



วิสัยทัศน์

SCG Decor มีวิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำในธุรกิจตกแต่งพื้นผิว และสุขภัณฑ์ ที่สร้างแรงบันดาลใจ และสร้างสรรค์พื้นที่แห่งความสุข ด้วยนวัตกรรมที่ยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

- มุ่งพัฒนาและออกแบบสินค้าตกแต่งพื้นผิวและสุขภัณฑ์ รวมทั้งอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ทั้งในด้านความสวยงามและคุณสมบัติที่เหนือกว่าในการใช้งานด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ
- พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่ในการใช้ชีวิต พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง
- ขับเคลื่อนความเป็นแบรนด์ที่ครองใจผู้บริโภค ที่ได้รับความไว้วางใจและความนิยมสูงสุดในกลุ่มธุรกิจตกแต่งพื้นผิว และสุขภัณฑ์ (The Most Admired & Trusted Band)
- เสริมสร้างองค์กร และพัฒนาระบบการจัดการที่สนับสนุนให้บุคลากรได้ใช้ศักยภาพของตนเองอย่างสูงสุด
- ดำเนินธุรกิจตามแนวทาง ESG ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล

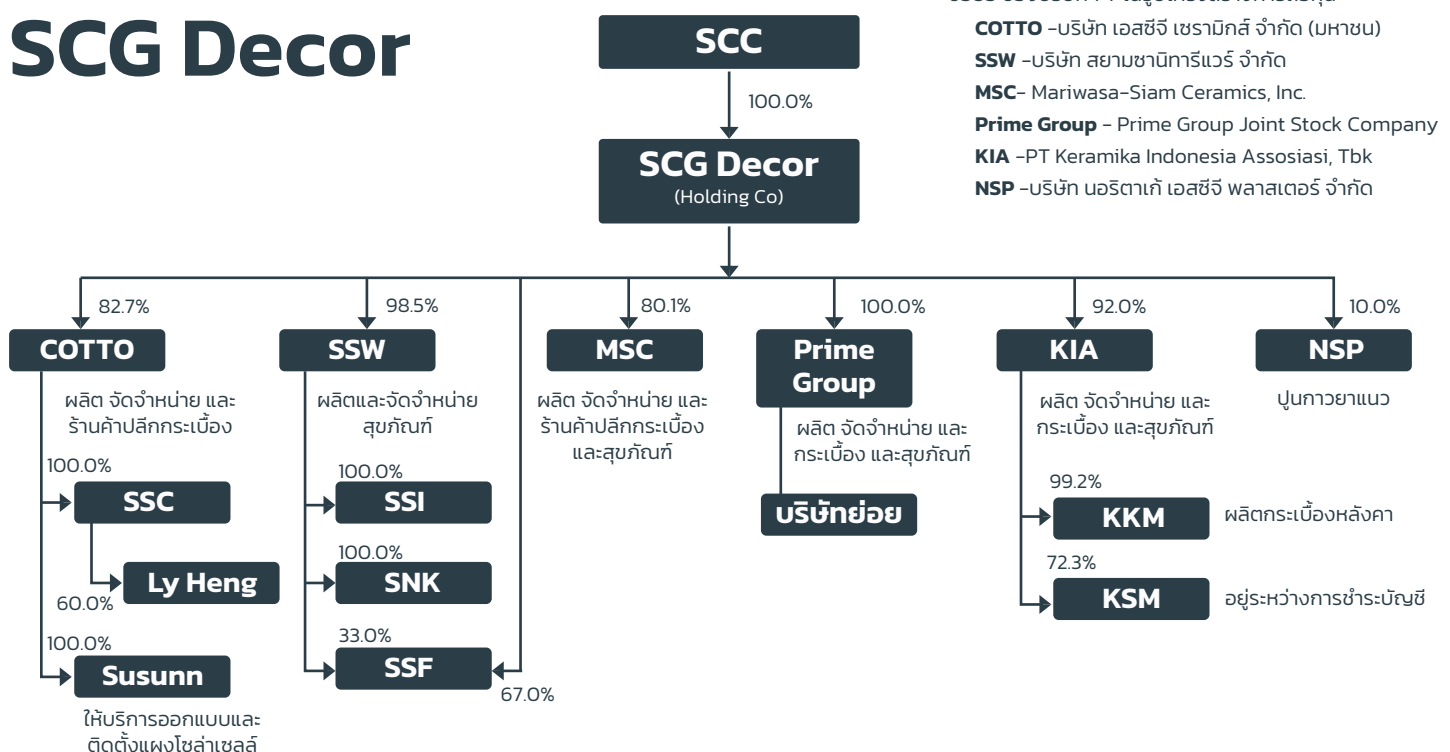
ลักษณะการประกอบธุรกิจ

SCG Decor เป็นบริษัทแกนหลักของ เอสซีจี ในการประกอบธุรกิจตกแต่งพื้นผิวและสุขภัณฑ์ (Decor Surfaces & Bathroom) พร้อมช่องทางจัดจำหน่ายทั่วทั้งภูมิภาคอาเซียน โดยมีบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย ประเทศเวียดนาม ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย

กลุ่มบริษัทหลัก

- 1 บริษัท เอสซีจี เซรามิกส์ จำกัด (มหาชน) หรือ COTTO**
ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระเบื้องปูพื้นและบุผนังในประเทศไทย มียอดขายกระเบื้องเซรามิกเป็นอันดับ 1 ในประเทศ ด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 33.0
- 2 บริษัท สยามซานิทารีแวร์ จำกัด (SSW)**
ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสุขภัณฑ์ในประเทศไทยและส่งออกไปต่างประเทศ มียอดขายสุขภัณฑ์เป็นอันดับ 1 ในประเทศ ด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 32.8
- 3 Prime Group**
ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระเบื้องปูพื้นและบุผนังในประเทศเวียดนาม มียอดขายเป็นอันดับ 1 ในประเทศ ด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 26.4
- 4 บริษัท Mariwasa-Siam Ceramics, Inc (MSC)**
ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระเบื้องปูพื้นและบุผนังในประเทศฟิลิปปินส์ มียอดขายเป็นอันดับ 1 ในประเทศ ด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 16.8
- 5 PT Keramika Indonesia Assosiasi, Tbk (KIA)**
ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระเบื้องปูพื้นและบุผนังในประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งมีประชากร 276 ล้านคน สูงที่สุดในภูมิภาคอาเซียน มูลค่าตลาดกระเบื้องปูพื้น บุผนัง และสุขภัณฑ์

โครงสร้างการถือหุ้นของ SCG Decor





จุดเด่นทางธุรกิจ

