



บริษัท ซูน คอร์ป จำกัด (มหาชน)
SUEN CORP PUBLIC COMPANY LIMITED

ส่วนที่ 2.2
การประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน

ส่วนที่ 2.2

การประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน

1. โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

1.1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) (เดิมชื่อ บริษัท ชุน คอนสตรัคชั่น แอนด์ เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด) (“บริษัท” หรือ “SUEN”) และบริษัทย่อย (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัท”) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ภายใต้ชื่อทางการค้า “We Make” และจำหน่ายสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ภายใต้ชื่อทางการค้า “Riki Riki” และธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปแบบครบวงจร รวมถึงรับผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตตามความต้องการของลูกค้า ภายใต้ชื่อทางการค้า “SC” นอกจากนี้ ยังดำเนินธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรม ชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง

กลุ่มบริษัทมีการประกอบธุรกิจภายใต้การดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย โดยกลุ่มบริษัทแบ่งธุรกิจออกเป็น 3 ธุรกิจ ได้แก่

- 1) ธุรกิจศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน ดำเนินงานโดยบริษัท วี โฮม โซลูชั่น จำกัด (“WH”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยดำเนินธุรกิจศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ภายใต้ชื่อทางการค้า “We Make” และสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ภายใต้ชื่อทางการค้า “Riki Riki” ที่เน้นความสะดวกในการซื้อ เข้าถึงง่าย ราคามาตรฐาน และบริการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว โดยจำหน่ายทั้งผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง รวมถึงของใช้ในบ้านอื่นๆภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) และสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทอื่น (Non-house Brand) โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 989/1-5 หมู่ 4 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง 21140 มีสาขาร้านค้าจำหน่ายวัสดุก่อสร้างรวมทั้งสิ้น 8 แห่ง ในจังหวัดระยอง ชลบุรี ปราจีนบุรี และจันทบุรี และศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) อีกจำนวน 1 แห่ง ในจังหวัดระยอง นอกจากนี้ ยังมีร้านค้าจำหน่ายสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน 1 แห่ง ในจังหวัดชลบุรี
- 2) ธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จ และผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป ดำเนินงานโดย บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) โดยมีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ และผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปให้แก่กลุ่มลูกค้าต่างๆ อาทิ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม กลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ผู้รับเหมาก่อสร้างทั้งงานภาครัฐและเอกชน ครอบคลุมพื้นที่ในแถบภาคตะวันออก โดยเฉพาะในจังหวัดระยองและชลบุรี ด้วยความมุ่งมั่นในการขยายธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่อง การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การจัดส่งสินค้าที่ตรงต่อเวลา ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพในการขาย ส่งผลให้บริษัทมีการขยายสาขาที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัท ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO9001:2015 และสามารถผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตที่ได้มาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) บริษัทเป็นผู้นำในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตในแถบภาคตะวันออก ครอบคลุมจังหวัดชลบุรีและระยอง โดยมีสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 8899 หมู่ 4 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง 21140 และมีโรงงานรวมทั้งสิ้น 15 แห่ง ในจังหวัดระยองและชลบุรี

- 3) ธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง ดำเนินงานโดยบริษัท ศิลาธารา จำกัด (“ST”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท มีที่ตั้งสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 8899 หมู่ 4 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง 21140 และมีเหมืองหิน 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองไร่ อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง บนเนื้อที่ 365 ไร่ 3 งาน 1 ตารางวา ซึ่งเป็นที่ดินกรรมสิทธิ์ของ ST โดย ST ได้รับประทานบัตรเลขที่ 31024/16461 อายุประทานบัตร 30 ปี นับแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2564 ถึงวันที่ 22 ธันวาคม 2594 โดยมีปริมาณหินแกรนิตที่ทำเหมืองได้ตามประทานบัตรทั้งหมด 80.50 ล้านเมตริกตัน เป็นหินแกรนิตเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยเฉพาะการใช้งานเป็นวัสดุก่อสร้างเพื่อการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูปของกลุ่มบริษัทและการจำหน่ายให้แก่ลูกค้าภายนอกในธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ คอนกรีตสำเร็จรูป ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจซื้อขายไป เป็นต้น (รายละเอียดของประทานบัตร ปรากฏตามเอกสารแนบ 8 รายละเอียดเกี่ยวกับประทานบัตร และสิทธิในการประกอบธุรกิจเหมืองแร่)

