



SCG *decor*
CREATE YOUR LIFE PASSION

Workforce Become More Fluid

Aligning Human Capital with Long-term Business
Objectives and Evolving Market Demands.



SCG's Business Structure



Cement and Building Materials Business (CBM)



CBM's Core Pillars at a glance

SCG Cement and Building Materials

SCG Cement and Green Solutions

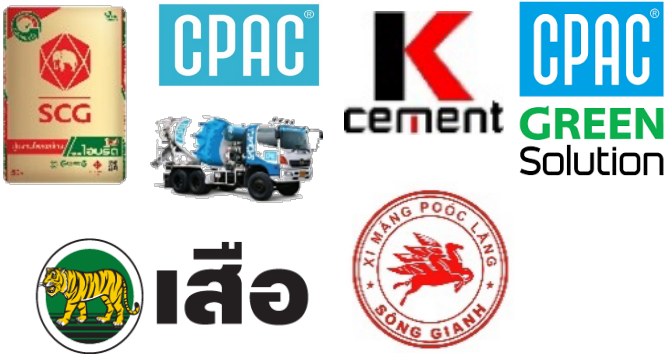


 Leading Cement and Concrete player in ASEAN with 'Greenovative' products

 Green Solutions for waste reduction

 Green Circularity, turning waste to value

Brand examples



SCG Smart Living



 #1 Market share of Building Materials in Thailand

 Extensive product system offerings

 Cutting-edge technologies enable creation of Smart solutions

Brand examples



SCG Distribution & Retail



 #1 wholesale distribution platform in Thailand

 Comprehensive omnichannel platform

 Presence across ASEAN leveraging on strong local partners

Brand examples



Subsidiaries

Associates

SCG / decor



 Leading Decor Surfaces and Bathroom Business in ASEAN

 Specialized design and R&D team with state-of-the-art technology

 Comprehensive and Multiple Distribution Channels

Brand examples



SCGJWD



 Complete Integrated end-to-end logistics in ASEAN

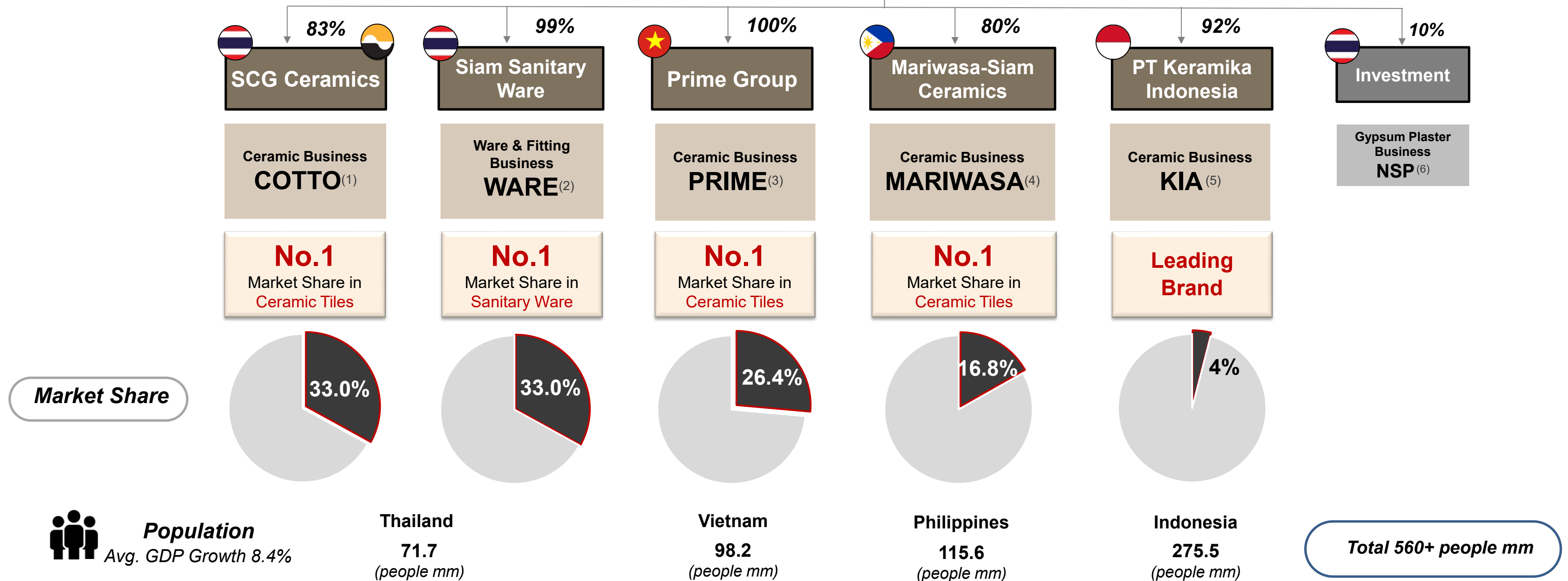
 Strong captive demands and demands from external customers

 Adjacent services including self-storage, cold chain, fulfillment

Brand examples



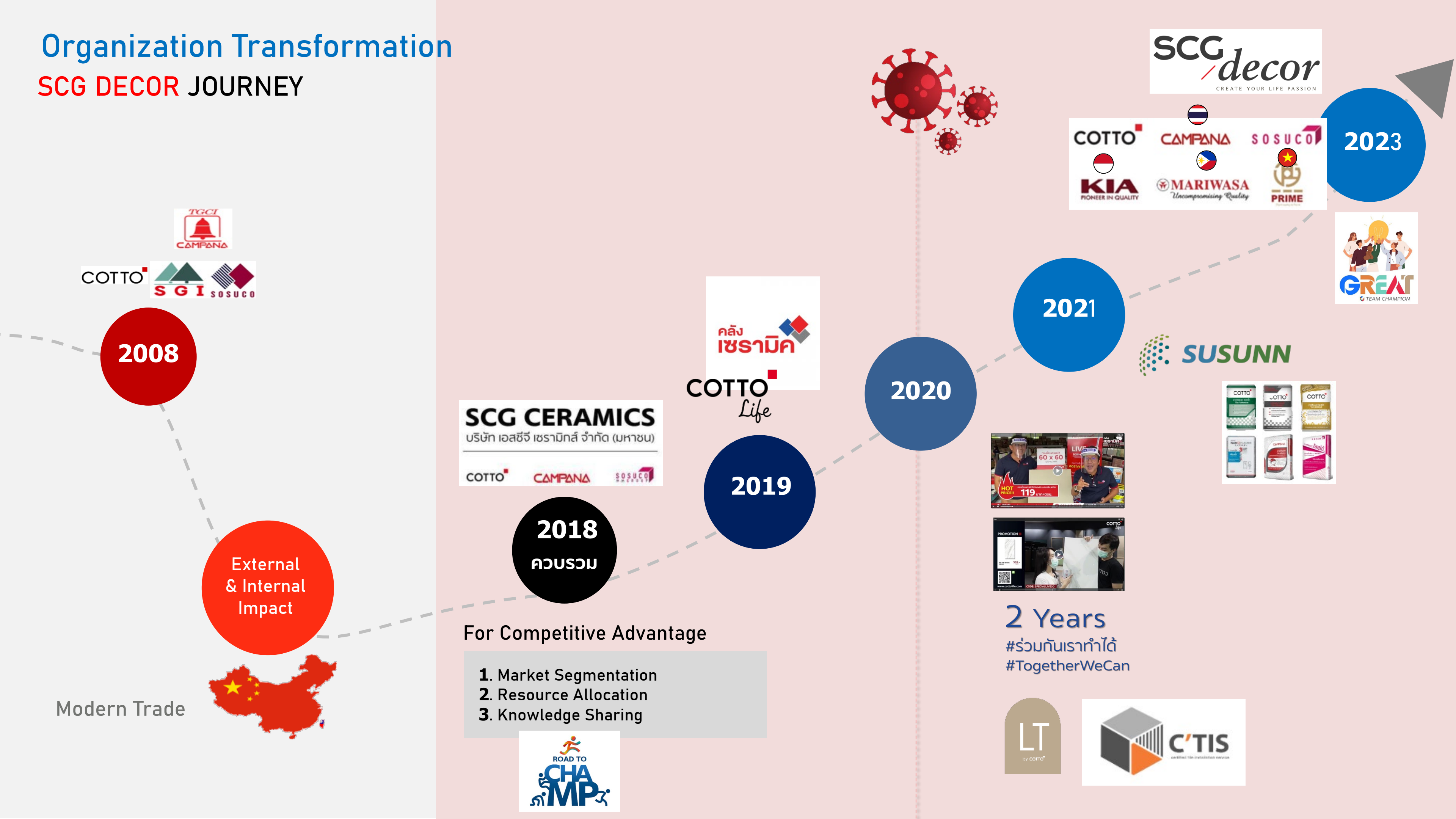
SCG's Flagship Decor Surfaces and Bathroom Business