- **ผู้นำธุรกิจในอาเซียน**: เป็นผู้นำธุรกิจตกแต่งพื้นผิวและสุขภัณฑ์ (Decor Surfaces and Bathroom Sanitary) ในภูมิภาคอาเซียน เพื่อตอบโจทย์การเป็น “Space of Happiness – For Better Living of ASEAN People” แก่ผู้บริโภคกว่า 560 ล้านคน (ไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย)
- **สินค้าครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า**: มีแบรนด์เป็นที่รู้จักและยอมรับในภูมิภาค มีผลิตภัณฑ์หลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าทั้งระดับบน กลาง และตลาดแมส รวมถึงได้รับความไว้วางใจจากผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำ
- **ทีมออกแบบและวิจัยพัฒนาสินค้าทั่วอาเซียน**: มีทีมออกแบบและทีมวิจัยพัฒนาสินค้าที่มีความเชี่ยวชาญกว่า 250 คน ทั่วอาเซียน สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (HVA Products) และนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ เช่น COTTO Smart Toilet ตอบโจทย์เทรนด์สุขภาพและอนามัย, กระเบื้อง LT by COTTO, กระเบื้องฟอกอากาศ Air ion, ผลิตภัณฑ์ยาแนว เป็นต้น
- **คุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์หลากหลาย**: นำเสนอผลิตภัณฑ์ตกแต่งพื้นผิวภายในและภายนอกกระเบื้องปูพื้น และบุผนัง กระเบื้องขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่ และสุขภัณฑ์รวมถึงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องหลากหลาย สามารถตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ของลูกค้า ด้วยเทคโนโลยีการผลิตชั้นนำ เครื่องจักรอัตโนมัติและปัญญาประดิษฐ์
- **ช่องทางจำหน่ายที่ครอบคลุม**: มีช่องทางจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมระดับภูมิภาค ทั้งร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกของ SCG Decor ร้านคลังเซรามิก 100 สาขาในประเทศไทย การขายตรงแก่ลูกค้าโครงการ และมีเครือข่ายร้านผู้แทนจำหน่ายที่แข็งแกร่ง โดย SCG Decor มีเครือข่ายตัวแทนจำหน่าย (Dealer) กว่า 592 รายในประเทศไทย และ 277 ราย ในต่างประเทศ ซึ่งครอบคลุมพื้นที่สำคัญของแต่ละประเทศ
- **เติบโตอย่างยั่งยืนด้วยมาตรฐานระดับโลก**: พัฒนาผลิตภัณฑ์รักษ์โลกและกระบวนการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดของเสียจากการผลิตและนำกลับมาหมุนเวียนเป็นผลิตภัณฑ์รักษ์โลกเพื่อสร้างรายได้ลดต้นทุนพลังงานด้วยการเพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียนและเพิ่มการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ มุ่งบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 (NET ZERO 2050) สอดคล้องกับแนวทาง ESG (Environmental, Social, and Governance)
- **ประสบการณ์ของคณะกรรมการและทีมผู้บริหาร**: มีคณะกรรมการและผู้บริหารที่มีประสบการณ์กว่า 20 ปี ในธุรกิจกระเบื้องเซรามิกและสุขภัณฑ์ รวมถึงผสานความร่วมมือจากเครือข่ายกลุ่ม SCG จากการแบ่งปันเชอร์วิสต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เช่น การเงินและบัญชี, กฎหมาย, ทรัพยากรบุคคล เป็นต้น