สำหรับ บริษัท ศิลาธารา 2021 จำกัด (“ST 2021”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจเหมืองหินอุตสาหกรรม มีที่ตั้งสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 8899 หมู่ 4 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง 21140 ใดๆก็ตาม ๓ ปัจจุบัน ST 2021 ยังไม่มีการประกอบธุรกิจ เนื่องจากอยู่ระหว่างการศึกษาค่าความเป็นไปได้ของโครงการ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการดำเนินงานภายใต้บรรษัทภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ESG) โดยบริษัทมีการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ภายใต้การบริหารจัดการความยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ส่งเสริมการนำนวัตกรรมมาช่วยบริหารจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตลอดจนดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการใส่ใจ ดูแล รักษา เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในระยะสั้น และระยะยาว

ด้านสังคม (Social)

บริษัทมุ่งมั่นในการดูแลพนักงาน ชุมชน และสังคมรอบข้างไปพร้อมกับการเติบโตของธุรกิจ พร้อมทั้งพัฒนาทักษะและศักยภาพของพนักงานเพื่อสร้างคนที่มีคุณภาพสู่สังคม รวมถึงการสร้างงาน สร้างอาชีพ และกระจายรายได้สู่ชุมชน ตลอดจนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานกับสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Governance)

บริษัทมุ่งเน้นดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม และปฏิบัติตามกฎหมายและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

นอกจากการบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาลแล้ว บริษัทยังมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพและกระบวนการภายในองค์กรให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดย

บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2015 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของในการบริหารการดำเนินงานธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) มีทุนจดทะเบียนจำนวน 380.00 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 760.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท มีทุนที่ออกและชำระแล้วจำนวน 281.88 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 563.76 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 8899 หมู่ 4 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง 21140 และมีโรงงานรวมทั้งสิ้น 15 แห่ง ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดระยอง 11 แห่ง และจังหวัดชลบุรี 4 แห่ง

บริษัทมีบริษัทย่อย 3 แห่ง ประกอบด้วย

- 1) **บริษัท วี โฮม โซลูชั่น จำกัด (“WH”)** (เดิมชื่อ บริษัท เอสซี โฮมมาร์ท จำกัด) จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2560 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว เท่ากับ 200.00 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยบริษัทถือหุ้นทั้งสิ้นจำนวน 1,997,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.85 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว โดย WH ดำเนินธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างภายใต้ชื่อทางการค้า “We Make” และธุรกิจจำหน่ายสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ภายใต้ชื่อทางการค้า “Riki Riki”
- 2) **บริษัท ศิลธารา จำกัด (“ST”)** จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2563 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว เท่ากับ 100.10 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 10,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท และหุ้นบุริมสิทธิจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท บริษัทถือหุ้นสามัญจำนวน 4,000,000 หุ้น และหุ้นบุริมสิทธิจำนวน 10,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 40.06 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว โดย ST ดำเนินธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตที่ใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง มีที่ตั้งสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 8899 หมู่ 4 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง 21140 และมีเหมืองหิน 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองไร่ อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง บนเนื้อที่ 365 ไร่ 3 งาน 1 ตารางวา โดย ST ได้รับประทานบัตรเลขที่ 31024/16461 อายุประทานบัตร 30 ปี นับแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2564 ถึงวันที่ 22 ธันวาคม 2594 มีปริมาณหินที่ทำเหมืองตามประทานบัตรได้ทั้งสิ้นประมาณ 80.50 ล้านเมตริกตัน
- 3) **บริษัท ศิลธารา 2021 จำกัด (“ST 2021”)** จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 28 มกราคม 2564 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วเท่ากับ 1.001 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท และหุ้นบุริมสิทธิจำนวน 100 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท โดยบริษัทถือหุ้นสามัญจำนวน 44,000 หุ้น และหุ้นบุริมสิทธิจำนวน 100 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 44.06 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว มีที่ตั้งสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 8899 หมู่ 4 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง 21140 โดย ST 2021 จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมที่ใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง แต่ ณ ปัจจุบัน ยังไม่มีการประกอบธุรกิจ เนื่องจากอยู่ระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

รายละเอียดของบริษัทย่อย ดังนี้

บริษัท	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น
1. บริษัท วี โฮม โซลูชั่น จำกัด (WH)	ศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ภายใต้ชื่อทางการค้า “We Make” และ “Riki Riki”	ร้อยละ 99.85
2. บริษัท ศิลาธรา จำกัด (ST)	เหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิต ที่ใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง	ร้อยละ 40.06
3. บริษัท ศิลาธรา 2021 จำกัด (ST 2021)	เหมืองแร่หินอุตสาหกรรมที่ใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง	ร้อยละ 44.06

1.1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กรในการดำเนินธุรกิจ
วิสัยทัศน์ (Vision)

“ผู้นำธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ให้คุณค่าสูงสุด”

พันธกิจ (Mission)

