริษัทมีคู่ค้าทั้งหมด จำนวน 253 ราย  
แบ่งเป็นคู่ค้าใหม่ จำนวน 101 ราย  
คิดเป็น 66.45%



ปี 2564

ประหยัดรายจ่ายได้ 2,074,304.27 บาท  
โดยเป็นกลุ่มงานจัดซื้อ 926,503.20 บาท  
และกลุ่มงานจัดจ้าง 1,147,801.07 บาท

## เป้าหมายในปี 2565

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



# ICC กับสถานการณ์ COVID-19

นับตั้งแต่ต้นปี 2563 จนถึงปัจจุบัน ประเทศไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมถึงบริษัทฯ ซึ่งยังคงต้องเฝ้าระวังอย่างต่อเนื่อง และเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บริษัทฯ ได้ออกมาตรการป้องกันและดูแลความปลอดภัยตลอดจนความเป็นอยู่ของพนักงาน คู่ค้า เครื่องอำนวยความสะดวก รวมถึงระดมพลังจัดสร้างโครงการพิเศษเพื่อให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ที่เป็น

ประโยชน์แก่สังคม เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19

โดยนับตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามมาตรการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมที่จัดตั้งโดยศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค หรือ ศบค. โดยคัดเลือกเฉพาะมาตรการที่จำเป็นตามคำแนะนำทางการแพทย์และสาธารณสุข ดังนี้

## มาตรการรับมือ และเตรียมความพร้อม ของบริษัทต่อสถานการณ์โควิด-19

### พนักงานในองค์กร

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความปลอดภัยและห่วงใยพนักงาน จึงได้เข้าร่วมโครงการตรวจคัดกรองเชิงรุกในกลุ่มพนักงาน และผู้ใช้บริการในสถานประกอบการ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ของสำนักอนามัย กระทรวงสาธารณสุข โดยได้จัดการตรวจคัดกรองหาเชื้อแบบ RT-PCR ให้กับพนักงานฟรีโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

ส่วนพนักงานชายที่อยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัด ได้จัดให้มีการตรวจคัดกรองหาเชื้อเช่นกัน ทั้งนี้ บริษัทฯ เชื่อว่า มาตรการนี้จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าที่เข้ารับบริการ ให้มั่นใจในความปลอดภัยของพนักงานทั้งสำนักงานใหญ่และสำนักงานขายจากทุกแบรนด์สินค้าในทุกห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วประเทศ

**ไอ.ซี.ซี. ไม่ประมาท การ์ดไม่ตก**  
ปลอดภัย ห่างไกล โควิด-19

ภาพบรรยากาศ การตรวจคัดกรองโควิด-19 RT-PCR พนักงานสำนักงาน

วันที่ 16 - 17 กันยายน 2564  
เวลา 08.00 - 12.00 น.  
ณ บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล

จัดทำโดย...ส่วนงานประชาสัมพันธ์กลาง ฝ่ายสำนักงานบริษัท

### ด้านการป้องกัน ณ สำนักงานใหญ่

บริษัทยังคงปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัย แก่พนักงาน คู่ค้า และบุคคลภายนอกที่เข้ามาติดต่อ เพื่อเป็นการเฝ้าระวังและป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 เช่น

- จัดวางเจลแอลกอฮอล์ตามจุดต่าง ๆ ทั่วทั้งบริษัท และจัดให้แม่บ้านหมุนเวียนทำความสะอาดจุดสัมผัสเสี่ยงด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรคตลอดวัน
- จัดเจ้าหน้าที่คอยวัดอุณหภูมิร่างกายและติดสัญลักษณ์เพื่อผ่านเข้า-ออกอาคาร ประจำบริเวณหน้าประตูอาคารก่อนเข้า-ออกตึก ตลอดทั้งวันทำการและวันหยุด
- ขอความร่วมมือให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัยทุกครั้งก่อนเข้าในอาคารและตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน
- จัดตารางเวลาสำหรับการเข้าใช้ Canteen และจัดพื้นที่ในห้องประชุมตามหลัก Social Distancing รวมถึงสนับสนุนให้พนักงานใช้เทคโนโลยีช่วยในการประชุมออนไลน์ เช่น Zoom และ Microsoft Team
- สำหรับพนักงานที่มีความเสี่ยงและอยู่ในกลุ่มเฝ้าระวัง จัดให้มีการหยุดเพื่อกักตัวดูอาการ โดยวันหยุดดังกล่าวจะไม่มีผลต่อเงินเดือน หรือเงินอุดหนุนประจำปี
- ส่งเสริมให้พนักงานฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 อย่างน้อย 2 เข็ม สำหรับผู้ประกันตน มาตรา 33 โดยสำนักงานประกันสังคมกรุงเทพ พื้นที่ 11 ด้วยการจัดหาวัน เวลา สถานที่และรถบริการรับ-ส่ง



### ด้านการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมและมาตรการจัดการบริหารธุรกิจ โดยคำนึงถึงความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก รวมถึงลดและชะลอค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เช่น การปรับปรุงร้านค้า และการเปิดสาขาใหม่ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลักบนแพลตฟอร์มของบริษัท เช่น www.iccshopping.com และพันธมิตร เช่น Lazada, Shopee, JD Central และอื่น ๆ รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานในทุกหน่วยงานของบริษัทมีสิทธิ์เป็นผู้ขาย เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับองค์กร และตนเอง

การันตี แบนด์แท้ 100%

ช้อปของแท้...  
ตรงปกไม่จกตา

ช้อปเลย! ส่งฟรี\*  
เมื่อสั่งซื้อครบ 499.- ขึ้นไป

www.iccshopping.com

Guy Laroche PARIS, Wacoal, ARROW USA 1891, ELLE, bsc

## ด้านการช่วยเหลือสังคมและชุมชน

บริษัทฯ มุ่งมั่นให้พนักงานตระหนักในเรื่องของการเป็นผู้ให้ ภายใต้แนวคิดในเรื่องของ “การให้” 5 ประการ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 49) โดยได้ดำเนินจัดตั้งโครงการที่หลากหลาย เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ผู้ประสบภัยในสถานการณ์โควิด-19 ดังนี้



- ICC ร่วมใจสู้ภัยโควิด-19 มอบเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ BSC Honie V ให้กับสภาอากาศไทย โรงพยาบาล และหน่วยงานบรรเทาสาธารณภัย นำไปใช้ในโครงการบรรเทาปัญหาในพื้นที่ขาดแคลน รวมมูลค่ากว่า 8,428,407 บาท

- เครื่องสำอาง BSC Cosmetology ร่วมสนับสนุนการฉีดวัคซีน เพียงแสดงหลักฐานการฉีดวัคซีน รับผลิตภัณฑ์ เจลล้างมือ BSC Honie V และส่วนลดสำหรับซื้อสินค้า



- เครื่องสำอาง Arty Professional ร่วมกับเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มอบเจลแอลกอฮอล์ ให้แก่โรงพยาบาลสุทธาเวช คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อนำไปใช้ในการป้องกัน คัดกรอง และรักษาผู้ป่วยโควิด-19 จำนวน 400 ชิ้น

ด้านการพัฒนาสินค้าและนวัตกรรม

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญและอยากให้พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ตระหนักถึงการป้องกันตนเองให้ห่างไกลจากโควิด-19 จึงได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการออกผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาและคิดค้นนวัตกรรมสินค้าจากเดิมสู่สินค้าที่มีคุณสมบัติช่วยป้องกัน และยับยั้งแบคทีเรีย เช่น หน้ากากอนามัย ผงซักฟอก และอีกมากมาย รวมถึงผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อตอกย้ำการเฝ้าระวังต่างๆ เพื่อสุขอนามัย ห่างไกลโควิด-19 ดังสโลแกน “เราจะปลอดภัยจากโควิด-19 ไปด้วยกัน”

# การดำเนินธุรกิจ ด้วยความเป็นธรรม

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



บริษัทฯ มีแนวปฏิบัติที่ไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่มีการลอกเลียนแบบ หรือนำทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาใช้ในธุรกิจโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยในปี 2559 บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประกวดนวัตกรรมไอ.ซี.ซี. (รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้ที่หน้า 27) และสนับสนุนให้พนักงานส่งนวัตกรรมเข้าประกวดในเวทีต่างๆ อย่างต่อเนื่อง



# ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทฯ ตระหนักว่าความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญ อันนำมาสู่ความสำเร็จของบริษัทฯ อย่างยั่งยืน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจด้านการผลิต จำหน่ายสินค้า และบริการที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
2. ดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่น พัฒนาสินค้า และบริการ คิดค้นนวัตกรรมเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้า และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจโดยไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง
3. ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือความซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม และไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของลูกค้า รักษาความลับทางการค้าของลูกค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
4. ไม่เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดที่ไม่สุจริตจากลูกค้า ทั้งทางตรงและทางอ้อม
5. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้า ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามได้ ให้รีบแจ้งลูกค้าล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
6. จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร “ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์” เพื่อให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

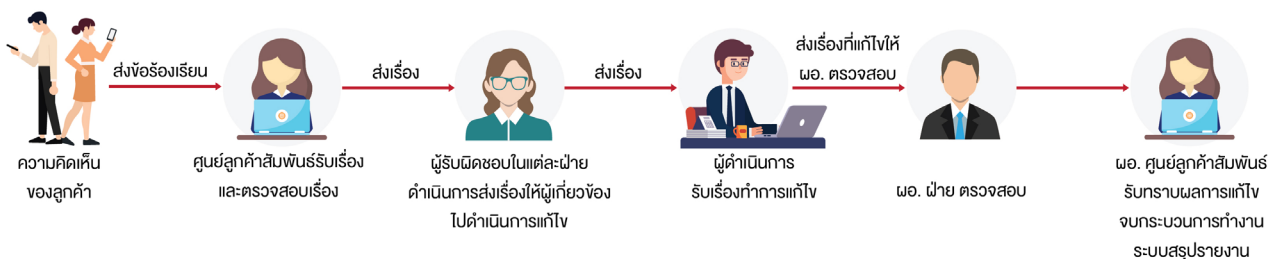


## ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์



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

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



และเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางในการติดต่อที่หลากหลาย โดยสามารถติดต่อศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ได้ตามช่องทางดังต่อไปนี้

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

ในปี 2564 **ไมพว** ลูกค้าร้องเรียน เกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยในปี 2565 บริษัทฯ มุ่งหวังที่จะสร้างมาตรฐานในการให้บริการ รวมถึงสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทั้งขณะใช้สินค้าและหลังการขาย โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะไม่พบการร้องเรียนไม่ว่าในกรณีใด