กลยุทธ์ทางธุรกิจ

- 1 ขยายธุรกิจสุขภัณฑ์ (Bathroom) เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียน**
ซึ่งกลุ่มสุขภัณฑ์ ในประเทศไทย เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีอัตราการกำไรสูง มียอดขายและส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 1 โดยนำเสนอนวัตกรรมใหม่ ๆ อาทิ “COTTO Smart Toilet” ตอบโจทย์เทรนด์ด้านสุขภาพและอนามัย
- 2 ต่อยอดความแข็งแกร่งในฐานะผู้นำด้านธุรกิจตกแต่งพื้นผิว (Decor Surfaces) ในประเทศไทย และมุ่งสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจตกแต่งพื้นผิว (Decor Surfaces) ในภูมิภาคอาเซียน โดยการประยุกต์ใช้โมเดลธุรกิจที่เข้มแข็งของประเทศไทย**
ด้วยนวัตกรรมการออกแบบ วิจัย สินค้าให้หลากหลาย ตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ ตั้งแต่กลุ่มประหยัด กลุ่มมาตรฐาน และกลุ่มพรีเมียมโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (HVA – High Value Added Products & Services) เช่น “LT แผ่นปูพื้น Smart Flexible by COTTO” นวัตกรรมวัสดุสร้างความยืดหยุ่น ติดตั้ง-ดูแลสะดวก ลวดลายและสัมผัสเสมือนธรรมชาติ “AIR ION” กระเบื้องฟอกอากาศและสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผลิตภัณฑ์ติดตั้งและซ่อมแซม ปูนขาว และยาแนว เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีแผนที่จะต่อยอดประสบการณ์และโมเดลธุรกิจที่แข็งแกร่งไปในภูมิภาคอาเซียนที่มีโอกาสเติบโตสูง เพื่อเร่งการเติบโตทางธุรกิจของ SCG Decor โดย SCG Decor สามารถถ่ายทอดความแข็งแกร่งในแง่ของนวัตกรรม การออกแบบวิจัยและพัฒนาของประเทศไทยไปยังฐานการผลิตของประเทศอื่นๆ รวมถึงยังมีแผนที่จะพัฒนาตราสินค้าของ SCG Decor ในแต่ละประเทศให้น่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น
- 3 ขยายธุรกิจสู่ผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องเพื่อตอกย้ำการเป็นผู้นำด้านการให้บริการแบบครบวงจรในธุรกิจตกแต่งพื้นผิวและสุขภัณฑ์ (Decor Surfaces and Bathroom) โดย SCG Decor**
จะใช้โซลูชันแบบครบวงจรที่เกิดจากการผนึกกำลังของธุรกิจตกแต่งพื้นผิวและสุขภัณฑ์ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ตกแต่งพื้นผิว สุขภัณฑ์ และบริการ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ
- 4 บริหารห่วงโซ่อุปทานทั้งด้านการผลิตและการจัดหามีประสิทธิภาพสูงสุด (Regional Optimization and Global Sourcing Powerhouse) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้และศักยภาพในการทำกำไร**
ด้วยการผสานความร่วมมือของฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในภูมิภาค ด้วยการบริหารกำลังการผลิตในภาพรวมอย่างมีประสิทธิภาพ (Regional Optimization) รวมถึงการประสานความร่วมมือของบริษัทในกลุ่มในการสรรหาผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพจากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก (Global Sourcing Powerhouse) เพื่อเติมเต็มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตกแต่งพื้นผิว และสุขภัณฑ์ (Decor Surfaces and Bathroom) ให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น
- 5 เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ระดับโลก ตลอดจนกระบวนการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมภายใต้มาตรฐานระดับโลก**
พัฒนาผลิตภัณฑ์ระดับโลกและกระบวนการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดของเสียจากการผลิตและนำกลับมาหมุนเวียนเป็นผลิตภัณฑ์ระดับโลกเพื่อสร้างรายได้ลดต้นทุนพลังงานด้วยการเพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียนและเพิ่มการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ มุ่งบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 (NET ZERO 2050) สอดคล้องกับแนวทาง ESG (Environmental, Social, and Governance)