“เพื่อให้ทุกคนได้ครบทุกสิ่งที่ต้องการ สำหรับทุกไลฟ์สไตล์ในราคาที่คุ้มค่า”

ค่านิยมองค์กร (Core Value)

S	Social Responsibility การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม	องค์กรสนับสนุนการสร้างงานให้กับคนในชุมชน โดยคำนึงถึงการเติบโต ไปพร้อมๆ กับชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และการเป็นที่ยอมรับของสาธารณชนอย่างยั่งยืน
U	Unity ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน	องค์กรให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม และเปิดรับความคิดเห็นของพนักงานในทุกระดับ เพราะเราเชื่อว่าพนักงานทุกคนมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนความสำเร็จไปสู่จุดมุ่งหมายขององค์กร
E	Efficiency การมีประสิทธิภาพในการทำงาน	องค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน และการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในทุก ๆ กระบวนการเพื่อส่งมอบผลงานที่ดีที่สุดให้กับผู้ใช้งานและสร้างประสิทธิภาพสูงสุดให้กับองค์กร
N	Newness การสร้างนวัตกรรม และสิ่งใหม่ให้กับองค์กร	องค์กรสนับสนุนให้พนักงานมีความกล้าคิด กล้าทำ นำเสนอนวัตกรรมและความคิดใหม่ๆ เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตอย่างไม่มีขีดจำกัด โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทเป็นอันดับแรก

1.1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญของกลุ่มบริษัท

บริษัท ซุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “SUEN”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2544 ในชื่อบริษัท ซุน คอนสตรัคชั่น แอนด์ เอ็นจิเนียริง จำกัด โดยพี่น้องครอบครัวระเบียนพนา ประกอบด้วยนายวิเศษศักดิ์ ระเบียนพนา ซึ่งจบการศึกษาด้านวิศวกรรมโยธาและมีประสบการณ์ทำงานด้านวิศวกร ร่วมกับนายสมเนตร ระเบียนพนา และนายวิระ ระเบียนพนา เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท โดยจุดเริ่มต้นของธุรกิจเกิดจากการเล็งเห็นถึงโอกาสและศักยภาพในการเติบโตของภาคอุตสาหกรรม ภาคการก่อสร้าง และภาคอสังหาริมทรัพย์ จากการขยายตัวของการก่อสร้างและการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะในนิคมอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา รวมถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก (Eastern Seaboard Development Program) ซึ่งได้มีการขยายโครงสร้างพื้นฐานและการส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมและอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลให้มีความต้องการธุรกิจวัสดุก่อสร้างและบริการที่เกี่ยวข้อง จึงได้ก่อตั้งบริษัท ซุน คอนสตรัคชั่น แอนด์ เอ็นจิเนียริง จำกัด (ต่อมาเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นบริษัท ซุน คอร์ป จำกัด) ขึ้นด้วยทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 2.00 ล้านบาท พร้อมทั้งตั้งโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จแห่งแรกตั้งอยู่ที่ อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ (SC Concrete) ให้แก่กลุ่มลูกค้าต่างๆ อาทิ ลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม กลุ่มพลังงาน กลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มผู้รับเหมาเอกชนและผู้รับเหมาราชการ ครอบคลุมพื้นที่ในแถบภาคตะวันออกเป็นหลัก โดยเฉพาะในจังหวัดระยองและชลบุรี และมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา ตามการเติบโตอย่างต่อเนื่องของภาคอุตสาหกรรมก่อสร้าง ประกอบกับฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น บริษัทจึงได้ขยายธุรกิจไปยังธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป (SC Precast) ได้แก่ ท่อคอนกรีต บ่อพักคอนกรีต เสาเข็ม แผ่นพื้นและผนังคอนกรีต โดยได้ก่อตั้งโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป ในปี 2562 ที่อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง บนเนื้อที่ขนาด 100-2-43.3 ไร่

ในปี 2560 บริษัทจึงได้ก่อตั้งบริษัท เอสซี โฮมมาร์ท จำกัด (ต่อมาเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท วี โฮม โซลูชั่น จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10.00 ล้านบาท ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ภายใต้ชื่อทางการค้า “We Make” เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้ากลุ่มต่างๆ ของกลุ่มบริษัทที่ต้องมีการใช้งานวัสดุก่อสร้างในงานก่อสร้างภาคอุตสาหกรรมและภาคอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย WH เป็นศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เครื่องมือช่าง อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ เหล็กเส้น เหล็กรูปพรรณ กระเบื้องเซรามิก สุขภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์ และสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มีจุดเด่นทางด้านความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า ความครบถ้วนของสินค้าในราคาเหมาะสม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ครอบคลุมพื้นที่ในแถบภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดระยอง จังหวัดชลบุรี จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดปราจีนบุรี

ต่อมาในปี 2563 บริษัทได้ก่อตั้งบริษัท ศิลาธารา จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 12.00 ล้านบาท ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เพื่อดำเนินธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิต ที่ใช้ในงานอุตสาหกรรมก่อสร้าง เนื่องจากบริษัทได้พิจารณาว่าหินเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป การมีเหมืองหินอุตสาหกรรมส่งผลให้บริษัทสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงมีการจำหน่ายหินให้กับลูกค้าภายนอก โดยบริษัท ศิลาธารา จำกัด ได้รับใบอนุญาตบัตรให้ประกอบธุรกิจเหมืองแร่ประเภทหินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยวิธีเหมืองเปิด (Surface Mining) เหมืองหินตั้งอยู่ที่ ฝ ตำบลหนองไร่ อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง อายุประทานบัตร 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2564 ถึงวันที่ 22 ธันวาคม 2594 บนเนื้อที่ 365 ไร่ 3 งาน 1 ตารางวา โดยมีปริมาณหินแกรนิตที่ทำ

เหมืองได้ในพื้นที่ประทานบัตรรวมประมาณ 80.50 ล้านเมตริกตัน เหมืองหินแห่งนี้สามารถผลิตหินเกล็ดขนาด 3/4 นิ้ว หินเกล็ดขนาด 3/8 นิ้ว หินคลุก หินฝุ่น เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง

นอกจากนี้ ในปี 2564 บริษัทได้ก่อตั้งบริษัท ศิลาธารา 2021 จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 1.00 ล้านบาท ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดยมีวัตถุประสงค์การจัดตั้งเพื่อดำเนินธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริษัท ศิลาธารา 2021 จำกัด ยังไม่มีการประกอบธุรกิจ โดยปัจจุบันยังอยู่ระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

กลุ่มบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ รายละเอียดดังนี้

ปี	รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ
ปี 2544	- เดือนพฤศจิกายน กลุ่มครอบครัวระเบียบพนาได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ชุน คอนสตรัคชั่น แอนด์ เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด ("บริษัท") ("SUEN") เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2544 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 2.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ
ปี 2548	- บริษัทได้ก่อตั้งโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จสาขาแรก สาขาปลวกแดง ตั้งอยู่ที่ 330 หมู่ที่ 1 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง เพื่อดำเนินการผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จให้กับงานก่อสร้างทุกรูปแบบ พร้อมทั้งยังรับผลิตคอนกรีตผสมเสร็จตามความต้องการของลูกค้า
ปี 2552	- เดือนกุมภาพันธ์ บริษัทได้ขยายกำลังการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จโดยการก่อตั้งโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 2 สาขาอีสเทิร์นซีบอร์ด ตั้งอยู่ที่ 237 หมู่ที่ 4 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง - เดือนตุลาคม บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 2.00 ล้านบาท เป็น 10.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 80,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อรองรับการขยายกิจการและเป็นเงินทุนหมุนเวียน
ปี 2555	- เดือนพฤษภาคม บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 3 สาขาศรีราชา ตั้งอยู่ที่ 116/14 หมู่ที่ 3 ตำบลบึง อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี - เดือนสิงหาคม บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 4 สาขาอมตะซิตี้ ตั้งอยู่ที่ 88/8 หมู่ที่ 6 ตำบลมาบยางพร อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง
ปี 2556	- เดือนมิถุนายน บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 5 สาขาปิ่นทอง ตั้งอยู่ที่ 331/7 หมู่ที่ 4 ตำบลบ่อวิน อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี
ปี 2557	- เดือนกุมภาพันธ์ บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 10.00 ล้านบาท เป็น 80.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 700,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อขยายกิจการและเป็นเงินทุนหมุนเวียน - เดือนกรกฎาคม บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 6 สาขาแหลมฉบัง ตั้งอยู่ที่ 111/6 หมู่ที่ 6 ตำบลบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
ปี 2560	- เดือนมีนาคม บริษัทจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เอสซี โฮมมาร์ท จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 10.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท บริษัทถือหุ้นใน WH สัดส่วนร้อยละ 85.00 ของทุนจดทะเบียน