# การให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขาย

นอกเหนือจากการเปิดเผยข้อมูลสำคัญทางการเงิน บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการดำเนินงานที่ไม่ใช้การเงิน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในการบริการให้กับลูกค้า และถือว่าการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขัน บริษัทฯ จึงเน้นย้ำให้ “พนักงานขาย” ให้บริการต่อลูกค้าตามมาตรฐานการบริการ ณ จุดขายอย่างเคร่งครัด บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายอยู่ที่ระดับร้อยละ 80 ขึ้นไป (คิดตามสัดส่วนคะแนนต่อละ-แบรนด์) โดยใน 1 ปี บริษัทฯ จะทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขาย จำนวน 2,000 ราย (ขั้นต่ำ 15 ราย ต่อแบรนด์)

## เกณฑ์ในการประเมิน



สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์



สอบถามทางโทรศัพท์จากกลุ่มลูกค้าสมาชิก His&Her ที่สะสมคะแนนจากการซื้อสินค้าภายใต้การจดจำนำของ บริษัทฯ ในรอบ 3 เดือน (สุ่มประเมิน)



สอบถามจากหน้าร้าน  
(On Site)



สอบถามจากลูกค้าที่มีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานขายภายในร้านค้า โดยไม่กำหนดว่าจะต้องซื้อสินค้าหรือไม่

## เป้าหมายปี 2565

บริษัทฯ ยังคงทบทวนระบบบริหารคุณภาพ เพื่อกำหนดแผนงานปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม



# 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 มีการจัดทำทะเบียนราคากลางของวัสดุอุปกรณ์ การเปรียบเทียบราคาจัดซื้อ การประกวดราคาจัดจ้างการก่อสร้าง หรือตกแต่งร้านทั้งในกรณีปกติและกรณีเร่งด่วน ซึ่งผู้บริหารและพนักงานมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามระบบที่วางไว้อย่างเคร่งครัด กรณีตรวจพบการไม่ปฏิบัติตามระบบโดยเจตนาทุจริต ถือเป็นความผิดร้ายแรงทางวินัยของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ส่วนงานจัดซื้อจัดจ้าง ยังได้จัดตั้งกิจกรรม “วันนักพัฒนา” ภายใต้งุดมุ่งหมายเพื่อให้คู่ค้าหน้าใหม่ที่มีความสนใจร่วมลงทุน ได้เข้ามานำเสนอสินค้า ตอบรับ

เจตนาธรรมและปฏิบัติตามในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตามที่บริษัทฯ ได้ตั้งไว้

ทั้งนี้ ยังได้มีการสื่อสารนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันผ่านช่องทางการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร อาทิ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ระบบ Intranet และ ระบบ e-learning การจัดกิจกรรม “คนนี่ลิ...ICC Click Like” เป็นประจำทุกเดือน เพื่อยกย่องผู้ที่กระทำความดีหรือมีความซื่อสัตย์สุจริต การอบรมและทดสอบเกี่ยวกับ “นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน” ผ่านระบบ e-learning สำหรับพนักงานทุกคน รวมถึงเผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ [www.icc.co.th](http://www.icc.co.th)

และเพื่อแสดงความตระหนักถึงปัญหาคอร์รัปชัน บริษัทฯ ร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ และปลูกฝังให้พนักงานภายในองค์กรตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้สร้างคาแรกเตอร์เพื่อเป็นตัวแทนของโครงการ และสร้างภาพเตือนใจแก่พนักงานในองค์กร ดังนี้



## รวมพลัง 3 ป. ต่อต้านคอร์รัปชันในไอ.ซี.ซี.



**ต่อต้าน**  
คอร์รัปชัน

**ปลูกจิต**



ปลูกฝังค่านิยม  
ยกย่องคนดี  
ชื่อเสียง

**ป้องกัน**



สร้างวัฒนธรรม  
ต่อต้านการทุจริต  
ร่วมกันสอดส่อง  
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: iccaudit-committee@icc.co.th
- ผ่านทางไปรษณีย์ ตู้ปณ. 22 ปณ. ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
- ร้องเรียนโดยตรงด้วยวาจา หรือทำเป็นหนังสือถึงผู้รับข้อร้องเรียน
- ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ โทรศัพท์ 0-2294-4999
- เลขานุการบริษัท โทรศัพท์ 0-2295-0688

# ∴ การบริหารจัดการ ห่วงโซ่คุณค่า ∴

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นในทุกขั้นตอนและทุกกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และสร้างคุณค่าให้กับทุกสินค้าและบริการภายในบริษัทฯ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



## การจัดหาจัดซื้อ

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 มุ่งมั่นส่งเสริมการสร้างความผูกพันหลังการขายและรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวกับคู่ค้า และลูกค้าด้วย

- จัดกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การจัดประชุมคู่ค้าเพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานทางธุรกิจร่วมกัน
- มุ่งมั่นพัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงเลือกใช้วัสดุที่สามารถใช้ซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้



## เป้าหมายในปี 2565

บริษัทฯ มุ่งมั่นสู่การเป็นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีประสิทธิภาพ สามารถผลิตสินค้าที่หลากหลายและบริการได้ตรงใจลูกค้า พร้อมมุ่งมั่นพัฒนาพนักงานในองค์กรให้มีศักยภาพเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของตลาด

# การดำเนินงานด้านความมั่นคง และความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี

บริษัทฯ ได้มีการเก็บรวบรวม ใช้ เผยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ภายใต้ความเคารพและตระหนักถึงความสำคัญและมุ่งมั่นปฏิบัติตามหลักกฎหมายในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 โดยบริษัทฯ ได้ออกหลักปฏิบัติในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลฉบับบังคับใช้อย่างเคร่งครัด ดังนี้

## หน่วยงานและบุคลากร

ก่อตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อกำหนดนโยบายและมาตรการด้านความมั่นคงและความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี และจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่ในการตรวจสอบความเสี่ยง ฝ้าระวัง โดยบริษัทจะทำการทบทวนนโยบาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือกรณีที่กฎหมายมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไข

## ขั้นตอนการดำเนินงาน

จัดตั้งวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม และ/หรือใช้ข้อมูลส่วนบุคคล โดยมุ่งเน้นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ ตามความเห็นชอบด้วยกฎหมาย และด้วยความระมัดระวัง ภายใต้มาตรฐานการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม

## กำหนดมาตรการในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

โดยมุ่งเน้นให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและดำเนินการตามมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เห็นว่าจำเป็นและเหมาะสมสอดคล้องกับมาตรฐานการรักษาความลับ

## กำหนดระยะเวลาการจัดเก็บข้อมูล

บริษัทฯ จะจัดเก็บข้อมูลตามระยะเวลาที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจตามวัตถุประสงค์ หรือระยะเวลาไม่เกิน 10 ปี ในกรณีที่มีข้อพิพาท และจะทำลาย/ลบข้อมูลดังกล่าวเมื่อหมดความจำเป็นหรือสิ้นสุดระยะเวลา

5 GENDER  
EQUALITY



16 PEACE AND JUSTICE  
STRONG INSTITUTIONS





## มาตรการรักษาความปลอดภัย

บริษัทฯ ได้จัดให้มีมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเหมาะสม โดยมีการบังคับใช้มาตรการดังกล่าวอย่างเคร่งครัดและทบทวนปรับปรุงมาตรการทั้งสองอย่างสม่ำเสมอ ดังนี้

- มาตรการเชิงเทคนิค (Technical Measure) เช่น การกำหนดรหัสผ่าน การเข้ารหัส (Secure Sockets Layer/SSL) ระบบรักษาความปลอดภัยของอุปกรณ์เครือข่าย เป็นต้น
- มาตรการเชิงบริหารจัดการ (Organizational Measure) เช่น การกำหนดนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ การรักษาความลับ การกำหนดสิทธิเข้าถึง การกำหนดหลักเกณฑ์ ข้อบังคับ การประเมิน และจัดการความเสี่ยง เป็นต้น

## กำหนดสิทธิในการเข้าถึง

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

### บทลงโทษ

บริษัทฯ ได้กำหนดบทลงโทษ สำหรับผู้ที่ฝ่าฝืนนโยบาย และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล โดยผู้นั้นจะต้องรับโทษทางวินัยตามระเบียบของ บริษัทอย่างไม่มี การประนีประนอม รวมถึงอาจพิจารณาดำเนินคดีตามกฎหมายเพิ่มเติม ในกรณีที่ความผิดดังกล่าวก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัท และ/หรือบุคคลอื่นใด

### การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

ทันทีที่ได้รับแจ้งหรือทราบถึงเหตุละเมิด บริษัทฯ จะดำเนินการแจ้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทราบภายใน 72 ชั่วโมง หรือในกรณีที่การละเมิดนั้นมีความเสี่ยงสูง บริษัทฯ จะดำเนินการแจ้งเหตุละเมิดพร้อมแนวทางเยียวยาเหตุละเมิดดังกล่าวให้เจ้าของข้อมูลทราบโดยไม่ชักช้า

## รายละเอียดผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล

หากมีข้อซักถามเกี่ยวกับนโยบายด้านความมั่นคงและความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีของบริษัทฯ สามารถติดต่อได้ที่ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ที่อยู่: 530 ซ. สาธุประดิษฐ์ 58 แขวง 5 แควงบางโพรง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์: 0-2826-7988 อีเมล: service@iccshopping.com

# การจัดการด้านความยั่งยืน ในมิติสังคม

“การให้” เป็นพื้นฐานของ “คนดี” บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นในการปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงาน ด้วยแนวคิดเรื่อง “การให้ 5 ประการ” หนึ่งในปรัชญาในการดำเนินธุรกิจที่บริษัทฯ ยึดถือปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง



◀ สแกน QR CODE เพื่อชมภาพยนตร์ชุด “การให้” ได้ที่นี่

# การให้

บริษัทฯ ในฐานะผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฟชั่นและความงามชั้นนำนอกจากการดำเนินงานในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนโดยมีหลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการ เป็นแนวทางในการมุ่งสู่เป้าหมายแล้ว (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้า 29) การดำเนินพันธกิจด้านสังคมเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและไม่มองข้าม รวมถึงยังมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้บุคลากรภายในองค์กรมีจิตสำนึกของการเป็น “ผู้ให้” เป็นผู้บริจาคอาสาด้วยการเป็นกำลังสำคัญในการให้ความช่วยเหลือ และริเริ่มในการจัดกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชน สังคมสิ่งแวดล้อม และสาธารณประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ