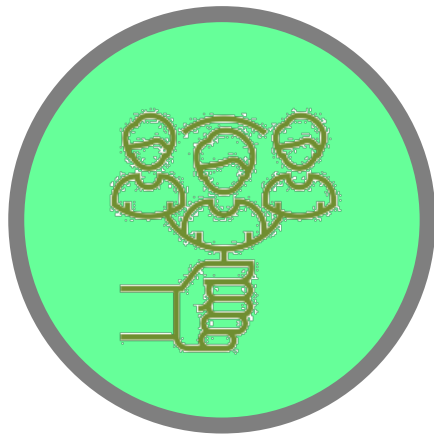
Note : (1) SCG Ceramics PCL (2) Siam Sanitary Ware Co., Ltd. (3) Prime Group Joint Stock Company (4) Mariwasa-Siam Ceramics, Inc. (5) PT Keramika Indonesia Assosiasi, Tbk. (6) Noritake SCG Plaster Co., Ltd.

Organization Transformation

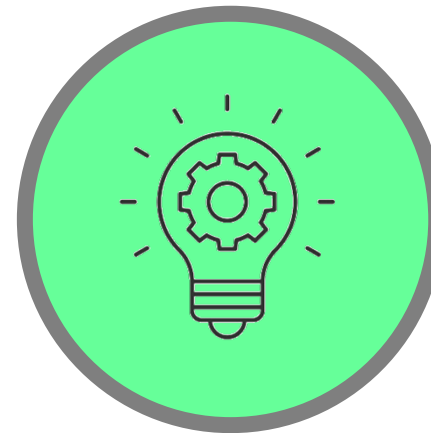
SCG DECOR JOURNEY



FIT FOR GROWTH



FIT to customer needs



LEAN to stay healthy and ready to beat uncertain situations



Expanding **NEW SOURCE OF GROWTH**



Expected Outcome

Market owner
in Regional's
must-win battle

Responsive, lean
and competitive
material business

- **Solution provider & Product sourcing (B2B & B2C)**
- **New Retail & Logistics** for seamless customer experience

Organization Design (Structure / Process)

DO

DON'T

ออกแบบผังการบริหารให้สอดคล้องกับทิศทางของธุรกิจ

- เรียนรู้จากความผิดพลาด
- ปรับเปลี่ยนได้รวดเร็ว (ปรับผังได้ตลอดเมื่อเห็นว่าทำให้ Process การทำงานสะดุด)

เลือกผู้ดำรงตำแหน่งโดยพิจารณาจากความสามารถที่ตรงกับตำแหน่งงาน

- ทำการวิเคราะห์คนเพื่อ Matching กับงาน

กำหนด Process ให้สอดคล้องกับ Organization Structure ใหม่ และนำหลัก RACI Model เข้ามาช่วยวิเคราะห์ และวาง Work Flow

- การเปลี่ยนแปลง Process การทำงานควรทำได้อย่างยืดหยุ่น หากพิจารณาแล้วว่าเป็นทางเลือกที่เหมาะสม
- Empowerment ให้คนทำงานสามารถตัดสินใจและดำเนินการได้รวดเร็วขึ้น