ปี	รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนพฤศจิกายน บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 80.00 ล้านบาท เป็น 180.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อขยายกิจการและเป็นเงินทุนหมุนเวียน
ปี 2561	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนมีนาคม บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 7 สาขานิคมพัฒนา ตั้งอยู่ที่ 911/3 หมู่ที่ 5 ตำบลนิคมพัฒนา อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง - เดือนพฤศจิกายน บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 8 สาขาอุตะเถา ตั้งอยู่ที่ 96/115 หมู่ที่ 3 ตำบลสำนักท้อน อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง
ปี 2562	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนมิถุนายน บริษัทได้ขยายการดำเนินธุรกิจโดยเพิ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป โดยเปิดดำเนินการโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปแห่งแรก ที่สาขานิคมพัฒนา ตั้งอยู่ที่ 888/8 หมู่ที่ 2 ตำบลพนานิคม อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง - เดือนตุลาคม บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 180.00 ล้านบาท เป็น 210.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 300,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน - เดือนพฤศจิกายน บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 9 สาขาบาตาทุด ตั้งอยู่ที่ 16 ซอยน้ำเย็น ถนนสุขุมวิท ตำบลเนินพระ อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง
ปี 2563	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนพฤษภาคม บริษัทจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ศิลาธารา จำกัด (ST) เพื่อดำเนินธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 12.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท บริษัทถือหุ้นใน ST ในสัดส่วนร้อยละ 40.00 ของทุนจดทะเบียน - เดือนกันยายน ST เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 12.00 ล้านบาท เป็น 35.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 2,300,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการซื้อที่ดินเพื่อประกอบกิจการ
ปี 2564	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนมกราคม บริษัทจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ศิลาธารา 2021 จำกัด (ST 2021) เพื่อดำเนินธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 100,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท บริษัทถือหุ้นใน ST 2021 ในสัดส่วนร้อยละ 44.00 ของทุนจดทะเบียน - เดือนมกราคม WH ได้เปิดดำเนินการร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างสาขาแรก สาขาปลวกแดง ภายใต้เครื่องหมายการค้า “We Home” ตั้งอยู่ที่ 8/888 หมู่ที่ 5 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง - เดือนมกราคม โรงงานผลิตคอนกรีตสำเร็จรูป สาขานิคมพัฒนา ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เลขที่ 128-2560 สำหรับผลิตภัณฑ์คอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จสำหรับงานระบายน้ำ นอกจากนี้ยังมีโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จสาขาแหลมฉบัง ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เลขที่ 213 – 2560 สำหรับผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ

ปี	รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนกุมภาพันธ์ ST เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 35.00 ล้านบาท เป็น 100.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 6,500,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการซื้อที่ดินและการลงทุนในเครื่องจักรเพื่อประกอบกิจการ บริษัทคงสัดส่วนการถือหุ้นใน ST เป็นสัดส่วนร้อยละ 40.00 ของทุนจดทะเบียน - เดือนกรกฎาคม บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 10 สาขาอมตะซิตี้ 2 ตั้งอยู่ที่ 88/9 หมู่ที่ 6 ตำบลมายางพร อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง - เดือนกรกฎาคม โรงงานผลิตคอนกรีตสำเร็จรูป สาขานิคมพัฒนา ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เลขที่ 396-2549 สำหรับผลิตภัณฑ์เสาเข็มคอนกรีตเสริมเหล็กอัดแรงสำเร็จรูป - เดือนตุลาคม โรงงานผลิตคอนกรีตสำเร็จรูป สาขานิคมพัฒนา ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) โดยมีรายละเอียดดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> ○ มอก. เลขที่ 1164-2559 สำหรับผลิตภัณฑ์ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสี่เหลี่ยมสำหรับงานระบายน้ำใต้ทางเท้าวัสดุผสมไม่เกิน 3 เมตร ○ มอก. เลขที่ 1165-2559 สำหรับผลิตภัณฑ์ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสี่เหลี่ยมสำหรับงานระบายน้ำใต้ผิวจราจรวัสดุผสมน้อยกว่า 0.6 เมตร ○ มอก. เลขที่ 1166-2559 สำหรับผลิตภัณฑ์ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสี่เหลี่ยมสำหรับงานระบายน้ำใต้ผิวจราจรวัสดุผสมระหว่าง 0.6 เมตร ถึง 3.0 เมตร - เดือนพฤศจิกายน WH เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 10.00 ล้านบาท เป็น 40.00 ล้านบาทโดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 300,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน บริษัทเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน WH เป็นสัดส่วนร้อยละ 99.25 ของทุนจดทะเบียน - เดือนพฤศจิกายน บริษัท เอสซี โฮมมาร์เก็ต จำกัด เปลี่ยนแปลงชื่อบริษัทเป็น บริษัท วี โฮม โซลูชั่น จำกัด - เดือนธันวาคม บริษัท ศิลาธารา จำกัด (“ST”) ได้รับประทานบัตรเพื่อการทำเหมือง ประเภทหินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยวิธีเหมืองเปิด (Surface Mining) ณ ตำบลหนองไร่ อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง อายุประทานบัตร 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2564 ถึงวันที่ 22 ธันวาคม 2594 บนเนื้อที่ 365 ไร่ 3 งาน 1 ตารางวา โดยมีปริมาณหินสำรองทั้งสิ้นประมาณ 9.60 ล้านเมตริกตัน
ปี 2565	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนมกราคม โรงงานผลิตคอนกรีตสำเร็จรูป สาขานิคมพัฒนา และสำนักงานใหญ่ของบริษัท ได้ผ่านการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 : 2015 - เดือนกุมภาพันธ์ บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 210.00 ล้านบาท เป็น 281.88 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 718,800 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่บริษัท สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จำกัด (มหาชน) (ROJNA) เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการขยายกิจการของกลุ่มบริษัทและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน โดยการเพิ่มทุนในครั้งนี้ ส่งผลให้ ROJNA เข้าถือหุ้นของบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 25.50 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของบริษัท - เดือนกุมภาพันธ์ WH ดำเนินการเปิดกิจการร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแห่งที่ 2 สาขาพานทอง ตั้งอยู่ที่ 146/1 หมู่ที่ 3 ตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี

ปี	รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนมีนาคม WH ดำเนินการเปิดกิจการร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแห่งที่ 3 สาขาบ้านบึง ตั้งอยู่ที่ 89 ถนนบ้านบึง-บ้านค่าย ตำบลบ้านบึง จังหวัดชลบุรี - เดือนมีนาคม WH เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 40.00 ล้านบาท เป็น 200.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 1,600,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนในขยายกิจการและเป็นเงินทุนหมุนเวียน บริษัทเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน WH เป็นสัดส่วนร้อยละ 99.85 ของทุนจดทะเบียน - เดือนเมษายน บริษัทลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท ระยอง รีไซเคิล เวสต์ จำกัด (RRW) ซึ่งประกอบธุรกิจรับซื้อขายอุตสาหกรรมเพื่อทำการคัดแยกและจำหน่าย โดย RRW มีทุนจดทะเบียนจำนวน 150.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,500,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท และมีทุนชำระแล้วจำนวน 37.50 ล้านบาท โดยบริษัทได้เข้าร่วมทุนในหุ้นสามัญของ RRW จำนวน 150,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว - เดือนพฤษภาคม ST ได้รับประทานบัตรที่ 31024/1646 สำหรับการเปิดเหมืองหินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง จากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง โดยมีพื้นที่ทำเหมืองทั้งหมด 275-0-3 ไร่ ตั้งอยู่ที่ หมู่ 6 ตำบลหนองไร่ อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง มีปริมาณหินแกรนิตจำนวนประมาณ 9.60 ล้านเมตริกตัน ในพื้นที่คำขอประทานบัตร - เดือนกรกฎาคม โรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จผ่านการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 : 2015 - เดือนกันยายน บริษัทดำเนินการแก้ไขชื่อบริษัท จากเดิมชื่อ บริษัท ชุน คอนสตรัคชั่น แอนด์ เอ็นจิเนียริง จำกัด เป็น บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด - เดือนกันยายน WH ดำเนินการเปิดกิจการร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแห่งที่ 4 สาขาแกลง ตั้งอยู่ที่ 345/36 ถนนสุขุมวิท ตำบลทางเกวียน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง - เดือนพฤษภาคม บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 11 สาขาหนองใหญ่ ตั้งอยู่ที่ 62 หมู่ที่ 3 ตำบลห้างสูง อำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี
ปี 2566	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนมีนาคม WH ได้มีการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าตั้งอยู่ที่ 888/8 หมู่ที่ 2 ตำบลพนานิคม อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง - เดือนมิถุนายน บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 12 สาขาพนานิคม ตั้งอยู่ที่ 888/18 หมู่ที่ 2 ตำบลพนานิคม อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง (ตั้งอยู่ภายในโรงงานคอนกรีตสำเร็จรูป)
ปี 2567	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนมกราคม บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 13 สาขา หนองใหญ่ 2 ตั้งอยู่ที่ 62 หมู่ที่ 3 ตำบลห้างสูง อำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี - เดือนเมษายน WH ดำเนินการเปิดกิจการร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแห่งที่ 5 สาขานิคม 304 ตั้งอยู่ที่ 441 หมู่ 8 ตำบลท่าตม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี - เดือนพฤษภาคม บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 14 สาขา บ้านค่าย 1 ตั้งอยู่ที่ 88/2 หมู่ที่ 11 ตำบลหนองบัว อำเภอบ้านค่าย จ.ระยอง