แนวโน้มตลาด กระเบื้องปูพื้นบุผนังและสุขภัณฑ์ในอาเซียน

คาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมกระเบื้องเซรามิก และสุขภัณฑ์
ปี 2565-2569 เฉลี่ยต่อปี (CAGR)

Thailand



กระเบื้องเซรามิก **1.2%**
สุขภัณฑ์ **2.1%**

Vietnam



กระเบื้องเซรามิก **14.3%**
สุขภัณฑ์ **13.9%**

Philippines



กระเบื้องเซรามิก **4.4%**
สุขภัณฑ์ **6.9%**

Indonesia



กระเบื้องเซรามิก **6.9%**
สุขภัณฑ์ **8.5%**

Euromonitor คาดว่าอุตสาหกรรมกระเบื้องเซรามิกในประเทศไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ในปี 2565 – 2569 จะมีอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 1.2 ร้อยละ 14.3 ร้อยละ 4.4 และร้อยละ 6.9 ตามลำดับ และคาดว่า อุตสาหกรรมสุขภัณฑ์ในประเทศไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียในปี 2565 – 2569 จะมีอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 2.1 ร้อยละ 13.9 ร้อยละ 6.9 และร้อยละ 8.5 ตามลำดับ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากร การขยายตัวของเมือง (Urbanization) และเทรนด์ความนิยมใช้กระเบื้องแผ่นใหญ่ เพิ่มขึ้นตลอดจนการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานในแต่ละประเทศรวมถึงการเติบโตของจีดีพีโดยเฉพาะอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์จะส่งผลให้เกิดการขยายตัวของภาคก่อสร้างที่อยู่อาศัยและความต้องการใช้กระเบื้องและสุขภัณฑ์ ในอาคารพักอาศัยและพื้นที่สาธารณะ เพื่อการตกแต่งและปรับปรุงซ่อมแซมเพิ่มขึ้น



นวัตกรรมที่เป็นไฮไลท์

การพัฒนาสินค้าที่เป็น “นวัตกรรม” ถือเป็นจุดแข็งของ SCG Decor โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาสินค้าที่เป็นนวัตกรรมและสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (HVA) ออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มมูลค่าแก่สินค้ารวมถึงสามารถตั้งราคาขายได้สูงกว่าราคาเฉลี่ยสินค้าทั่วไปในอุตสาหกรรมโดยมีสัดส่วนสินค้า HVA ร้อยละ 21 ของรายได้รวมจากการขาย 30,253.8 ล้านบาทในปี 2565

นวัตกรรมกระเบื้อง อาทิ



Hygienic Tile

กระเบื้องที่สามารถยับยั้งเชื้อแบคทีเรียได้มากกว่าร้อยละ 90 และมี Silver Nano ปลดปล่อยประจุบวกเพื่อกำจัดเชื้อ



Air-ion

กระเบื้องฟอกอากาศพร้อมประจุลบในสารเคลือบกระจก



Anti-Slip Tile

กระเบื้องกันลื่น



กระเบื้องตกแต่ง

เช่น กระเบื้องโมเสกที่ตอบโจทย์การใช้งานที่หลากหลาย



กระเบื้องไวนิล SPC

(Stone Plastic Composite) และกระเบื้องไวนิล LVT (Luxury Vinyl Tile)