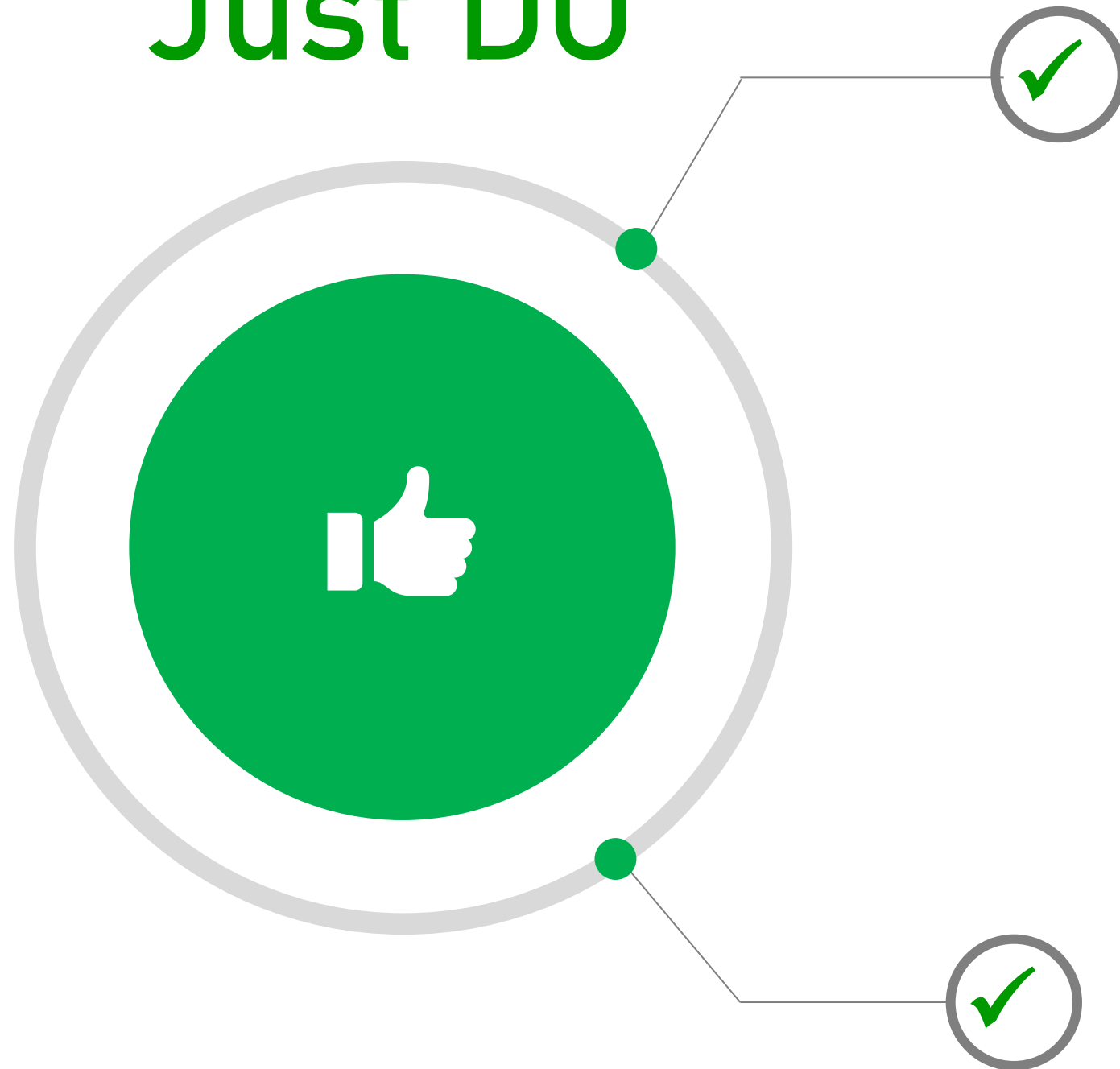
ออกแบบผังที่ทับซ้อน / ตัดปะ

ออกแบบผังโดยพิจารณาจากตัวบุคคล (Level ของแต่ละบุคคล) / เกิดความเกรงใจซึ่งกันและกันทำให้ต้อง Design ผังเพิ่มเพื่อให้คนมีที่ลง

- ยึดติดกับวิธีการ / ระบบบริหารงานเดิมๆ
- ระบบงานหลังบ้านไม่ยืดหยุ่น ทำให้ไม่สามารถปรับ Process ได้ เช่น ระบบบัญชี

HR SYSTEM (Rewarding & Compensation System)

Just D0



COMMUNICATE

สื่อสารสถานการณ์ของธุรกิจให้ชัดเจน (Market Situation)

- สถานการณ์ปัจจุบันเป็นอย่างไร
- สิ่งที่เป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจเผชิญกับสถานการณ์ในปัจจุบันคืออะไร (Labor Intensive)
- แนวทางที่จะช่วยแก้ปัญหา / การดำเนินการในอนาคต

ผ่านการจัด **CEO/MD/Plant Director Talk/Line Walk** ทุกไตรมาส/เดือน พร้อมแจ้งผลประกอบการรายไตรมาส เพื่อสะท้อนให้พนักงานเห็นสิ่งที่เกิดขึ้นและแนวทางในการบริหารงานอย่างตรงไปตรงมา

Key Note : พนักงานตามผ่าน Slido ทุกครั้งที่สื่อสารเรื่องค่าจ้างและสวัสดิการต้องเน้นย้ำว่าทุกอย่างขึ้นกับผลประกอบการและหากบริษัทเติบโตพนักงานก็จะได้รับผลตอบแทนที่ดีขึ้น

EXECUTE

การจ่าย Reward

- ลด GAP / ความเหลื่อมล้ำของค่าจ้าง ในตำแหน่งงานที่ทำหน้าที่คล้ายคลึงกัน (Job Base)
- พนักงานที่มีศักยภาพแต่ฐานค่าจ้างสูง เน้นการให้ Rewards ในรูปแบบ Lump-Sum ทั้ง SR และ VP ปลายปี ให้อย่างแตกต่างและ Highly Selective
- พนักงานที่เป็น Star บริษัทจะดูแลอย่างใกล้ชิด

People (Leadership)

DO

DON'T

มี**วิสัยทัศน์**ที่ชัดเจน และ**สื่อสาร**ให้พนักงาน
ทราบอย่างสม่ำเสมอ และ **ตรงไปตรงมา**

- สื่อสาร How To หรือ แนวทางที่จะ
ดำเนินการให้เป็นรูปธรรมชัดเจน
- สร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้น
- Strong ใน Culture ที่สร้างและเป็น
Role Model

ตัดสินใจในทุกเรื่องภายใต้
ข้อเท็จจริงที่ได้รับ ไม่เลือกข้าง /
แบ่งฝ่าย (เป็นกลางให้มากที่สุด)

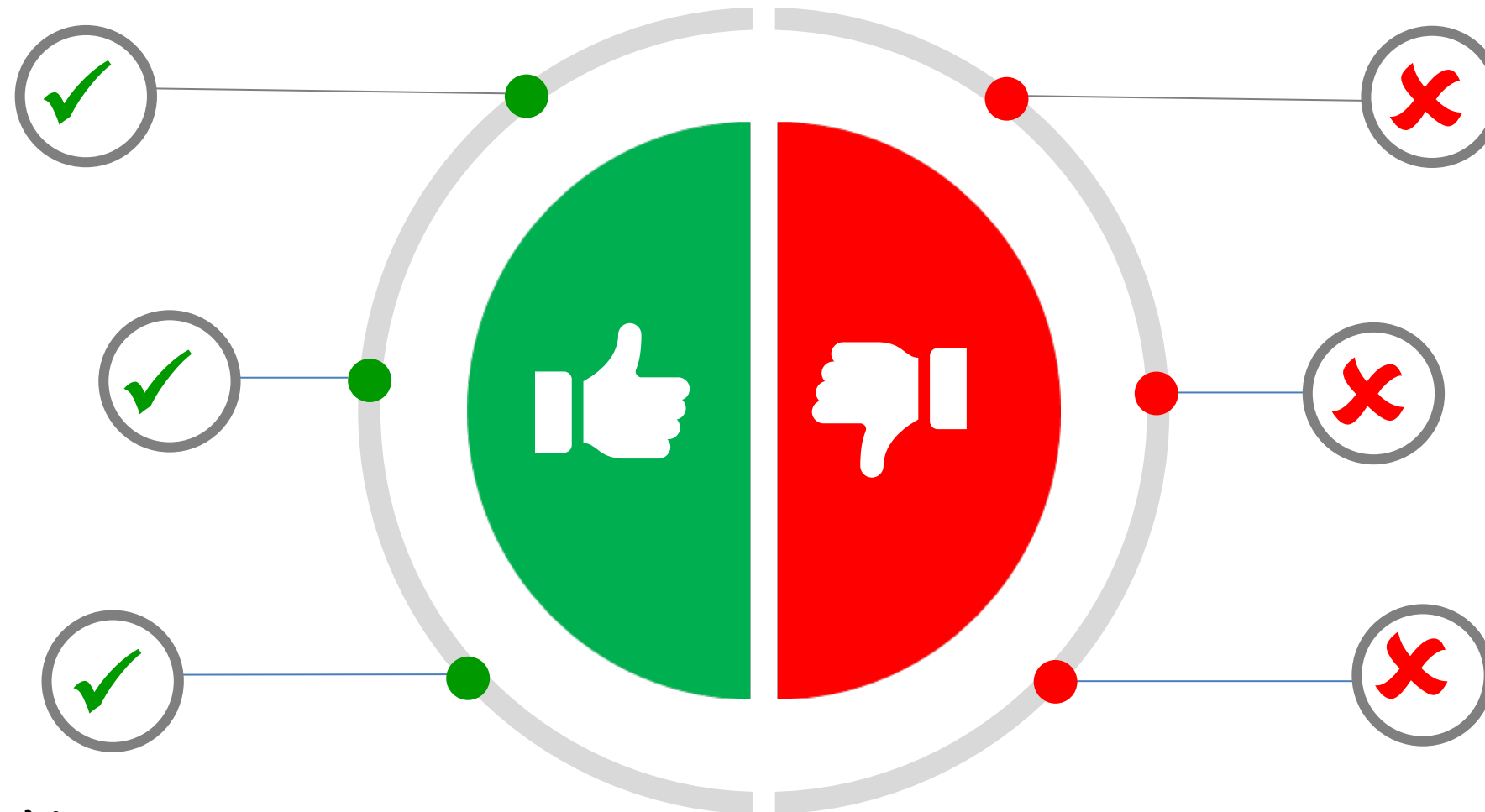
เปิดใจรับฟังผู้ใต้บังคับบัญชาทุกฝ่าย
และพร้อมปรับเปลี่ยนแนวทางหากเกิด
ประโยชน์ต่อองค์กร