ในปี 2564 บริษัทฯ ได้ดำเนินงานภายใต้แนวคิดในเรื่อง “การให้” โดยมุ่งเน้นส่งเสริมการตระหนักรู้ สร้างความสามัคคี และศรัทธาให้กับบุคลากรภายในองค์กร ด้วยการเผยแพร่ปรัชญาของ ดร. เทียม โชควัฒนา ผู้ก่อตั้ง และการนำ

หลักคิดสู่ความสำเร็จ 7 ประการของคุณบุญเกียรติ โชควัฒนา ประธานกรรมการ เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ วารสารสายใย บอร์ดประชาสัมพันธ์ ประกาศเสียงตามสาย รวมถึงช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก เพจ ไลน์ และเว็บไซต์ [www.mop.bkc.com](http://www.mop.bkc.com) ที่ได้มีการอัปเดตเพื่อให้ทันสมัยอยู่เสมอ



## DR. BOONKIET CHOKWATANA

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



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

# อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทฯ ตระหนักถึงความปลอดภัยของพนักงาน อันเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ดังนั้น บริษัทจึงใส่ใจในด้านสุขภาพของพนักงานอย่างเข้มงวด รวมถึงให้ความสำคัญกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานเป็นสำคัญ โดยกำหนดนโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ติดตามและสำรวจการแพร่กระจายของโรคติดต่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โควิด-19 ที่มีการแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2563
2. รวบรวม ติดตาม และวิเคราะห์ผลการดำเนินธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดจากความไม่สมบูรณ์ในชีวอนามัยและความปลอดภัย
3. ร่วมมือกับภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานในองค์กรและประชาชนทั่วไป

## แนวทางการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ภายใต้การแพร่กระจายของโควิด-19

### อาคารสถานที่

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

### การปฏิบัติงาน

1. พิจารณาเลื่อน หรือระงับการเดินทางไปปฏิบัติงานทั้งนอก-ในประเทศและพื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19
2. กรณีจำเป็นต้องรับรองหรือติดต่อกับลูกค้า คู่ค้าที่มาจากประเทศหรือพื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต้องแจ้งให้ลูกค้า-คู่ค้าดังกล่าว รู้และเข้าใจถึงแนวปฏิบัติของบริษัท
3. กำหนดให้มีแนวทางในการคัดกรองผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมของบริษัท โดยจัดให้มีจุดคัดกรองเพื่อตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย รวมถึงขอผลการรับรอง การฉีดวัคซีน หรือการตรวจคัดกรองเชื้อ ( ATK หรือ RT-PCR)
4. ดึงกิจกรรมที่มีการจัดเลี้ยงอาหาร หรือของว่าง
5. ตั้งจุดบริการหน้ากากอนามัย และชุดตรวจ ATK สำหรับพนักงาน ที่ห้องพยาบาลประจำบริษัทฯ หรือที่แผนกสวัสดิการ ส่วนบริหารทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท

### สุขอนามัยส่วนบุคคล

1. ประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทราบ และเข้าใจแนวทางปฏิบัติ เพื่อป้องกัน โควิด-19 โดยจัดทำโปสเตอร์เพื่อติดตั้งตามจุดต่าง ๆ และสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น กำหนดเป็นภาพหน้าจอคอมพิวเตอร์, บอร์ดประกาศ และ Line@ เป็นต้น
2. ณรงค์ให้พนักงานล้างมือด้วยสบู่เจลแอลกอฮอล์
3. ณรงค์และกำหนดให้พนักงานต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน
4. พนักงานที่มีอาการไข้ ไอ เจ็บคอ ให้แจ้งผู้บังคับบัญชาเพื่อพบแพทย์ ลากหยุด และปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์จนกว่าจะหายเป็นปกติ

# มาตรการลดความเสี่ยงโควิด-19



3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



16 PEACE AND JUSTICE STRONG INSTITUTIONS

## รถบริการพนักงาน

- ฆ่าเชื้อภายในรถทุกครั้ง ทั้งก่อนและหลัง
- สวมหน้ากากอนามัยตลอดระยะเวลาการโดยสาร
- งดรับประทานอาหาร-เครื่องดื่มขณะโดยสาร

## ลิฟต์โดยสาร

- จัดระยะห่างภายในลิฟต์ โดยสารครั้งละไม่เกิน 4 คน
- จัดวางเครื่องจ่ายแอลกอฮอล์อัตโนมัติหน้าลิฟต์ทุกชั้น

## โต๊ะทำงาน

- จัดโต๊ะที่นั่งโดยเว้นระยะห่าง
- ติดตั้งฉากกั้นระหว่างโต๊ะทำงาน และแผนกที่ต้องติดต่อคนเป็นจำนวนมาก เช่น เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ ส่วนงานบัญชี และห้องถ่ายเอกสาร เป็นต้น

## ห้องรับประทานอาหาร

- กำหนดที่นั่งรับประทานอาหารเช้าละ 1 คน
- กำหนดเวลาพักรับประทานอาหารเพื่อลดความแออัด

## พื้นที่สำหรับบุคคลภายนอก

- กำหนดพื้นที่นั่งรอสำหรับบุคคลภายนอก
- กำหนดจุดรับ-ส่งพัสดุ ไปรษณีย์ รวมถึงติดตั้งเครื่องฆ่าเชื้อ UV



## แนวทางการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในด้านอื่น ๆ

### • การอบรมหนีไฟ

จัดตั้งหลักสูตร “การป้องกันอัคคีภัยและการอพยพหนีไฟ” และทำแบบทดสอบผ่านระบบ e-learning โดยในปี 2564 มีพนักงานที่เข้าร่วมอบรม และทำแบบทดสอบ จำนวน 1,028 คน และผ่านเกณฑ์การทำแบบทดสอบ 20 คะแนน (100%) จำนวน 1,028 คน

### • การจับที่

เนื่องจากในปี 2564 บริษัทไม่มีนโยบายในการรับพนักงานชั่วคราวใหม่ และด้วยมาตรการรักษาระยะห่างจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 บริษัทฯ จึงงดหลักสูตรกฎจราจรเพื่อความปลอดภัย “จับที่อย่างปลอดภัยใช้รถยนต์ที่ถูกต้อง” ลง โดยในปี 2565 หากสถานการณ์เข้าสู่ภาวะปกติ บริษัทฯ จะทำการอบรมต่อไป

# การบริหารและพัฒนาบุคลากร

## “พนักงาน”

### หัวใจสำคัญที่ขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนา “พนักงาน” ให้มีศักยภาพในการทำงานเป็นเลิศในทุกด้าน ไม่ใช่แค่องค์ความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน แต่ยังรวมถึงความตระหนักรู้คุณค่า และมุ่งมั่นสู่การเป็น “ผู้ให้” อย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยได้กำหนดนโยบายในการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบในทุกระดับ ตั้งแต่การรับพนักงาน การปฐมฤกษ์ การจัดอบรมภายใน-ภายนอก และการประเมินผล เพื่อวัดประสิทธิภาพในการทำงานให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้



#### สถิติการอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากร

	2562		2563		2564	
	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน	จำนวนชั่วโมง	จำนวนคน
พนักงานประจำ	818	3,109	55	1,149	316	2,192
ผู้บริหารระดับต้น	60	242	59	292	72	315
ผู้บริหารระดับกลาง	44	157	63	140	21	182
ผู้บริหารระดับสูง	24	31	32	86	21	39

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นพัฒนา “พนักงานชาย” กำลังสำคัญในการสร้างกำไร โดยรักษาพนักงานชายที่เก่งให้อยู่กับองค์กร และพัฒนาให้เก่งมากขึ้น นอกจากนี้ยังสร้างให้คนเก่งกลายเป็นครูผู้สอนและพนักงานต้นแบบ เพื่อส่งต่อและให้ความรู้แก่พนักงานรุ่นหลังให้เก่งตาม ส่งผลให้องค์กรเติบโตอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิดของการให้ความรู้ ผ่านโครงการอบรมที่จะสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กร

# การพัฒนาศักยภาพและทักษะ

## โครงการ ICC Enter “train” ment

จากนโยบายบริษัทฯ ที่ต้องการปลูกฝังความคิดบวกให้กับพนักงานชายทั่วประเทศในช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่วนงานพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท จึงได้พัฒนาช่องทางการสื่อสารกับพนักงานชายทั่วประเทศขึ้นมาใหม่ โดยจัดทำเฟซบุ๊กกลุ่มปิดในชื่อ “ดูแล้วรวย” ภายใต้คอนเซ็ปต์ Enter “train” ment เพื่อสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ กับพนักงานชายทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการอบรมแบบคลาสสิก

โครงการ ICC Enter “train” ment จึงได้ถูกจัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ปลูกฝังความคิดบวก และเพื่อเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่าง ๆ โดยพนักงานชายทั่วประเทศสามารถรับชมได้ผ่านทางสมาร์ทโฟนในทุกที่ ทุกเวลา



ปัจจุบันโครงการ ICC Enter “train” ment มีสมาชิกเข้าร่วมซึ่งเป็นพนักงานชาย จำนวนทั้งสิ้น 2,724 คน มีรายการออกอากาศภายใต้ช่อง “ดูแล้วรวย” ทั้งสิ้นแล้ว จำนวน 71 ตอน

### เป้าหมายในปี 2565

โครงการ ICC Enter “train” ment จะมีการพัฒนาให้เป็นช่องทางในการอบรมออนไลน์ให้กับพนักงานชาย ทั้งในเรื่องการขาย การบริการ ความรู้เกี่ยวกับสินค้า และใช้เป็นช่องทางในการเชื่อมการอบรมกับระบบการอบรม ICC e-learning ซึ่งเป็นการอบรมแบบออนไลน์ของบริษัท

# โครงการ Diamond Crown Awards

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

## จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

### ปี 2562

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 493 คน  
ยอดขาย 3,000 ล้านบาท

2562

493  
คน3,000 ล้านบาท 

### ปี 2563

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 213 คน  
ยอดขาย 508,273,987 ล้านบาท

2563

213  
คน508,273,987   
ล้านบาท

### ปี 2564

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 233 คน  
ยอดขาย 744,359,068 ล้านบาท

2564

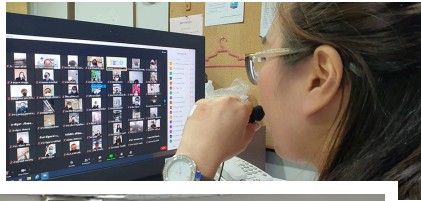
233  
คน744,359,068   
ล้านบาท

ทั้งนี้การจัดตั้งโครงการ Diamond Crown Awards นั้นมีส่วนช่วยกระตุ้น และสร้างแรงบันดาลใจให้มีพนักงานขายเก่งมากขึ้น ซึ่งโครงการนั้นนอกจากจะเป็นการเพิ่มศักยภาพทั้งส่วนบุคคลแล้ว ยังสามารถทำให้องค์กรเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