ปี	รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนกรกฎาคม WH ดำเนินการเปิดกิจการร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแห่งที่ 6 สาขาจันทบุรี ตั้งอยู่ที่ 168/8 หมู่ที่ 10 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี - เดือนสิงหาคม บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแห่งที่ 15 สาขา บ้านค่าย 2 ตั้งอยู่ที่ 81/18 หมู่ที่ 10 ตำบลหนองละลอก อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง - เดือนตุลาคม WH ดำเนินการเปิดกิจการร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแห่งที่ 7 สาขาศรีราชา ตั้งอยู่ที่ 159/115 หมู่ 7 ตำบลสุรศักดิ์ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี - เดือนธันวาคม WH ดำเนินการเปิดกิจการร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแห่งที่ 8 สาขาระยอง ตั้งอยู่ที่ 265/39 ตำบลมาบตาพุด อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง
ปี 2568	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนกุมภาพันธ์ ST ได้รับรางวัล CSR DPIM Award ประเภทธุรกิจเมืองแร่ ระดับ GOLD ประจำปี 2567 จากกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ ซึ่งสะท้อนมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเหมืองแร่ - เดือนมิถุนายน ST ได้รับอนุญาตในการขอเปลี่ยนแปลงแผนการทำเหมืองหินแกรนิต ภายใต้ประทานบัตรเลขที่ 31024/1646 โดยขอเพิ่มปริมาณสำรองแร่ที่สามารถทำเหมืองได้ทั้งสิ้นจำนวนประมาณ 80.50 ล้านเมตริกตัน - เดือนกันยายน ST ได้รับรางวัลสถานประกอบการเหมืองแร่ที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์กองทุนพัฒนาหมู่บ้านรอบพื้นที่เหมืองแร่ และกองทุนเฝ้าระวังสุขภาพสำหรับโครงการเหมืองแร่ ปี 2568
ปี 2569	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนมกราคม ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2569 เมื่อวันที่ 8 มกราคม 2569 มีมติอนุมัติการแปรสภาพบริษัท ชุน คอร์ป จำกัด เป็น บริษัทมหาชนจำกัด รวมถึงการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายต่อประชาชนเป็นครั้งแรก โดยมีวาระที่สำคัญ ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - แปรสภาพบริษัท ชุน คอร์ป จำกัด จากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด - แก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิของบริษัทในเรื่องชื่อบริษัท วัตถุประสงค์ การเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิม 100 บาทเป็น 0.50 บาท - แก้ไขเพิ่มเติมข้อบังคับของบริษัท - เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท และแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิของบริษัท ข้อ 4. จากเดิม 281.88 ล้านบาท เป็น 380.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 196,240,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อเสนอขายต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering: IPO) - การจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทเพื่อเสนอขายต่อประชาชนเป็นครั้งแรก - การนำหุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - เดือนมกราคม บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพจากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยบริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) มีทุนจดทะเบียน 380.00 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท และมีทุนที่ออกและชำระแล้ว 281.88 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

ปี	รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนมีนาคม WH ดำเนินการเปิดกิจการร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ภายใต้ชื่อทางการค้า “Riki Riki” โดยสาขาแรก ตั้งอยู่ที่ตำบลบึง อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 - เดือนมีนาคม WH ดำเนินการเปลี่ยนชื่อร้านจัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง (Re-Brand) จากชื่อทางการค้า “We Home” เป็น “We Make” - เดือนมีนาคม ST เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100.00 ล้านบาท เป็น 100.10 ล้านบาท โดยการออกหุ้นบุริมสิทธิเพิ่มทุนจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม จากการเพิ่มทุนดังกล่าว ส่งผลให้บริษัทมีส่วนการถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 40.06 ของทุนที่จดทะเบียนชำระแล้ว และมีสิทธิออกเสียงใน ST คิดเป็นร้อยละ 75.01 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมด - เดือนมีนาคม ST2021 เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1.00 ล้านบาท เป็น 1.001 ล้านบาท โดยการออกหุ้นบุริมสิทธิเพิ่มทุนจำนวน 100 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม จากการเพิ่มทุนดังกล่าว ส่งผลให้บริษัทมีส่วนการถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 44.06 ของทุนที่จดทะเบียนชำระแล้ว และมีสิทธิออกเสียงใน ST คิดเป็นร้อยละ 75.00 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมด

1.1.3 ข้อมูลที่บริษัทให้คำมั่นไว้ในแบบแสดงข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์

- ไม่มี -

1.1.4 ชื่อ สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ ประเภทธุรกิจ เลขทะเบียนบริษัท โทรศัพท์ โทรสาร เว็บไซต์บริษัท จำนวน และชนิดของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท ซุน คอร์ป จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัท (ภาษาอังกฤษ)	SUEN CORP PUBLIC COMPANY LIMITED
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ภายใต้ชื่อทางการค้า “We Make” และ “Riki Riki” ธุรกิจผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป ภายใต้ชื่อทางการค้า “SC” และธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรม
เลขทะเบียนบริษัท	010756900012
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	8899 หมู่ 4 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง 21140
โทรศัพท์	038-029888
โทรสาร	038-029889
เว็บไซต์บริษัท	https://www.suen.co.th
ทุนจดทะเบียน	380,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 760,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 0.50 บาทต่อหุ้น
ทุนชำระแล้ว	281,880,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 563,860,000 หุ้น