- รับฟัง Feedback ในการทำงาน
- จัดให้มีการ Survey เพื่อให้รับทราบความรู้สึก
ความคิดของพนักงานในช่วงของการเปลี่ยนแปลง
ทุกไตรมาส (ผ่านทีม Change)

สื่อสารแบบ**กำกวม** ไม่แน่ชัด หรือ มี
ทิศทางแต่ไม่มีแผน Execution ที่เป็น
รูปธรรม

ตัดสินใจ**ช้า** ฟังข้อมูลไม่รอบด้าน

ไม่รับฟัง หรือ **เลือกรับฟัง**ข้อมูลจาก
บางแหล่ง



People (Communication, Change, Culture)

Just DO

สื่อสารสถานการณ์ของธุรกิจให้ชัดเจนสม่ำเสมอ
เช่น จัดกิจกรรม CEO/MD Talk ทุกไตรมาส



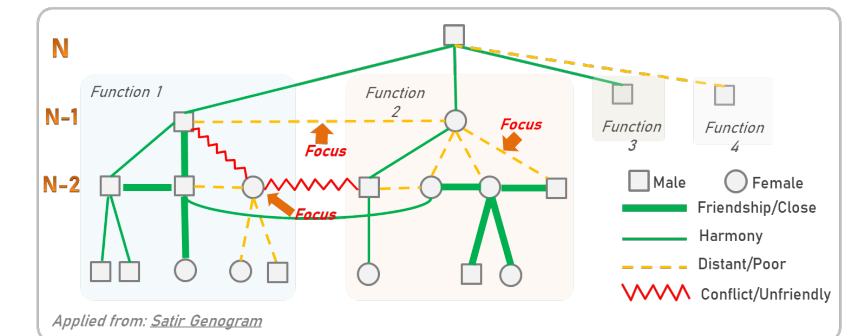
สร้าง **Culture** ของธุรกิจที่ทุกคนต้องปฏิบัติร่วมกัน
โดยมีการกระตุ้นผ่านกิจกรรมต่างๆ และ ให้ Leader
ทุกคนเป็นผู้ผลักดัน Culture นี้



- Employee Engagement Survey
- Culture Engagement Survey

ทีม OD / Culture Management จะมีการเข้าไป
ติดตามวิธีการทำงานของพนักงานตั้งแต่ช่วงตั้ง
PMC (ก่อนรวมบริษัท) โดยมี 3 ภารกิจหลัก

- 1) ช่วยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในการทำงานของแต่ละ Node



- 2) นำ Feedback ที่ได้มาเสนอให้ที่ประชุม Steering
ทุกเดือน เพื่อแก้ปัญหา / Manage Expectation
และบริหารข่าวลือ
- 3) ทำ Awareness Survey อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าใจ
ความต้องการและ Engagement จาก
พนักงาน

จัดกิจกรรม Dialogue

- CEO/MD กับ พี่ๆ High Level (Leader)
- MD กับน้องๆ ระดับหัวหน้าแผนก / หัวหน้างาน
(เพื่อตรวจสอบว่า Message จาก MD สื่อลงไปถึง
พนักงานหรือไม่)