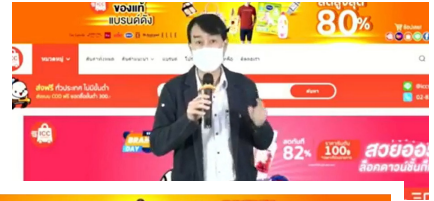


# โครงการอบรมอื่น ๆ

ปัจจุบันแม้จะยังมีการแพร่ระบาดของโควิด 19 แต่การอบรมพนักงานยังเป็นสิ่งจำเป็นอยู่เสมอ ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสำนักงานบริษัท จึงได้มีการจัดอบรม และพัฒนาพนักงานแบบ New Normal ด้วยมาตรการ Social Distancing และการนำเทคโนโลยี Application ต่าง ๆ เข้ามาใช้ ทั้งหลักสูตร Up Skill และ Re Skill ดังนี้



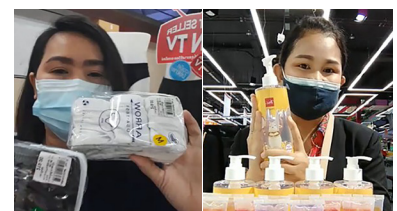
- หลักสูตรประชุมพิเศษพนักงานขายใหม่ อบรมทั้งพนักงานขายใหม่ที่ประจำกรุงเทพ และถ่ายถอดการอบรมผ่านระบบ Zoom ไปยังพนักงานขายต่างจังหวัด



- หลักสูตร ขายสินค้า Online กับ ICCSHOPPING อบรมให้พนักงานเข้าใจขั้นตอนการโพสต์ขายสินค้า Online



- หลักสูตร Personality & Character for Live อบรมพนักงานประจำสำนักงาน ที่ทำหน้าที่ Live ขายสินค้าออนไลน์



- หลักสูตร เทคนิคการ Live อย่างไรให้โดนใจลูกค้า (สำหรับพนักงานขาย) อบรมให้กับพนักงานขาย และให้พนักงานขายได้ ฝึก Live ขายสินค้าผ่านช่องทาง Facebook และนำไปปฏิบัติจริง ณ จุดขาย

# การปฏิบัติต่อแรงงาน อย่างเป็นธรรม



พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่า และเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ  
ของบริษัทฯ 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 สหกรณ์ ออมทรัพย์ เป็นต้น

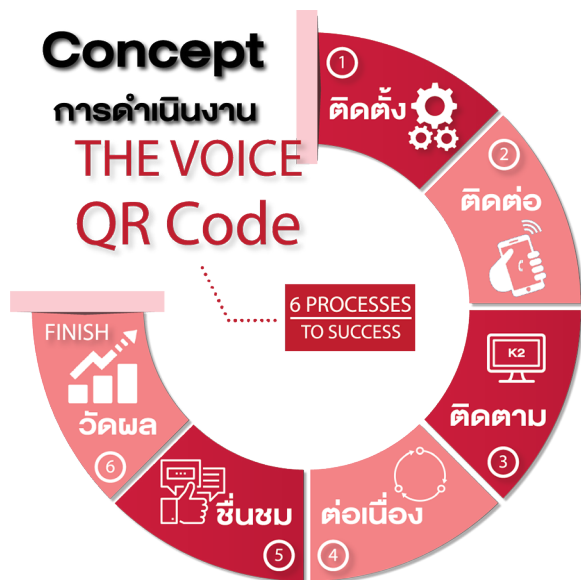


# ส่งเสริมความภาคภูมิใจต่อองค์กรด้วย นโยบายค่าตอบแทน

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



(ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One-Report ประจำปี 2564)



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

ในปี 2564 บริษัทฯ มีบุคลากร รวม 3,634 คน เป็นพนักงานขาย จำนวน 2,417 คน และพนักงานสำนักงาน จำนวน 1,217 คน ในจำนวนบุคลากรทั้งหมด **ไม่พบ** ข้อร้องเรียนที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ

# ส่งเสริมการทำงานของผู้สูงอายุ



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

ปี	ครบเกษียณ / (คน)	จำนวนคนเกษียณที่สมัครใจทำงานต่อ	
		จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
2562	59	25	42.37
2563	33	10	30.30
2564	65	28	43.08

(ตารางแสดงการยืดอายุเกษียณปี 2562-2564 ของพนักงาน บมจ. โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล)

## ตอบโจทยความสูงทุกวัยในทุกช่วงชีวิต

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้เล็งเห็นโอกาสในการเข้าถึงเศรษฐกิจผู้สูงอายุ หรือ Silver Economy โดยผลิตสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร “Collagee 5 (คอลลาจีไฟว์)” เพื่อตอบโจทย 5 ปัญหาหลักของผู้สูงอายุ ได้แก่ กระดูก ข้อต่อ สายตา ผิวพรรณ ผม และเล็บ ภายใต้แบรนด์ในการจัดจำหน่าย BSC HAPPY AGE

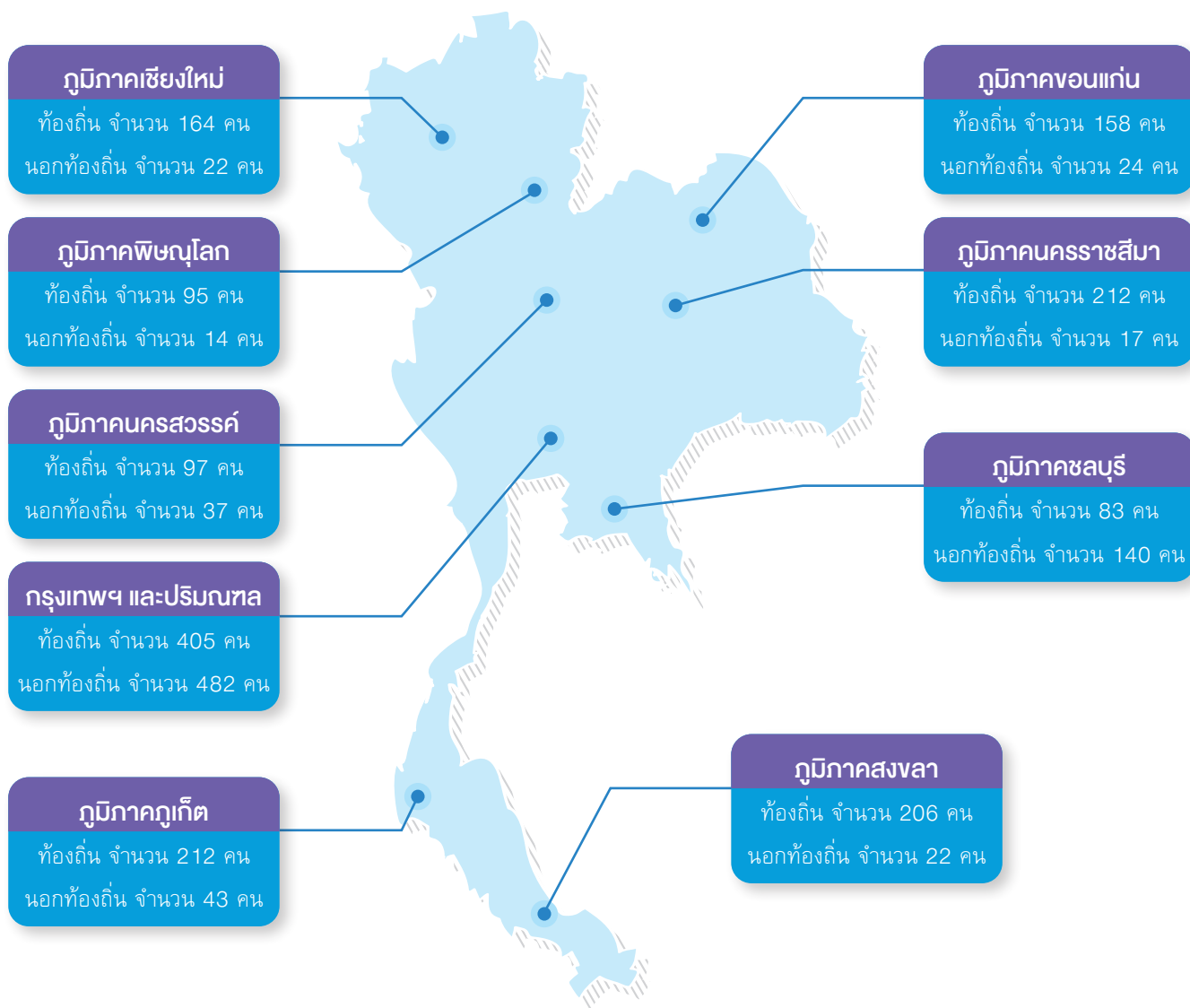
ปัจจุบัน นอกจากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทยกลุ่มลูกค้าสูงอายุ ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังได้ผลิตสินค้าเพื่อตอบโจทยความต้องการ เพื่อการมีสุขภาพที่ดีในทุกช่วงวัย ดังนี้




- Betacan3 วิตามินเสริมภูมิต้านทานสำหรับวัยรุ่นถึงวัยกลางคน
- BSC Nature Care Bio C วิตามินซีแบบเคี้ยวสำหรับเด็ก
- BSC Nature Care Mamate อาหารเสริมสำหรับผู้หญิงที่กำลังเป็นคุณแม่

# การพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น

## สร้างงาน สร้างอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงานในท้องถิ่น

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



รวมพนักงานขาย ทั้งหมด <b>2,397 คน</b> 	เป็นพนักงานท้องถิ่น ทั้งหมด <b>765 คน</b> 	คิดเป็น ร้อยละ <b>33.01</b> ของพนักงานทั้งหมด 
---	---	---

\*หมายเหตุ สามารถดูรายชื่อจังหวัดที่อยู่ในแต่ละภูมิภาคได้ที่หน้า 16 ขอบเขตรายงาน

# 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 2564 บริษัทฯ ไม่เพียงแต่รับผู้พิการเข้ามาทำงานในองค์กรเท่านั้น ยังจัดตั้งโครงการเพื่อสนับสนุนความสามารถ และสร้างโอกาสให้กับผู้พิการ และผู้ประสบปัญหาวิกฤตชีวิตทั้งร่างกาย และจิตใจ ให้มีกำลังใจกลับสู่สังคมได้อย่างมีคุณค่าและมีความสุข โดยในปี 2558 บริษัทฯ ได้จัดสถานที่ทางเลือกให้กับผู้พิการ 2 ทางด้วยกัน คือ

1. เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีสมัครใจทำงาน เข้าทำงานกับ บริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้จัดอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น ทางลาด และห้องน้ำสำหรับผู้พิการ

2. สำหรับผู้ไม่ประสงค์ทำงาน บริษัทฯ ได้จัดทำ สัมภาษณ์สินค้าเพื่อให้ผู้พิการนำไปขายสร้างอาชีพ อย่างยั่งยืนต่อไป



## โครงการจัดหาและสนับสนุนรถเข็นและอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการสำหรับเด็กและคนพิการ (RICD Wheelchair Projects)

บริษัทฯ สนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งรถเข็น หรือ อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้พิการที่ได้รับบริจาคจากองค์กรในประเทศและต่างประเทศให้กับสถาบันพัฒนาเด็กราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งดำเนินงานมาตั้งแต่ปี 2554 จนถึงปัจจุบัน

ในปี 2564 (มกราคม-ธันวาคม) บริษัทฯ ได้สนับสนุนเงินจำนวน 449,488 บาท เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการขนส่งและจ้างงานท้องถิ่นเพื่อช่วยงานมูลนิธิฯ ในการตัดเย็บวัสดุสำหรับรถเข็น และได้ดำเนินการตามแผนงานมอบรถเข็น และอุปกรณ์เครื่องช่วยคนพิการ จำนวนทั้งสิ้น 988 รายการ

## ผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+)

เพื่อให้เป็นไปตามกรอบเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน UN SDGs ในข้อ 5 ว่าด้วยความเท่าเทียมทางเพศ และเพื่อให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ สามารถทำงานได้อย่างมีความสุข บริษัทฯ จึงส่งเสริมสิทธิมนุษยชนของผู้มีความหลากหลายทางเพศอย่างเท่าเทียม โดยไม่จำกัดเพียงเพศกำเนิด เพื่อให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศสามารถแสดงออกทางเพศสภาพได้อย่างมีอิสระ ส่งเสริมผู้มีความหลากหลายทางเพศให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นในหน้าที่การงานโดยไม่ถูกเลือกปฏิบัติหรือกระทำอย่างไม่เป็นธรรม รวมถึงแสดงความยกย่องชื่นชมเมื่อผู้ปฏิบัติงานเป็นแบบอย่าง



โดยในปี 2564 บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงปัญหาด้านสิทธิมนุษยชน และเล็งเห็นศักยภาพและความสามารถในการขับเคลื่อนธุรกิจของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ จึงได้จัดตั้งกลุ่ม BNBM หรือ Be Normal Be More ขึ้นภายในบริษัทฯ เพื่อรวบรวมพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศเข้าไว้ด้วยกัน และเพื่อประกาศเจตนารมณ์ในการเป็นบริษัทที่ดำเนินงานภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมุ่งมั่นให้พนักงานเคารพสิทธิมนุษยชนและสนับสนุนความเท่าเทียมในทุกรูปแบบ นอกจากนี้ยังได้จัดตั้งโปรเจกต์ BNBM-Big Data New Business Model เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร และเพื่อสร้างสรรคกิจกรรมต่าง ๆ ภายในและภายนอกบริษัท



### เป้าหมายในปี 2565

เพื่อสร้างองค์กรที่เคารพสิทธิมนุษยชน บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติ เพื่อสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการยอมรับความแตกต่างทางเพศ และตระหนักถึงการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกรูปแบบ รวมถึงเพิ่มหัวข้อในการให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนและความเท่าเทียมทางเพศในหลักสูตรการฝึกอบรม

# การพัฒนาชุมชน และสังคม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อประเทศชาติ ชุมชน และสังคม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งสังคมและส่วนรวมที่ดี โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้



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





# โครงการส่งเสริมด้านการศึกษา

ในปี 2564 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษาของทุกประเทศ สำหรับสถานศึกษาในประเทศไทยก็เช่นกัน ทำให้สถานศึกษาไม่สามารถเปิดการเรียนการสอนได้ตามปกติ และต้องปรับรูปแบบในการเรียนการสอน ผ่านระบบการเรียนการสอนทางไกล และการสอนออนไลน์ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนด้านการศึกษาอย่างต่อเนื่อง หากสถานการณ์การแพร่ระบาดมีแนวโน้มที่จะยุติ ผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

## โครงการสานพลังประชารัฐ : สถานศึกษาด้านแบบทวิภาคีสานพลังประชารัฐ (Excellent Model School)

ตามที่รัฐบาลได้ประกาศนโยบายขับเคลื่อนประเทศด้วยยุทธศาสตร์ประชารัฐ ซึ่งเป็นการสานพลังความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมเพื่อร่วมแรงร่วมใจกันเปลี่ยนแปลงและพัฒนาประเทศให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน บริษัทฯ จึงได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในคณะทำงานโครงการ “สถานศึกษาด้านแบบทวิภาคีสานพลังประชารัฐ” หรือ Excellent Model School โดยได้ลงนามความร่วมมือกับภาครัฐบาล ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมตั้งแต่ปี 2559 สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ภายใต้โครงการ สานพลังประชารัฐ E2 : ด้านการยกระดับคุณภาพชีวิต โดยได้พิจารณา ลงนามความร่วมมือกับวิทยาลัยพณิชยการธนบุรีในการร่วมพัฒนาหลักสูตร และพัฒนาองค์ความรู้ของครูและบุคลากรในหลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการตลาด



## โครงการประกวดดนตรีไทย

ในทุกปี บริษัทฯ ได้สนับสนุนคณะดนตรีและการแสดง มหาวิทยาลัยบูรพา จัดงานประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียน ภาคตะวันออก เพื่อชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นประจำทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจรรโลงศิลปวัฒนธรรม กระตุ้นให้มีการฝึกหัด และสืบสานดนตรีไทย ด้วยการส่งเสริมให้เกิดการประกวดอย่างต่อเนื่อง



## โครงการนาฏดุริยางคศิลป์ไทยสู่เยาวชน พัฒนศิลป์สร้างคน สืบถอดวัฒนธรรมไทย

บริษัทฯ ได้มอบทุนสนับสนุน ให้กับสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม ในการจัดโครงการเพื่อสืบสาน สืบถอดศิลปวัฒนธรรมด้านนาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ และศิลปะไทยอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยร่วมกับ 11 บริษัทในเครือสหพัฒน์ ภายใต้วัตถุประสงค์ เพื่อปลูกฝังคุณค่าให้กับเยาวชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง เปิดโอกาสในการได้เรียนรู้และปลูกจิตสำนึก รักศิลปวัฒนธรรมไทยในภาคฤดูร้อน (ช่วงระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน) โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อให้เยาวชนและผู้ที่เกี่ยวข้องได้มีความรู้ ความสามารถนำผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมโครงการฯ ไปฝึกฝน ต่อยอดการเรียนรู้ และนำไปพัฒนาเพื่อประกอบอาชีพ



เพื่อสานต่อแนวคิดในเรื่อง “การให้” ในทุกมิติ ในฐานะที่บริษัทประกอบธุรกิจครอบคลุมสินค้าทั้งแฟชั่นและความงามอย่างครบวงจรและหลากหลาย เราจึงมุ่งมั่นส่งต่อการให้ไปยังกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรง เช่น ลูกค้า คู่ค้า ชัพพลายเออร์ พนักงาน และผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยอ้อม เช่น สังคม ภาครัฐ ภาคเอกชน ด้วยหลากหลายกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชุมชนและสังคม

เพราะเราเชื่อว่า “การให้” เป็นพื้นฐานความดีงามมนุษย์ สร้างจิตสำนึกของการเป็น “ผู้ให้” ที่รู้จักการเสียสละและแบ่งปันจากภายในองค์กรสู่ภายนอก

## ∴ หลากกิจกรรมภายในเพื่อชาว ICC ∴

### “ให้ชีวิต” ด้วยการบริจาคโลหิต

ส่งเสริมพนักงานให้รู้จัก “การให้” แก่ผู้อื่น ด้วยกิจกรรมบริจาคโลหิตกับสภาภชาชาติไทย “1 คนให้ หลายคนรับ” เป็นประจำทุกปี ปีละ 4 ครั้ง (ทุก ๆ 3 เดือน) ซึ่งในปี 2564 มีพนักงานเข้าร่วมลงทะเบียนบริจาคโลหิต จำนวน 362 คน มีจำนวนผู้ที่สามารถบริจาคโลหิตได้ 362 ยูนิท หรือ 144,800 ซีซี

### “ICC Click Like” ขึ้นชมพนักงานที่เป็นคนดี

ส่งเสริมและเชิดชูพนักงานที่ทำความดี เพราะทุกการกระทำควมดีควรค่าแก่การยกย่องและบอกต่อบริษัทฯ จึงปลูกจิตสำนึกและสร้างค่านิยมให้พนักงานเห็นคุณค่าของการทำความดี และสร้างความภาคภูมิใจด้วยการยกย่องเชิดชู เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับผู้อื่น จึงได้จัดให้มีกิจกรรม “คนนี้สิ ICC Click Like” ขึ้นในปี 2558 และได้สานต่อมายังปัจจุบัน ซึ่งในปี 2564 มีพนักงานที่ทำความดี จำนวน 24 คน



สิทธิในการลางาน เพื่อการปฏิบัติธรรมตามหลักศาสนา

**ปีละ 5 วัน**



บริจาคโลหิตกับสภาภชาชาติไทยเป็นประจำ

**ปีละ 4 ครั้ง**

เป็นจำนวน

**362 ยูนิท หรือ**

**144,800 ซีซี**

ในปี 2564 มีผู้กระทำความดี



เป็นจำนวน **24 คน**

### “ให้สิทธิ” ในการลาเพื่อปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา

บริษัทฯ เห็นความสำคัญในการทำงานบำรุงศาสนา จึงให้สิทธิพนักงานได้ลาปฏิบัติธรรมตามศาสนาของตนได้ ปีละ 5 วัน นอกจากนี้ยังส่งเสริมกิจกรรมศาสนกุศลต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เช่น การจัดกิจกรรมการตักบาตรในวันสำคัญตามวาระ ซึ่งในปีนี้เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 บริษัทฯ ได้มีการงดจัดพิธีการตักบาตร แต่ยังคงมีพิธีสงฆ์ในวันสำคัญตามปกติ โดยบริษัทฯ เป็นตัวแทนในการถวายภัตตาหารในรูปแบบปันโต