นวัตกรรมสุขภัณฑ์ อาทิ



Smart Toilet

โถสุขภัณฑ์อัจฉริยะ ระบบสัมผัสอัตโนมัติ หัวฉีดพิเศษ เบาะนั่งอุ่นและไดร์เป่าลมอุ่น



Automatic Faucet

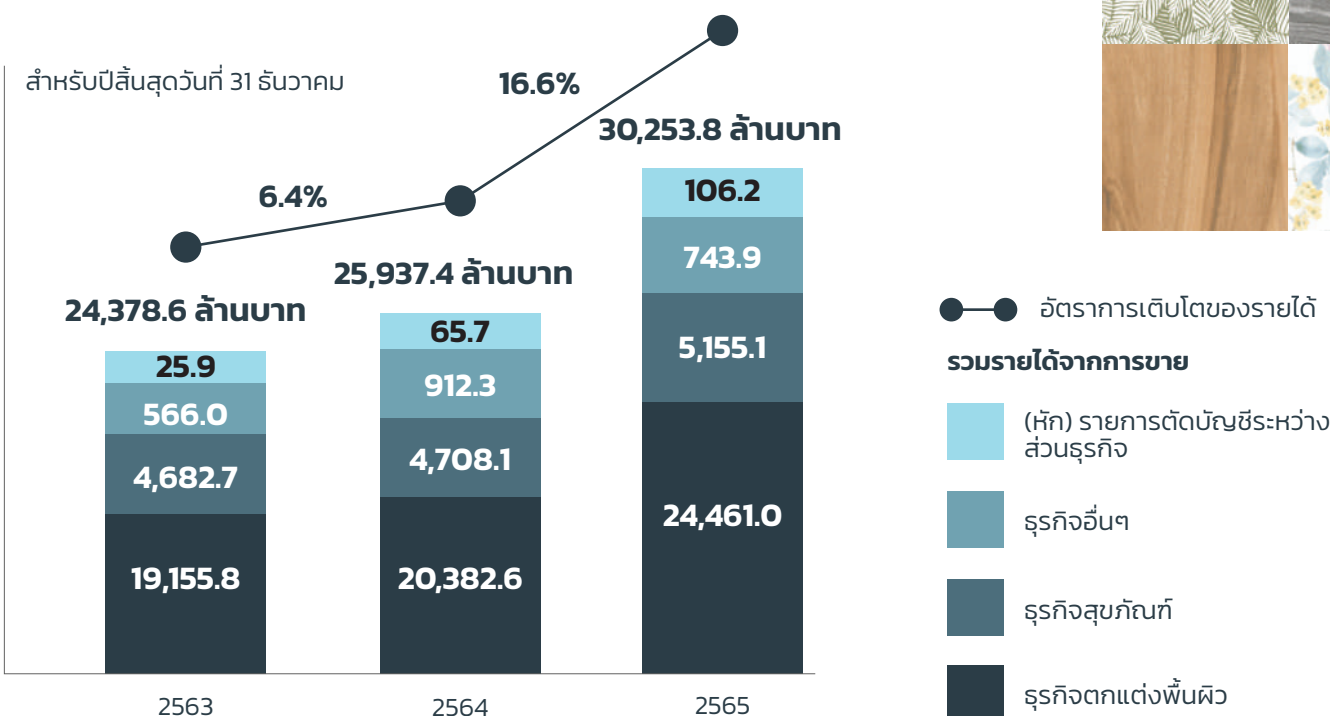
ก๊อกน้ำอัจฉริยะช่วยลดการสัมผัส



สุขภัณฑ์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องภายใต้คอนเซ็ปต์ "SOLUTION IN A BOX"

ให้ลูกค้ามีคีย์ แอนด์ แมตช์ ปรับแต่งสินค้าได้เองตามที่ต้องการ เช่น อ่างล้างมือ, ที่เปิดปิดก๊อกน้ำ, ราวแขวนผ้า, อุปกรณ์ปิดท่อน้ำทิ้ง เป็นต้น

โครงสร้างรายได้จากการขาย / ผลประกอบการ



*รวมรายได้จากการขายหลังจาก (หัก) รายการตัดบัญชีระหว่างส่วนธุรกิจ