

ข่าวประชาสัมพันธ์

**Highlight 2024 : SCGD รุกตลาดอาเซียน เติบโตต่อเนื่อง ตามเป้าโต 2 เท่าในปี 2030**

เป็นเวลากว่า 1 ปีที่ SCGD เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดปี 2024 ที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินการตามพันธกิจเป็นผู้นำวัสดุปิดผิวและสุขภัณฑ์ในภูมิภาคอาเซียนอย่างต่อเนื่อง แม้ปีนี้จะเผชิญกับความท้าทายจากสภาพเศรษฐกิจ และภัยธรรมชาติที่ท้าทาย แต่บริษัทยังมุ่งมั่นเดินหน้าตามกลยุทธ์ดำเนินงาน เตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดเมื่อสถานการณ์ตลาดฟื้นตัว ส่งผลให้บริษัทยังคงรักษาความสามารถในการทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง มีการเติบโตที่สำคัญใน 6 ด้านหลัก ได้แก่

1. **ควบคุมต้นทุนเพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไร**

บริษัทเร่งลงทุนในโครงการลดต้นทุนโดยการใช้เชื้อเพลิงทดแทน และพลังงานหมุนเวียน ส่งผลให้สามารถใช้พลังงานชีวมวลประมาณ 19% และพลังงานจากโซลาร์เซลล์ประมาณ 10% ในการผลิตทั้งหมด โดยตั้งเป้าเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทั้งสองประเภทให้ถึง 46% และ 15% ภายในปี 2573 ตามลำดับ

1. **เพิ่มสินค้าผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มสูง รวมไปถึงการปรับปรุงไลน์การผลิตกระเบื้อง**

บริษัทออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าเพื่อการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น เช่น กระเบื้องเกรซพอร์ซเลน X-Strong ที่สามารถรับน้ำหนักได้มาก และวัสดุตกแต่งพื้นผิว Paws & Play ลดอาการข้อเสื่อมของสัตว์เลี้ยง และทนต่อรอยขีดข่วนรวมถึงสุขภัณฑ์อัตโนมัติ (Smart toilet) นอกจากนี้ SCGD ได้ปรับปรุงไลน์การผลิตกระเบื้องเกรซพอร์ซเลน ซึ่งมีอัตราการเติบโตสูงทั้งในไทยและเวียดนาม เพราะมีคุณสมบัติที่แข็งแรง สวยงาม อีกทั้งเปิดไลน์ผลิตวัสดุตกแต่งพื้นผิว SPC LT by COTTO ในไทย เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าให้ใช้งานได้สะดวกสบายขึ้นด้วยคุณสมบัติการติดตั้งง่าย และทนทาน

1. **เติบโตธุรกิจสุขภัณฑ์ในภูมิภาคอาเซียน**

บริษัทขยายตัวแทนจำหน่ายสุขภัณฑ์ในแต่ละประเทศกว่า 170 รายทั่วอาเซียนในปีนี้ อีกทั้งร่วมปรับหน้าร้านโชว์รูมของตัวแทนจำหน่ายให้สอดคล้องกับแบรนด์ของสินค้าทุกระดับ ส่งผลให้ยอดขายการส่งออกสุขภัณฑ์ไปยังอาเซียนเติบโตขึ้นอย่างมีนัยยะกว่า 500 ล้านบาท

1. **ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในอาเซียน**

SCGD ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อเพิ่มการเข้าถึงตลาดและเข้าใจความต้องการลูกค้ามากขึ้น โดยในประเทศไทยได้เปิดร้าน COTTO LiFE สาขาดอนเมืองซึ่งเป็นแฟลกชิปโชว์รูม พร้อมบริการครบวงจร ส่วนในต่างประเทศ ได้เพิ่มร้าน CTM ในฟิลิปปินส์กว่า 4 สาขา รวมทั้งเปิดร้านค้าของบริษัทแห่งแรกในประเทศเวียดนามและประเทศกัมพูชาชื่อ V-Ceramic และ OK Tiles Outlet ตามลำดับ เพื่อรองรับความต้องการของตลาดวัสดุก่อสร้าง และการตกแต่งบ้านที่กำลังขยายตัว

1. **แบรนด์สินค้าครองใจผู้บริโภคทั้งในไทยและต่างประเทศ**

SCGD ได้รับรางวัลมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ สะท้อนผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค เช่น รางวัล “2024 THAILAND’S MOST ADMIRED BRAND” จาก BrandAge ในโอกาสที่ COTTO ได้รับรางวัลติดต่อกันเป็นปีที่ 13 รางวัลแบรนด์วัสดุปิดผิวและสุขภัณฑ์ชั้นนำ "Marketeer Number 1 Brand Thailand" รางวัลชนะเลิศ กระเบื้อง COTTO รักษ์โลกรุ่น ECO-SHIZZO ในเวที TGDA 2024 และรางวัลวัสดุก่อสร้างเพื่อสัตว์เลี้ยงดีเด่นจากบ้านและสวน รวมถึงรางวัลระดับภูมิภาคอย่าง "ASIA's Top Influential Brands Awards 2023" สุดยอดแบรนด์ระดับเอเชีย ที่ครองใจผู้บริโภคในอุตสาหกรรมและ "Asia Excellent Brand Awards 2024" ในประเทศเวียดนาม

1. **SCGD เดินหน้าสู่หุ้นยั่งยืน**

ช่วงเดือนธันวาคม SCGD ได้รับการคัดเลือกจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เป็นหนึ่งใน "หุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings" ระดับ A กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (Propcon) และ "ดัชนี SETESG" ประจำปี 2567 สะท้อนการเติบโตอย่างยั่งยืนและการสร้างผลตอบแทนที่ดีให้ผู้ลงทุน โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นรักษาพัฒนานวัตกรรมสินค้า โซลูชัน ตอบเทรนด์โลกเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ครอบคลุมทุกไลฟ์สไตล์ รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามแผนงานระยะยาว (ปี 2025-2030) ที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง ยั่งยืน และลงทุนเพื่อเพิ่มรายได้เป็น 2 เท่า ตามเป้าที่ตั้งไว้ภายในปี 2030

----------------------------------------------------------