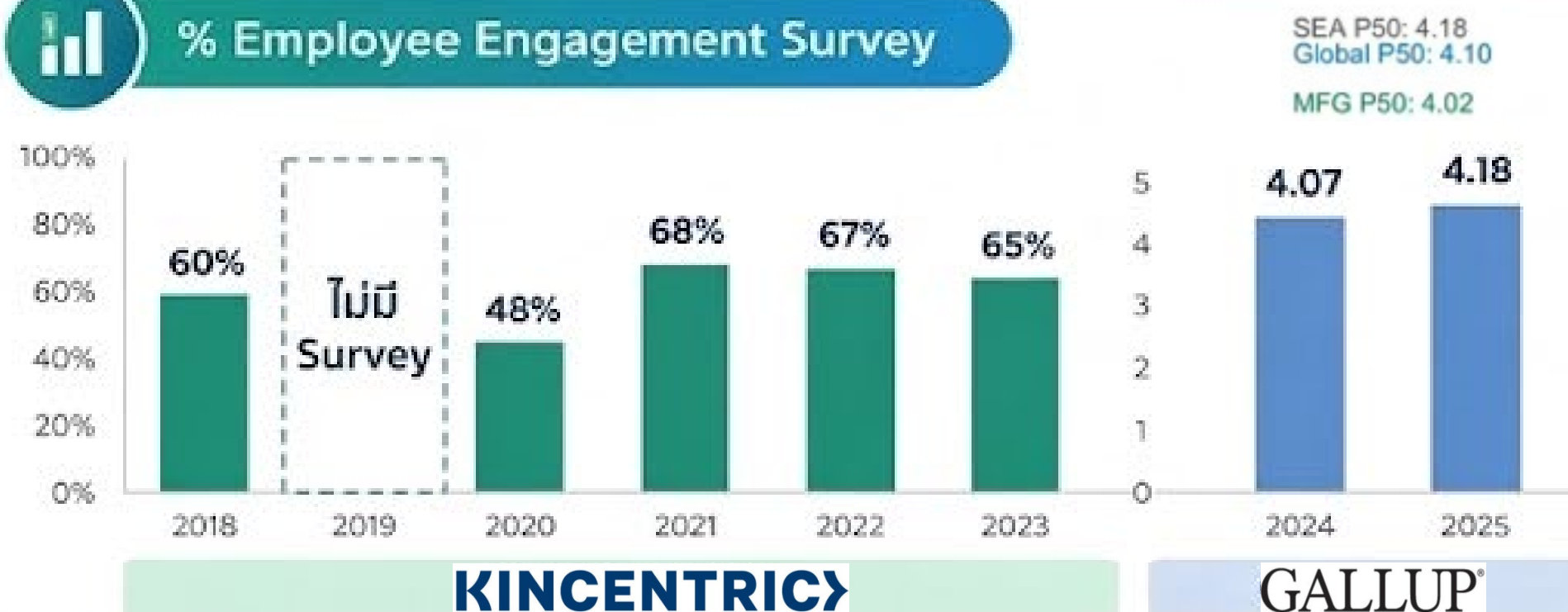
Employee Engagement

PEOPLE MAKE A DIFFERENCE TOGETHER

Happy People
Better Workplace

PEOPLE
ENGAGEMENT
CULTURE
SUSTAINABLE GROWTH

% Employee Engagement Survey



สื่อสารให้พนักงานรับทราบทิศทางองค์กร รวมถึงสถานการณ์ปัจจุบัน



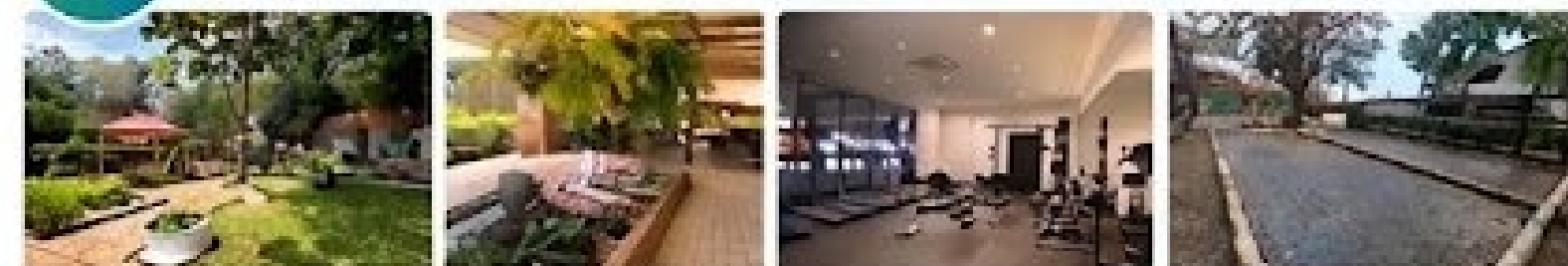
HR Line Walk



ดูแลเรื่องอาหาร



มีมุมธรรมชาติให้ผ่อนคลาย และสถานที่ให้ออกกำลังกาย



ให้ความรู้เรื่องสุขภาพ



กิจกรรม CSR



กิจกรรมต่างๆ



Culture Engagement

OUR PEOPLE • OUR CULTURE • A BRIGHTER TOMORROW

People
Make Culture

"Same Values
Stronger Together"

Culture engagement 2025 = **85.4%**

+4.2% ▲

vs. 2024 (All SCG Décor)



From AS-IS to TO-BE Culture



Harvard
Business
Review

The Culture Factor (May 2023)
Finding AS-IS VS TO-BE Culture



THAILAND

GREAT Team Champion Culture



สร้างการมีส่วนร่วม ผ่านกิจกรรมของ GREAT Team



VIETNAM

GREAT CULTURE Vietnam

Promoted GREAT Culture through Prime's activities



Engaging people through meaningful activities



INDONESIA

GREAT culture bulletin



Sharing stories to strengthen our culture



PHILIPPINES

GREAT Culture Implementation 2025

Consistently GREAT culture communication on every chaotic channel and embed GREAT into employee activities

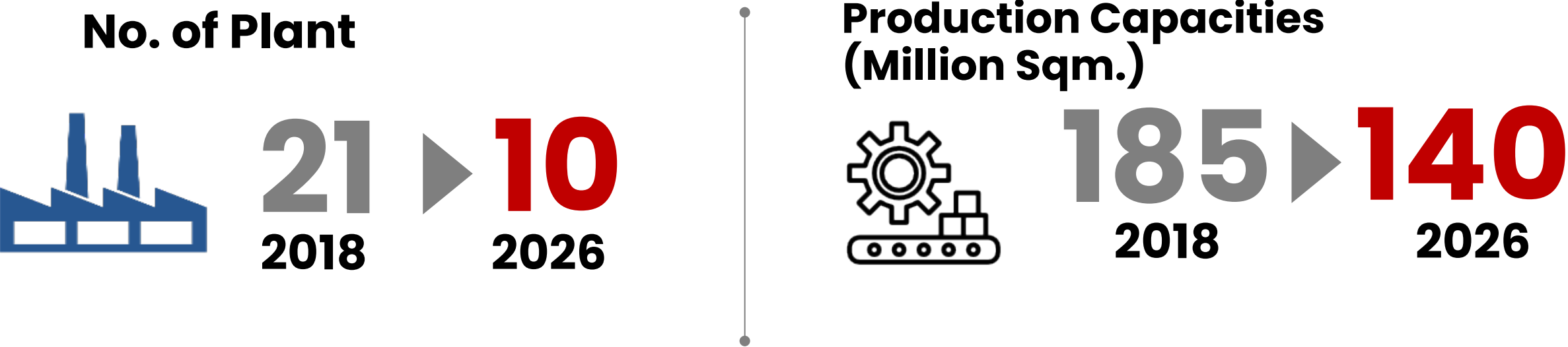
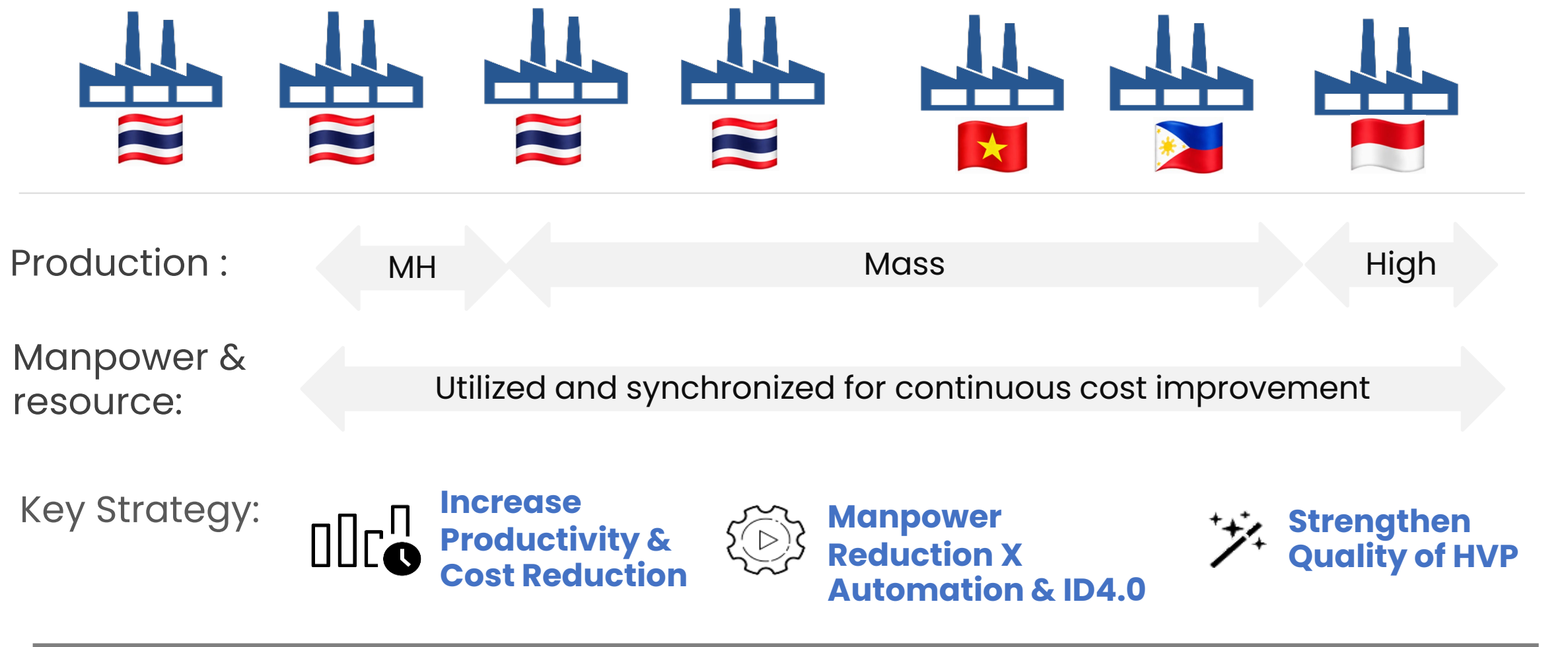


People engagement all year round

Organization Transformation

HOW TO CHANGE ?