# ∴ ICC ร่วมใจ แบ่งปันการให้สู่ภายนอก ∴

## โครงการรับบริจาคปฏิทินตั้งโต๊ะเพื่อคนตาบอด



ฝ่ายสำนักงานบริษัท ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการรับบริจาคปฏิทินใช้แล้วจากพนักงานภายในบริษัทฯ และบริษัทในเครือ เพื่อนำไปบริจาคให้กับหน่วยงานที่ต้องการ ซึ่งในปี 2564 ได้นำปฏิทินเก่าไปมอบให้กับศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อคนตาบอดแห่งประเทศไทย จังหวัดนนทบุรี ภายใต้มูลนิธิชวนคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยปฏิทินเหล่านี้จะนำกลับมาใช้ใหม่ให้คนตาบอดได้มีสมุดสำหรับจดบันทึก และอีกส่วนหนึ่งจะถูกจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับศูนย์ฯ ในการจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็น เพื่อบำรุงรักษาสาธารณูปโภคอื่น ๆ ต่อไป

## Enfant ส่งต่อผ้าอ้อมสู่สถานสงเคราะห์เด็กอ่อน

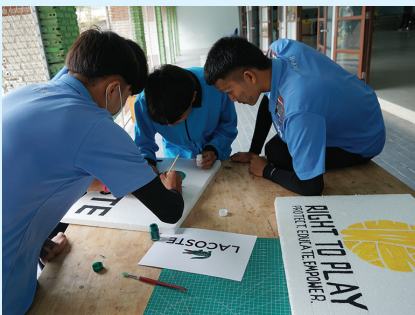


ผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก อองฟองต์ (Enfant) ชูปณิธาน “ทำประโยชน์แก่สังคม” ส่งมอบผ้าอ้อมสำเร็จรูปแก่สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนทั้ง 3 แห่ง ได้แก่

- สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนรังสิต รับมอบผลิตภัณฑ์มูลค่า 124,250 บาท
- สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนปากเกร็ด รับมอบผลิตภัณฑ์มูลค่า 243,180 บาท และ
- สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนพญาไท รับมอบผลิตภัณฑ์มูลค่า 147,800 บาท

รวมมูลค่าการส่งมอบผ้าอ้อมอองฟองต์ในการกิจครั้งนี้ทั้งสิ้น 515,230 บาท

## Lacoste มอบโอกาสและอาชีพแก่เยาวชน



มูลนิธิลาคอสต์ (Lacoste Foundation) ร่วมกับมูลนิธิ Right to Play ประเทศไทย จัดกิจกรรมโครงการปลดล๊อคศักยภาพ (UP: Youth Unlocking their Potential) เพื่ออบรมทักษะอาชีพด้านการขายและการบริการแบบฉบับพนักงานขายร้านลาคอสต์ ให้แก่อดีตเยาวชนผู้กระทำความผิด อายุ 15-24 ปี ณ ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชน เขต 3 จังหวัดนครราชสีมา ให้มี “โอกาสครั้งที่สอง” ในการเริ่มต้นใหม่ และอนาคตที่สดใส เพื่อป้องกันการกระทำผิดซ้ำในช่วง 1 ปี หลังได้รับการปล่อยตัว

## ICC ร่วมจัดสร้างวิหาร “อู่ทอง เกียน ไท้” เพื่อสืบสานพุทธศาสนา

บริษัทฯ น้อมนำเจตนารมณ์ท่านประธานเครือสหพัฒน์ คุณบุญยสิทธิ์ โชควัฒนา ที่มีความประสงค์จะจัดสร้างวิหารกวนอิม “อู่ทอง เกียน ไท้” เพื่อเป็นที่ประดิษฐานองค์พระโพธิสัตว์อวโลกิเตศวร ปางประทับบนเต่ามังกร ณ สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ตำบลนนทรี อำเภอekinบุรี จังหวัดปราจีนบุรี โดยได้บริจาคเงินจำนวน 2,500,000 บาท เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการก่อสร้างวิหาร



ปัจจุบัน วิหารกวนอิม “อู่ทอง เกียน ไท้” แม้จะอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง แต่ยังสามารถเดินทางไปสักการบูชาองค์พระโพธิสัตว์อวโลกิเตศวรได้ตามปกติ และสำหรับผู้ที่มีจิตศรัทธา สามารถร่วมบริจาคตามกำลังทรัพย์ได้ที่ มูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนา เลขที่บัญชี 068-292-0498 ธ. ไทยพาณิชย์ สาขา สาธุประดิษฐ์ หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ 0-2293-9000

# การจัดการด้านความยั่งยืน ในมิติสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นสู่การเป็นองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการ  
บริหารจัดการด้านพลังงาน น้ำ ของเสีย และขยะอย่างมีประสิทธิภาพ  
ควบคู่ไปกับการปลูกฝังให้พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมี  
จิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม

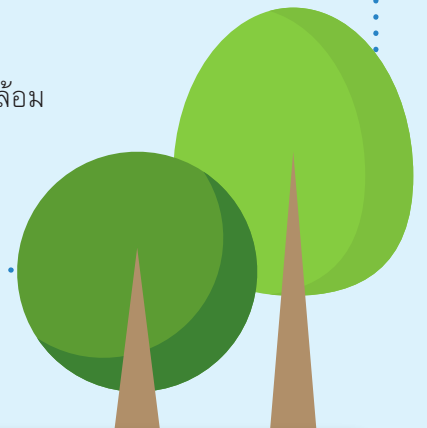


# นโยบายสิ่งแวดล้อม



บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ใส่ใจ และดูแลในทุกกระบวนการผลิต การจัดทำจ่าย และการให้บริหารในทุกผลิตภัณฑ์ มาอย่างยาวนาน รวมทั้งคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและพลังงาน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องตามกฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการทบทวน และประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
2. สร้างนวัตกรรมองค์กรและสร้างจิตสำนึกให้พนักงานทุกระดับเกิดความร่วมมือ และความรับผิดชอบต่อในการจัดการสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน
3. ส่งเสริมให้ความรู้ และฝึกอบรมแก่พนักงานทุกคนในเรื่องสิ่งแวดล้อม ผ่านระบบ e-learning อันประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม และการประหยัดพลังงาน พร้อมแบบทดสอบความเข้าใจซึ่งอยู่ในระหว่างการดำเนินงาน และผลักดันให้เป็นหัวข้อหนึ่งในการอบรมพนักงานใหม่
4. ส่งเสริมระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด มีมาตรการบำบัด และฟื้นฟู การทดแทน การเฝ้าระวังดูแล และป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
5. มีระบบคัดเลือกคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานที่ดำเนินธุรกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
6. ส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ปี 2564 **ไม่มี** ข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชนใกล้เคียงบริษัทฯ

ปี 2564 **ไม่มี** กรณีละเมิดกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ

# การบริหารและจัดการ ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ในฐานะผู้ผลิตสินค้าด้านแฟชั่นและความงาม เราตระหนักถึงความสำคัญในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเฉพาะอย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเรามีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานตามกรอบการบริหารและจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อสะท้อนความรับผิดชอบต่อที่มีต่อสังคม จากต้นน้ำสู่ปลายน้ำตั้งแต่การคัดเลือกคู่ค้า สรรหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดส่ง และบริการหลังการขาย

## ลดการใช้พลังงานภายในอาคารสำนักงาน

- ศึกษาและหามาตรการการประหยัดพลังงานในรูปแบบต่าง ๆ
- ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการประหยัดพลังงาน ด้วยการจัดอบรมบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม

## ลดปริมาณขยะและของเสีย

- plugged จิตสำนึกในการลดปริมาณขยะและของเสียด้วยแนวคิด 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle)
- ส่งเสริมการใช้วัสดุอย่างมีความรับผิดชอบต่อโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขวดน้ำพลาสติก และกระดาษ

## ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

- ศึกษาและหามาตรการการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกอย่างจริงจัง ทั้งทางตรงและทางอ้อม
- สนับสนุนการใช้ปริมาณทางเลือก
- จัดหาหน่วยงานภายนอก เพื่อตรวจสอบการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม และจัดทำข้อมูลอย่างเปิดเผยเป็นครั้งแรก

## ยกระดับความหลากหลายทางชีวภาพ

- อนุรักษ์และส่งเสริมการสร้างที่อยู่อาศัยให้กับสัตว์และพืช
- สรรหาวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอย่างยั่งยืน



# ธุรกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อ  
ผู้บริโภค ทั้งใส่ใจและดูแลในการผลิต การจัดจำหน่าย รวมถึงบริการ  
ในทุก ๆ ผลิตภัณฑ์ มาอย่างยาวนาน



## “ENFANT” แบนด์เสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก

ใส่ใจและพิถีพิถันในการคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิตเสื้อผ้าและ  
ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก โดยคำนึงถึงคุณภาพ ความปลอดภัยความ  
ใส่ใจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังพัฒนา  
แบรนด์อย่างต่อเนื่องเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยภายใต้  
มาตรฐาน 4 ประการ ได้แก่

- Pure & Natural with Best Quality ใส่ใจในการเลือกสรรวัตถุดิบ  
จากธรรมชาติและพิถีพิถันทุกขั้นตอนการผลิต
- Baby friendly ออกแบบผลิตภัณฑ์ตามสรีระเด็กอ่อน โดยคำนึง  
ถึงความปลอดภัยและพัฒนาการเป็นหลัก
- Healthy and Safe ใช้วิธีฟอกย้อมแบบธรรมชาติ เพื่อให้ได้ผ้าที่นุ่มและเป็นมิตรต่อผิวของลูกน้อย
- Leading Innovation มุ่งค้นคว้าและพัฒนานวัตกรรม สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ปลอดภัยต่อลูกและปลอดภัย  
ต่อโลกของเรา

## สนับสนุนเครื่องสำอางที่ไม่มีการทดลองกับสัตว์

บริษัทฯ นอกจากจะมุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าให้ทันสมัย  
และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ยังคำนึงถึงหลักการกำกับ  
ดูแลที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และเพื่อให้  
ลูกค้ามั่นใจ และวางใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ BSC  
บริษัทฯ ร่วมรณรงค์ยุติการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทดลองกับสัตว์ ภายใต้  
สัญลักษณ์ Cruelty Free โดยได้ติดสัญลักษณ์บนผลิตภัณฑ์ เช่น  
BSC Cosmetology และ Purecare by BSC เพื่อแสดงเจตนารมณ์  
และเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผลิตภัณฑ์



# การจัดการด้านพลังงานไฟฟ้า

เนื่องจากในปี 2564 ยังคงเป็นปีที่บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้บริษัทฯ ต้องลดปริมาณค่าใช้จ่ายลงในหลายส่วน แต่อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ยังคงมีมาตรการในการกำกับดูแลการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยกระทบต่อการดำเนินงานน้อยที่สุด ดังนี้



- ปรับเวลาปิดอาคารสำนักงานเร็วขึ้น 1 ชั่วโมง
- ปรับเวลาในการเปิด-ปิดเครื่องปรับอากาศ เพื่อให้ชั่วโมงในการทำงานลดลง
- เปิดใช้งานพลังงานไฟฟ้าเฉพาะจุดที่จำเป็นเท่านั้น



ในปี 2563 บริษัทฯ เสียค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานไฟฟ้า เป็นเงิน 20,138,000 ล้านบาท โดยหลังใช้มาตรการดังกล่าว ในปี 2464 บริษัทฯ เสียค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานไฟฟ้า เป็นเงิน 16,883,000 ล้านบาท ลดลงจากปี 2563 เป็นเงิน 3,255,000 ล้านบาท หรือเสียค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานไฟฟ้า ลดลง 16.16%

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อม และการนำพลังงานทดแทนมาใช้ โดยในปี 2559 บริษัทฯ ได้จัดทำโครงการระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) ด้วยการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารที่ทำการบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ กรุงเทพฯ ด้วยรูปแบบหลังคาเมทัลชีท

ทดแทนการใช้ไฟฟ้าได้

**111,656 kW**

ประหยัดได้

**641,137 บาท/ปี**

วันธรรมดา

ใช้ไฟฟ้าเฉลี่ย

**700 kW**

วันเสาร์-อาทิตย์

ใช้ไฟฟ้าเฉลี่ย

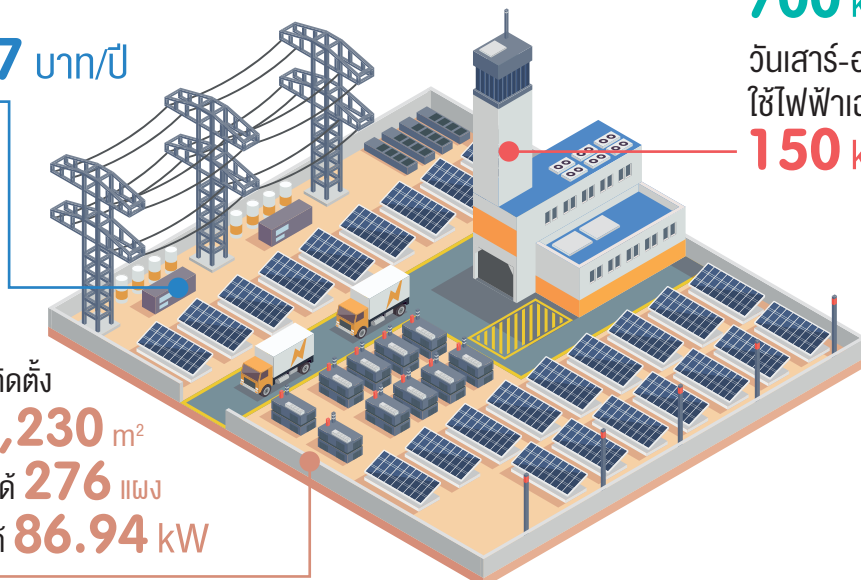
**150 kW**

พื้นที่ในการติดตั้ง

ประมาณ **1,230 m<sup>2</sup>**

สามารถติดตั้งได้ **276** แผง

ผลิตไฟฟ้าได้ **86.94 kW**

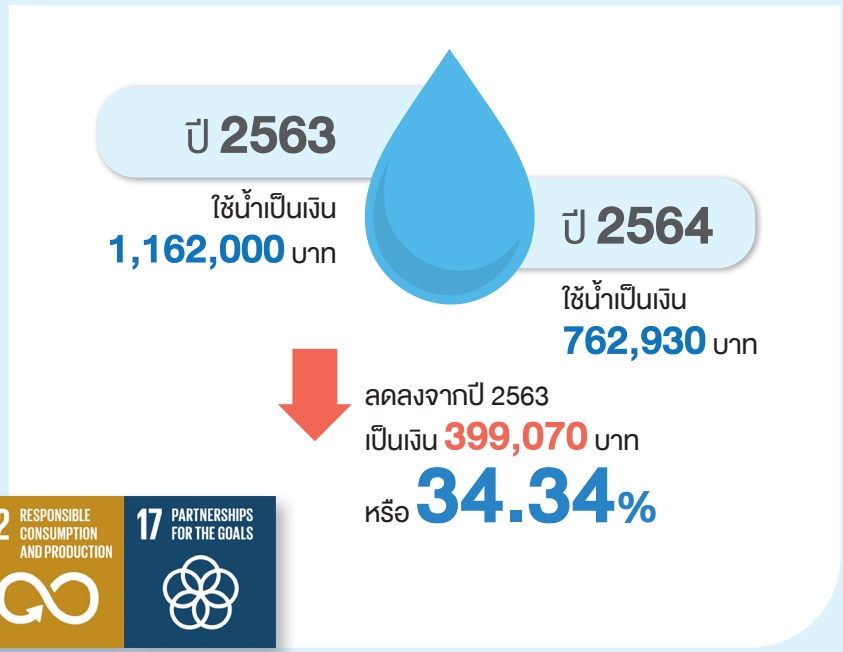




# การจัดการน้ำ

ทรัพยากรน้ำ เป็นทรัพยากรที่สำคัญ และเป็นสิ่งที่จำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์และสัตว์ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าวและมีความมุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ขณะเดียวกันก็ควบคุมดูแลไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อมโดยรอบจากการปล่อยน้ำเสีย

โดยบริษัทฯ ได้จัดทำการบำบัดน้ำเสีย จากกิจกรรมอาคารสำนักงาน ภายใต้มาตรฐานคุณภาพน้ำตามกฎหมายกำหนด ก่อนปล่อยลงสู่แหล่งตามธรรมชาติ เพื่อให้ชุมชนได้นำกลับมาหมุนเวียนใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การนำมารดน้ำต้นไม้ การนำมาทำความสะอาด นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้พนักงานเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำด้วยวิธีการต่าง ๆ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เพิ่มมาตรการในการจัดการน้ำ โดยตรวจเช็คมิเตอร์น้ำทุกวัน เพื่อสังเกตปริมาณของการใช้น้ำในแต่ละวัน และเพื่อเป็นการป้องกันกรณีหากมีการรั่วไหลของน้ำจะได้สามารถจัดการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันก่วงที



## สืบสานปณิธาน เพราะ “น้ำ” คือชีวิต

บริษัทฯ ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำตามแนวพระราชดำริ ของชุมชนสหกรณ์การเกษตรแบบรวมกลุ่ม โครงการเพชรน้ำหนึ่ง จังหวัดเพชรบุรี จำกัด โดยมูลนิธิอุทกพัฒน์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ร่วมกับมูลนิธิ ดร. เทียม โชควัฒนา และพนักงานในเครือสหพัฒน์ร่วมสนับสนุน โดยเริ่มระดมทุนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ มาตั้งแต่ปี 2560 จนถึงปัจจุบันความสำเร็จจากโครงการ ส่งผลให้ชาวบ้านในโครงการเพชรน้ำหนึ่งมีน้ำที่เพียงพอในการผลิตพืชผล มีห้องเย็นสำหรับเก็บและบรรจุผลผลิตพร้อมจัดส่งและจำหน่าย สร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัวอย่างยั่งยืน



# การจัดการปัญหาขยะ

ในปี 2564 บริษัทฯ ได้ดำเนินงานเพื่อปลูกจิตสำนึกพนักงานให้ใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ผ่านการรณรงค์ต่าง ๆ เช่น ลดการใช้พลังงาน ลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง รวมถึงการคัดแยกขยะ ภายใต้แนวคิด 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) โดยมีเป้าหมายหลัก คือ การเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



- คัดแยกประเภทของกระดาษที่ใช้งานภายในบริษัท
  - สนับสนุนให้แต่ละส่วนงาน มีการคัดแยกประเภทของกระดาษที่ใช้งานแล้วออกจากขยะประเภทอื่น โดยการนำกระดาษที่ใช้แล้ว 1 หน้า มาหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycle) รวมถึงแปรรูปเป็นกระดาษไนต์/สมุดไนต์แทนการใช้โพสต์อิท (Reused)
  - ทำลายเอกสารสำคัญที่ใช้งานไม่ได้แล้วด้วยเครื่องย่อยกระดาษ และจัดจำหน่าย โดยในปี 2564 บริษัทฯ ได้รวบรวมกระดาษที่ใช้งานไม่ได้แล้ว ประกอบด้วย กล่องกระดาษ เศษกระดาษที่ผ่านการย่อยสลาย กระดาษขาว-ดำ กระดาษหนังสือพิมพ์ รวม 1,015 กิโลกรัม จำหน่ายได้ราคา 3,525 บาท ซึ่งถือเป็นการใช้กระดาษอย่างมีคุณค่า ครอบคลุมการลดการใช้กระดาษ และเข้าสู่กระบวนการย่อยสลายเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ตามระบบ
- นำเอาช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนการใช้กระดาษ (Paperless) ในทุกส่วนงาน ส่งผลให้จำนวนการใช้กระดาษและยอดสั่งซื้อกระดาษสำหรับใช้ภายในบริษัท ลดลงอย่างมีนัยยะ ทั้งนี้การนำช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนการใช้กระดาษเป็นนวัตกรรมที่ได้รับรางวัลจากโครงการประกวด ICC INNOVATION ประจำปี 2560
- เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทฯ ได้มีการตรวจสอบสภาพการใช้งานตามวาระประจำปี และคัดอุปกรณ์ที่ใช้งานไม่ได้แล้ว เช่น คอมพิวเตอร์ ปริ้นเตอร์ จอโทรทัศน์ อุปกรณ์ส่องสว่างส่งต่อเพื่อจัดจำหน่ายยังโรงงานที่มีกระบวนการรีไซเคิลขยะอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ
- ในปี 2564 บริษัทฯ ได้เล็งเห็นปริมาณการใช้งานขยะพลาสติกที่เพิ่มขึ้นจากสถานการณ์โควิด-19 จึงได้จัดตั้งถังขยะสำหรับคัดแยกโดยเฉพาะ แบ่งออกเป็นถังขยะสำหรับโฟมและบรรจุภัณฑ์ ถังขยะเศษอาหาร และถังขยะสำหรับขวดพลาสติก โดยขยะประเภทต่างๆ จะถูกนำเข้าสู่กระบวนการย่อยสลายเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ตามระบบ ขณะที่ขวดพลาสติกบริษัทฯ ได้ทำการคัดแยกโดยส่วนหนึ่งนำไปบริจาคให้กับองค์กรที่ต้องการ และบางส่วนนำจัดจำหน่าย โดยในปี 2564 ได้มีการจัดจำหน่ายขวดพลาสติก รวม 121 กิโลกรัม เป็นเงิน 633 บาท