1 Manufacturing Plant Optimization



Key Result

Utilization
+20%

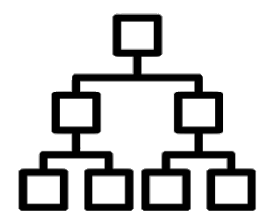
Cost
-20%

Organization Transformation

HOW TO CHANGE ?

2 People & Organization Model Re-Adjustment

Organization structures optimization



>100
Times

revised organization structure from 2018 – 2026 , almost of re-org are consolidated approaches

Workforce Utilization



Total :
Manpower

2018 2022 2026

-30% -18%

Workforce Management Policy

- Revise Manpower Model
- Lean Contractor
- Workforce Management

Total Decrease

>4,000 >1,200

Headcount

Labor Cost (MB.)

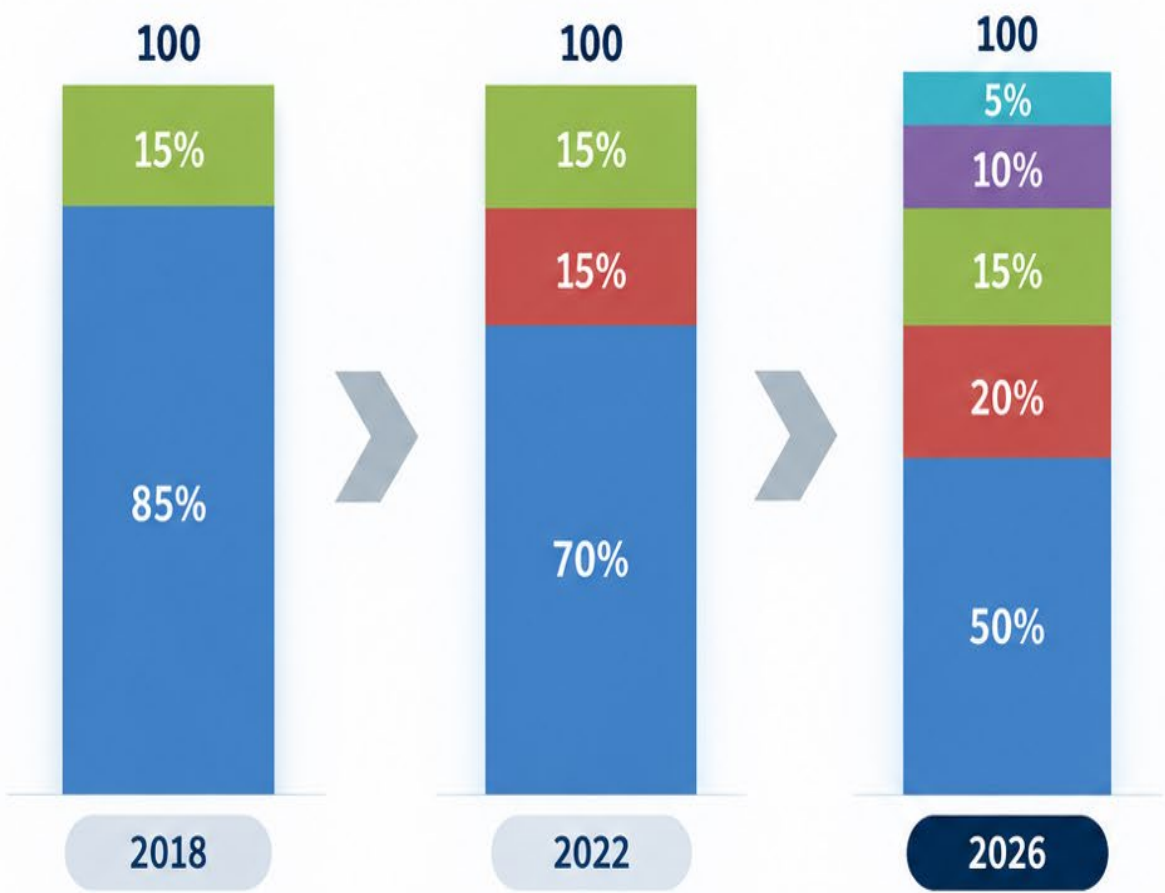
Explore New HR System with “Job based”, “Pay for Performance” and “PMS” (Performance Management System)

- Transform permanent to Special contract in some areas
- Transform compensation to pay per performance
- Set up KPI alignment from Top Mgt. to Line Manager and Link to Pay

Workforce Ratio (%)

EVOLVING OUR WORKFORCE FOR A MORE AGILE AND EFFICIENT ORGANIZATION

PEOPLE
DRIVE A
STRONGER
TOMORROW



- Permanent**
Core workforce for business continuity
- Contract**
Flexible resource for business needs
- Contractor**
Specialized skills and on-demand support
- Piecework**
Output-based workforce
- Type M**
Migrant workers to support operations

Key Takeaways

A MORE DIVERSE AND
FLEXIBLE WORKFORCE



More Diverse Workforce Mix

From 2 types in 2018
to 5 types in 2026



Greater Flexibility

Non-permanent
workforce increased
from 15% to 50%



Better Prepared for Future Growth

Right people, right skills,
right cost for sustainable
competitiveness

From Performance to Possibilities



PEOPLE
INNOVATION
SUSTAINABLE GROWTH
TOGETHER

PMS Timeline

A Clear Process Throughout the Year



Example of KPI Alignment (Cascade from CEO to Manager)

From Strategy to Execution



1. Knowledge Setting

Team Setting



- เลือกกลุ่มเวจจัดด้วยกัน (คนวง) ที่พร้อมจะทำทั้ง 3 รอบจัดตั้งทีมโดยมีแผนกระบวนการและกัน Sponsor & Expert ด้านที่เกี่ยวข้อง

Clarify Problem

- HK NK NKIE
- HK NK NKIE
- สอบถามจาก คน.แต่ละรอบพักคัดเลือกปัญหาที่จะ 3 เรื่อง (Top3) มาที่หน้าจัดตั้งเพื่อคัดเลือกในการแก้ไข ปัญหา โดยมี คน.ที่มาเป็นประธานในกระบวนการคัดเลือกทั้ง 3

2. Knowledge Transfer

Knowledge sharing

Workshop (1 Day)

Why knowledge Sharing?

- สร้างความรู้เข้าใจในบริบทของหน่วยงานแต่ละ สบ.
- นำ 3 ปัญหา มาจัดกระบวนการคัดเลือกให้เหลือ 3 เรื่อง (สบ.ละ 1 เรื่อง)
- แต่ละ สบ.อธิบายปัญหาและตั้งเป้าหมาย
- แลกเปลี่ยนสิ่งที่ทำและนำร่วมกันระหว่าง สบ.

@ Site (1 Day)

- ไปดูปัญหาจริงและแลกเปลี่ยนคุย
- หน้างานของแต่ละ สบ.