## ICC ส่งต่อขวดพลาสติกเพื่อแปรรูป



ส่วนงานประชาสัมพันธ์ ร่วมกับส่วนงานธุรการ ฝ่ายสำนักงานบริษัท ได้จัดตั้งจุดรับบริจาคขวดน้ำเหลือใช้ บริเวณหน้าห้องน้ำของทุกชั้นในอาคารสำนักงานใหญ่ จากนั้นได้ทำการคัดแยกฝา ฉลาก และนำไปบริจาคให้กับวัดจากแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดย “ขวดพลาสติก” จะถูกนำไปแปรรูปเป็นเส้นใยสำหรับผลิตจีวรพระ และเสื้อผ้าต่างๆ “ฉลาก” จะนำไปหลอมกลับมาเป็นพลังงานเชื้อเพลิง และ “ฝา” ถูกนำไปหลอมเป็นของใช้พลาสติกอีกครั้งทดแทนการสร้างใหม่

# การจัดการด้านก๊าซเรือนกระจก

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

ปัจจุบัน บริษัทฯ ยัง **ไม่มีข้อมูล** ในการจัดทำรายงานฉบับนี้ แต่ในปี 2565 บริษัทฯ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการตระหนักถึงปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก บริษัทฯ มีแผนที่จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดทำ เพื่อใช้ในการยื่นเรื่องขอการทวนสอบข้อมูลและขอรับรองข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากผู้ทวนสอบที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจาก องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (อบก.) หรือเทียบเท่า โดยคาดว่าจะสามารถเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวได้ในปี 2566



ตัวอย่างตารางแสดงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ที่คาดว่าจะสามารถเปิดเผยข้อมูลได้



ประเภทของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	หมายเหตุ
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเผาไหม้ของเครื่องจักร</li> <li>• การใช้สารเคมีในการบำบัดน้ำเสีย</li> <li>• การใช้ยานพาหนะของบริษัทฯ (ที่บริษัทเป็นเจ้าของ)</li> <li>• ระบบความเย็น</li> </ul>	อยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูล เพื่อยื่นทวนสอบ	
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม <ul style="list-style-type: none"> <li>• พลังงานไฟฟ้า</li> <li>• พลังงานความร้อน</li> <li>• พลังงานไอน้ำ</li> </ul>	อยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูล เพื่อยื่นทวนสอบ	

# ∴ การสรุปผลการดำเนินงาน ∴

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ภาคธุรกิจต้องปรับปรุงพัฒนากระบวนการทำงานอย่างรวดเร็ว ต้องเฝ้ามองตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและต้องตอบสนองการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

นับตั้งแต่ไวรัสโควิด-19 ระบาดในปี 2563 เป็นต้นมา ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมใจกันพัฒนาวิธีคิดและวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ทำให้เราสามารถนำพองค์กรผ่านภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนมาได้อย่างดี

ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นปลูกฝังคุณค่าของ “CHANGES” ให้เป็นคุณค่าขององค์กร เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนได้ซึมซับคุณค่านี้จนเป็นค่านิยมขององค์กร ( Values ) เพื่อการพัฒนาและเติบโตไปข้างหน้าด้วยกันอย่างมั่นคงและยั่งยืนตลอดไป



## 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	35-39	
G4-3	GRI 102	General Disclosures	102-1	Name of the organization	Front/Back Cover	15,55	
G4-4	GRI 102	General Disclosures	102-2	Activities, brands, products, and services	6-7, 27	13-15,16-26	
G4-5	GRI 102	General Disclosures	102-3	Location of headquarters	16, 47, Back Cover	55, Back Cover	
G4-6	GRI 102	General Disclosures	102-4	Location of operations	16, 47, Back Cover	55, Back Cover	
G4-7	GRI 102	General Disclosures	102-5	Ownership and legal form	6-7, 12	8, 189, 207	
G4-8	GRI 102	General Disclosures	102-6	Markets served	6-7	17-26	
G4-9	GRI 102	General Disclosures	102-7	Scale of the organization	19, 12, 59	16, 46-53	
G4-10	GRI 102	General Disclosures	102-8	Information on employees and other workers	57-61	56-75, 88	
G4-11	GRI 102	General Disclosures	102-41	Collective bargaining agreements			
G4-12	GRI 102	General Disclosures	102-9	Supply chain	33, 44-45	8-15, 28-32	
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, 26	8	
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		114-188	
G4-18	GRI 102	General Disclosures	102-46	Defining report content and topic Boundaries	16		
G4-19	GRI 102	General Disclosures	102-47	List of material topics	20-21		
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	24-25	56-103	
G4-25	GRI 102	General Disclosures	102-42	Identifying and selecting stakeholders	24-25	56-103	
G4-26	GRI 102	General Disclosures	102-43	Approach to stakeholder engagement	24-25, 39-41	56-103	
G4-27	GRI 102	General Disclosures	102-44	Key topics and concerns raised	20-21		
G4-28	GRI 102	General Disclosures	102-50	Reporting period	16		
G4-29	GRI 102	General Disclosures	102-51	Date of most recent report	16		
G4-30	GRI 102	General Disclosures	102-52	Reporting cycle	16		
G4-31	GRI 102	General Disclosures	102-53	Contact point for questions regarding the report	16	69-70	
G4-32-a	GRI 102	General Disclosures	102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	16		
G4-32-b	GRI 102	General Disclosures	102-55	GRI content index	75-80		
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	19	76	
G4-35	GRI 102	General Disclosures	102-19	Delegating authority		81-86	

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	
G4-36	GRI 102	General Disclosures	102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	62-73	63-73	
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	19	215	
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		212	
G4-41	GRI 102	General Disclosures	102-25	Conflicts of interest		106-111	
G4-42	GRI 102	General Disclosures	102-26	Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy		215	
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	32	16-26, 13-15	
G4-46	GRI 102	General Disclosures	102-30	Effectiveness of risk management processes	31	214	
G4-47	GRI 102	General Disclosures	102-31	Review of economic, environmental, and social topics	32	104-111	
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	57	83-84, 213	
G4-52	GRI 102	General Disclosures	102-36	Process for determining remuneration		83-84, 213	
G4-53	GRI 102	General Disclosures	102-37	Stakeholders' involvement in remuneration			
G4-54	GRI 102	General Disclosures	102-38	Annual total compensation ratio		97-98	
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	8-10		
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	57		
G4-DMA-c	GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		16-27, 36-39	
G4-EC1	GRI 201	Economic Performance	201-1	Direct economic value generated and distributed			
G4-EC2	GRI 201	Economic Performance	201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change			
G4-EC3	GRI 201	Economic Performance	201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	58	66-67, 88	
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 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-EC8	GRI 203	Indirect Economic Impacts	203-2	Significant indirect economic impacts	71		
G4-EC9	GRI 204	Procurement Practices	204-1	Proportion of spending on local suppliers	33, 59		
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	70		
G4-EN4	GRI 302	Energy	302-2	Energy consumption outside of the organization			
G4-EN5	GRI 302	Energy	302-3	Energy intensity	70		
G4-EN6	GRI 302	Energy	302-4	Reduction of energy consumption	70-72		
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	71		
N/A	GRI 303	Water and Effluents	303-2	Management of water discharge-related impacts	71		
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	71		
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	68		
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	N/A		
G4-EN16	GRI 305	Emissions	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	73		
G4-EN17	GRI 305	Emissions	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions			
G4-EN18	GRI 305	Emissions	305-4	GHG emissions intensity	73		
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	72		
G4-EN24	GRI 306	Effluents and Waste	306-3	Significant spills			
G4-EN25	GRI 306	Effluents and Waste	306-4	Transport of hazardous waste			
G4-EN26	-	-	-	-			
G4-EN27	NA	NA	NA	NA			
G4-EN28	GRI 301	Materials	301-3	Reclaimed products and their packaging materials			
G4-EN29	GRI 307	Environmental Compliance	307-1	Non-compliance with environmental laws and regulations			
G4-EN30	NA	NA	NA	NA			

G4 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-EN31	Several	Several	NA	NA			
G4-EN32	GRI 308	Supplier Environmental Assessment	308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	67		
G4-EN33	GRI 308	Supplier Environmental Assessment	308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken			
G4-EN34	GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components			
G4-LA1	GRI 401	Employment	401-1	New employee hires and employee turnover [This Standard includes a Standard Interpretation on how to calculate the rates of new employee hires and employee turnover.]	58-59		
G4-LA2	GRI 401	Employment	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	57	66-67, 88	
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	50-51		
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	50-51	66-67, 88	
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	50-51		
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-5	Worker training on occupational health and safety	51		
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-6	Promotion of worker health	34-35		
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	34-35		
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system		66-67, 88	
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-9	Work-related injuries	N/A	66	
N/A	GRI 403	Occupational Health and Safety	403-10	Work-related ill health	N/A		
G4-LA9	GRI 404	Training and Education	404-1	Average hours of training per year per employee	54		
G4-LA10	GRI 404	Training and Education	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	53-55	93-94	
G4-LA11	GRI 404	Training and Education	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	52		
G4-LA12	GRI 405	Diversity and Equal Opportunity	405-1	Diversity of governance bodies and employees	60-61		
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	33		



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-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	60-61		
G4-HR2	GRI 412	Human Rights Assessment	412-2	Employee training on human rights policies or procedures	61	93-94	
G4-HR3	GRI 406	Non-discrimination	406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	57		
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	60-61		
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	71		
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	42-43	66-67, 101-103	
G4-SO4	GRI 205	Anti-corruption	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	42-43	93-94	
G4-SO5	GRI 205	Anti-corruption	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	N/A	102	
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	42-43		
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	69		
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 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-PR3	GRI 417	Marketing and Labeling	417-1	Requirements for product and service information and labeling	69		
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	46-47		
G4-PR9	GRI 419	Socioeconomic Compliance	419-1	Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area			



เราสรรสร้างความสุขและความสวยงามเพื่อปวงชน



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

530 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120

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

เว็บไซต์ : <http://www.icc.co.th> อีเมล : [webmaster@icc.co.th](mailto: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