Implement

Implement

- นำองค์ความรู้ที่ได้แลกเปลี่ยนนำไปใช้ในปัญหา @ หน้างาน
- ระหว่างแก้ไขปัญหามีปัญหาทางกลันสามารถติดต่อ Expert มาที่ห้ององค์ความรู้เพิ่มเติม

Show & Share

Show & Share (1 Times/Mth)

- ผลจากการแก้ไขปัญหามา
- ดูการแก้ไขปัญหามา @ หน้างานจริง

Evaluation & Monitoring

Evaluation & Monitoring (1 Mth)

- เมื่อได้เป้าหมาย ติดตามผลอย่างต่อเนื่อง
- ผน. คน. Approve องค์ความรู้
- นำองค์ความรู้ไปแลกเปลี่ยนให้ทีม/Operator ที่หน้างาน

3. Knowledge Asset

Knowledge Asset



- นำองค์ความรู้ที่สามารถแก้ไขปัญหามาจัดเก็บในระบบ
- ระบบการจัดเก็บองค์ความรู้เป็นมาตรฐานเดียวกัน



Knowledge Store (คลังความรู้ออนไลน์)

- Objective:**
 - พัฒนาระบบการจัดเก็บองค์ความรู้ของ Ceramics Business เพื่อนำมาใช้ในการ จัดเก็บองค์ความรู้ที่สำคัญ, คำถาม-คำตอบ
 - สนับสนุนให้เกิด การเรียนรู้, แลกเปลี่ยน, พูดคุย รวมถึง ต่อยอดความรู้ระหว่าง กลุ่มหัวหน้างาน, หัวหน้าและหัวหน้าแผนก หรือ ต่าง Locations



Result:

- เกิดระบบที่ มีการจัดเก็บองค์ความรู้ที่พนักงานสามารถเข้าถึงได้
- มี User (กลุ่มเป้าหมาย) เข้ามาใช้งานและนำความรู้ไปต่อยอดที่หน้างานของตนเอง

Knowledge Store Online Web Application Framework

1.

การรวบรวม

เนื้อหา

2.

การจัดเก็บ

คัดกรอง

หมวดหมู่

3.

การเข้าถึง

เข้าถึงความรู้

4.

การถ่ายทอด

การนำไปปรับใช้



FAQ

- Training VDO in Classroom
- Content in Classroom from Experts
- Frequently asked question
- Hands on Project (Implemented)



- VDO และ Content คัดกรองผ่าน Experts
- FAQ คัดกรองผ่าน Experts ในการตอบคำถาม
- Hands on Project คัดกรองผ่านผู้บังคับบัญชา ระดับแผนก



- การแบ่งหมวดหมู่ตามหน่วยงาน
- ความง่ายของการค้นหา
- SECTION
- HANDS ON Project
- FAQ



Log in by User name & Password

- การเข้าถึงผ่านการ Searching
- การเข้าถึงผ่านการระบุหน่วยงาน
- การเข้าถึงผ่านความสนใจ (project)



- ใช้สำหรับเรียนรู้ Basic Knowledge ของหน่วยงานต่างๆ
- ใช้ในการค้นหาความรู้, วิธีการแก้ไขในช่วงที่เจอปัญหานี้
- ใช้ในการนำองค์ความรู้ไปสอนน้องๆ ในหน่วยงาน

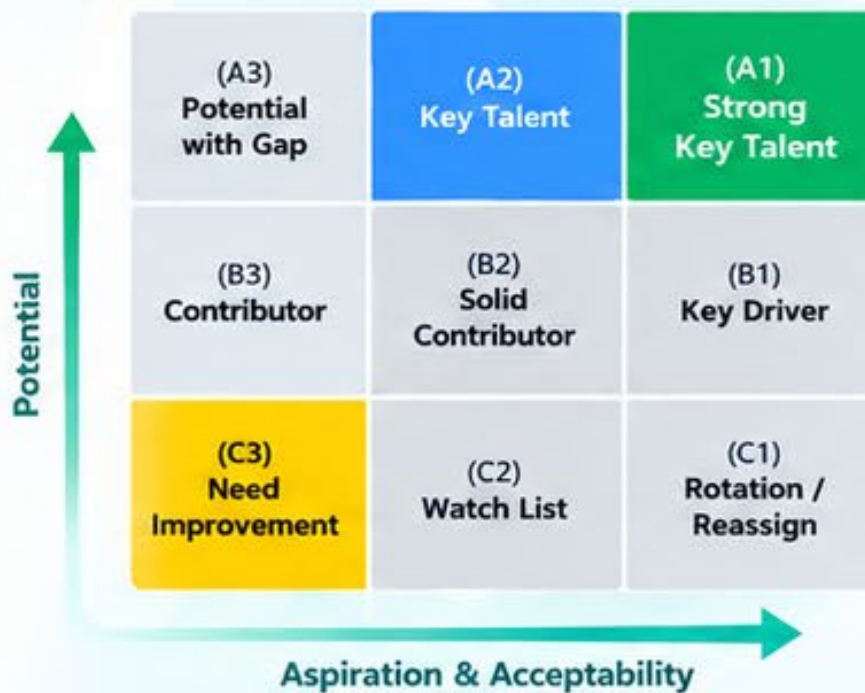
Future Leader Development

DEVELOP LEADERS TODAY FOR A STRONGER TOMORROW

Grow People
Grow Together

PEOPLE
POTENTIAL
SUSTAINABLE
GROWTH

Organization Chart X Strategic Position



Outcome



Key Talent Landscape

ตำแหน่งงานที่จะต้อง
ขับเคลื่อน Business
Direction



Focused Development

การวางแผนการพัฒนาและการ
วางแผนกำลังพลงานที่สำคัญ



Succession Planning

การวางแผนกำลังพลในงาน
ที่สำคัญ

Future Leader Development Journey

BUILD LEADERSHIP CAPABILITY FOR SUSTAINABLE GROWTH

1



**LEAD SELF
Know Me**

2 MONTHS

เข้าใจตัวเอง ใช้จุดแข็งของตนเอง
สร้างจุดนิยามและความพร้อมในการเป็นผู้นำ

กระบวนการพัฒนา

Module
1



STRENGTHS-BASED LEADERSHIP

- ทำแบบประเมิน StrengthsFinder
- ค้นพบจุดแข็ง 5 อันดับของตนเอง
- เข้าใจจุดแข็งและแนวทางการนำไปใช้

Module
2



EQ & RESILIENCE (AQ)

- พัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ (EQ)
- เสริมสร้างความยืดหยุ่น (AQ)

2



**LEAD PEOPLE & CHANGE
Lead Other**

2 MONTHS

นำผู้อื่นอย่างเข้าใจ สร้างความร่วมมือ
และขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

กระบวนการพัฒนา

Module
1



COMMUNICATION & INFLUENCE

- สื่อสารอย่างมีพลังและสร้างการมีส่วนร่วม
- โน้มน้าวและสร้างความเชื่อมั่น

Module
1



CHANGE LEADERSHIP

- นำทีมผ่านการเปลี่ยนแปลง
- ลดแรงต้าน สร้างการยอมรับ

Module
2



COLLABORATION & Cultural Quotient

- เรียนรู้การสร้างความร่วมมือข้ามสายงาน
- เข้าใจความแตกต่าง และทำงานกับคนหลากหลาย (ต่างGeneration/Culture)

3



**LEAD BUSINESS
Drive Result**

2 MONTHS

เข้าใจธุรกิจ สร้างมูลค่า และขับเคลื่อนผลลัพธ์
อย่างยั่งยืน

กระบวนการพัฒนา

Module
1



BUSINESS ACUMEN

- เข้าใจธุรกิจ ลูกค้า และตลาด
- เชื่อมโยงงานกับผลลัพธ์ทางธุรกิจ

Module
2



**LEGACY TRANSFER
THRU C-LEVEL SHARING**

- แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้บริหารระดับสูง
- เรียนรู้การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์
- สร้างมุมมองธุรกิจระดับองค์กร

**TECHNOLOGIES
ENABLER**



DIGITAL & AI FLUENCY
เสริมทักษะดิจิทัลและการใช้ AI
ให้คล่องตัวในการทำงาน



AI DRIVEN LEADERSHIP
ใช้ AI เป็นเครื่องมือในการนำทีม
และยกระดับประสิทธิภาพ



DATA-DRIVEN DECISION MAKING
ตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูล เพื่อผลลัพธ์ที่ดีกว่า

Leaders
Create
Tomorrow

Skill Based Development

BUILD SKILLS EMPOWER PEOPLE CREATE IMPACT

Skills
Create Opportunities

PEOPLE
SKILLS
GROWTH
TOMORROW



AI Skill

SCG Decor Re-architecture ERP Framework

People (Digital Literacy) + Technology + Process = Digital Transformation (Business value)



01

BUILD CAPABILITY

Develop differentiated AI skills needed by the organization

02

DRIVE IMPLEMENTATION

Turn AI skills into real workflow / process improvement

03

CREATE BUSINESS IMPACT

Deliver measurable productivity, quality and business value

Level 1 — Digital Literacy

Verification Guidelines

- ✓ **Basic knowledge**
Basic Tool Usage, Maintenance, Data Privacy & Cyber Security Knowledge
- ✓ **Basic skill**
MS Office (Basic), Windows, AI 101

Digital & AI Capability Assessment (DACA)



Level 2 — System Key User

Verification Guidelines

- Knowledge & Skill 30%
- Application 30%
- Business Impact 40%
- Total = 100%



Level 3 — System Super User

Verification Guidelines

- Advance skill
- Scaled Application
- Business Impact



Language Skill

- Encourage **Future Leaders, Key Talents, and High-Potential Employees** to develop their **English** and Chinese language skills through self-learning.
- Enhance **language capabilities** to improve work effectiveness.
- Prepare **future-ready talent** to support the organization's business growth.

กลุ่ม	เทียบมาตรฐาน CEFR	เกณฑ์ผลการทดสอบ		เงินรางวัล (บาท)
		ภาษาอังกฤษ	ภาษาจีน (HSK)	
1	B1-B2 (Intermediate)	• TOEIC : 600 คะแนนขึ้นไป แต่ไม่ถึง 700 • IELTS : 6.0 ขึ้นไป แต่ไม่ถึง 7.0	ผ่านระดับ 5	10,000
2	B2-C1 (Advanced)	• TOEIC : 700 คะแนนขึ้นไป • IELTS : 7.0 ขึ้นไป	ผ่านระดับ 6	20,000

Enablers : Digital & AI + Skill Based Pay Framework

Grow Skills Grow People Grow Business



Learning Platform & Content

30%



Expert & Mentor Support

30%



Hands-on Project & Application

40%

=



Skilled People
Higher Productivity
Stronger Business

“Skills today
for a better tomorrow”

Accelerate ASEAN Growth while Expanding into Interior Solutions Business to Capture Thailand's Rising Renovation Demand



Expansion of Ceramic Tile Distribution Channel to Malaysia

SCGD directly access to ASEAN's 5th largest ceramic tile markets and an established local distribution network.



© Vemaps.com



New Business - Furniture and Home Decoration Market

SCGD acquired dooDeco, an end-to-end interior design - covering design, built-in and customized furniture for residential and commercial spaces in Thailand

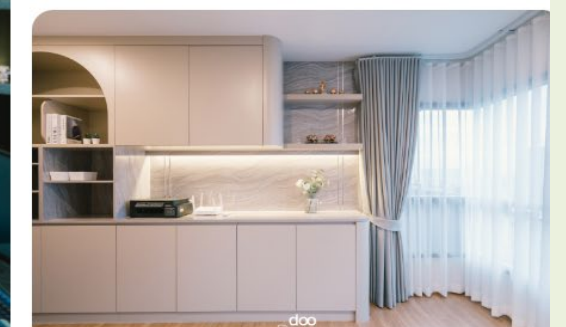
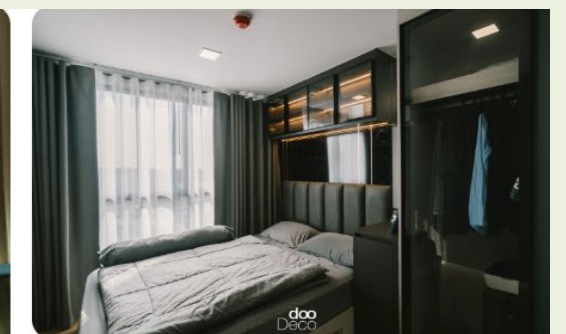
Business Transferring under SCG Group

ACQUISITION OF

doo
Deco



- Enter High-Growth Renovation Market in Thailand
- Strengthen Direct Customer Engagement
- Develop More Customer-Centric Products & Services



1st SCGD's Partnership with Chinese Smart Toilet Manufacturer

Customer behavior is shifting towards smarter, more hygienic and more comfortable bathrooms, and Asia's smart-toilet market has grown rapidly since 2023. To enter effectively, we are partnering with a specialist who already owns the know-how and technology.



SCGdecor
CREATE YOUR LIFE HERE

New Investment

จับมือกับพันธมิตรผู้ผลิตชิ้นส่วนสุขภัณฑ์อัจฉริยะ จากประเทศจีน เพื่อเสริมแกร่งในธุรกิจสุขภัณฑ์



COTTO

ผู้ผลิตสุขภัณฑ์ชั้นนำของประเทศไทย
พร้อมเครือข่ายจัดจำหน่ายของ SCGD
ครอบคลุมภูมิภาคอาเซียน



AXENT
SWITZERLAND

ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและ
มีทรัพย์สินทางปัญญาในสินค้าสุขภัณฑ์อัจฉริยะ



หนึ่งในผู้ผลิตชิ้นส่วนสุขภัณฑ์ชั้นนำ 5 อันดับแรกของจีน
Axent เป็นบริษัทในเครือของ Xiamen Axent Corporation



มีสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาและเทคโนโลยีสุขภัณฑ์อัจฉริยะ



มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และการผลิตสุขภัณฑ์อัจฉริยะ

จับมือ Axent
ผลิตสุขภัณฑ์อัจฉริยะในไทย
(ทุนจดทะเบียน 80 ล้านบาท)
เริ่มผลิตเชิงพาณิชย์ เม.ย. 2570

ผลิต Smart Toilet
และ Tankless Toilet
กำลังการผลิต 96,000 ชิ้น/ปี
ต่อยอดศักยภาพ SCGD
ในการพัฒนาสุขภัณฑ์อัจฉริยะ



Thank you and **Q&A** please

AI PEOPLE
IDEAS
BETTER
TOMORROW