มูลค่าที่ตราไว้ 0.50 บาทต่อหุ้น

1.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

1.2.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้แยกตามประเภทธุรกิจ

รายได้ของกลุ่มบริษัทแยกตามประเภทธุรกิจ สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) รายได้จากธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน 2) รายได้จากธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป และ 3) รายได้จากธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยมีรายละเอียดโครงสร้างรายได้แยกตามประเภทธุรกิจสำหรับปี 2566 – ปี 2568 ดังนี้

โครงสร้างรายได้	ปี 2566		ปี 2567		ปี 2568	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย						
1. ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน	1,408.07	46.12	1,500.04	45.34	1,737.64	48.40
2. ธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป	1,490.55	48.83	1,419.09	42.89	1,286.58	35.84
2.1 คอนกรีตผสมเสร็จ	1,246.05	40.82	1,406.73	42.52	1,286.34	35.83
2.2 ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป	228.23	7.48	12.05	0.36	0.24	0.01
2.3 รายได้จากการซื้อขายไป	16.27	0.53	0.30	0.01	-	-
3. ธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรม	100.63	3.30	311.99	9.43	486.95	13.56
รวมรายได้จากการขาย	2,999.24	98.25	3,231.12	97.67	3,511.17	97.81
รายได้จากการให้บริการ ^{1/}	45.10	1.48	65.96	1.99	67.01	1.87
รวมรายได้จากการขายและบริการ	3,044.35	99.73	3,297.07	99.66	3,578.18	99.68
รายได้อื่น ^{2/}	8.39	0.27	11.26	0.34	11.62	0.32
รายได้รวม	3,052.73	100.00	3,308.34	100.00	3,589.80	100.00

หมายเหตุ : กลุ่มบริษัทแบ่งโครงสร้างรายได้จากการขายแยกตามบริษัทที่จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้า โดยสินค้าประเภทคอนกรีตสำเร็จรูป แสดงอยู่ในรายได้จากธุรกิจคอนกรีตในปี 2565 ถึงเดือนสิงหาคมปี 2566 ต่อมาเดือนกันยายน ปี 2566 เป็นต้นไป กลุ่มบริษัทแสดงรายได้จากธุรกิจคอนกรีตสำเร็จรูปอยู่ภายใต้ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน เนื่องจากกลุ่มบริษัทปรับเปลี่ยนโครงสร้างธุรกิจให้สินค้าประเภทธุรกิจคอนกรีตสำเร็จรูปจำหน่ายภายใต้บริษัท วี โฮม โซลูชัน จำกัด

^{1/}รายได้จากการให้บริการ ประกอบด้วย บริการเจาะและตอกเสาเข็ม บริการปั๊มคอนกรีต และบริการขนส่งสินค้า เป็นต้น

^{2/}รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้ดอกเบี้ยรับ รายได้จากการขายเศษซาก รายได้ค่าเช่าพื้นที่ เป็นต้น

ในปี 2566 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขายสินค้า 2,999.24 ล้านบาท เดบโตร้อยละ 41.46 จากปีก่อนหน้า โดยมีรายได้จากธุรกิจคอนกรีต 1,490.55 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.83 ธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง 1,408.07 ล้านบาท คิดเป็น

สัดส่วนร้อยละ 46.12 และธุรกิจเหมืองหิน 100.63 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.30 ของรายได้รวม สาเหตุหลักของการเติบโตมาจากธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ซึ่งมีรายได้เติบโตร้อยละ 69.96 จากการขยายสาขา การเพิ่มฐานลูกค้า และการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันธุรกิจเหมืองหินเริ่มขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับความต้องการใช้หินจากโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยเฉพาะจังหวัดระยองและชลบุรี

ในปี 2567 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขาย 3,231.12 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 7.73 จากปีก่อนหน้า โดยมีรายได้จากธุรกิจคอนกรีต 1,419.09 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.89 ธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง 1,500.04 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.34 และธุรกิจเหมืองหิน 311.99 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.43 ของรายได้รวม ธุรกิจวัสดุก่อสร้างยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการขยายสาขาและการพัฒนาระบบการขายที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ขณะที่ธุรกิจเหมืองหินมีรายได้เติบโตอย่างมีนัยสำคัญกว่าร้อยละ 210.05 จากการเพิ่มกำลังการผลิต เพื่อรองรับความต้องการใช้หินในธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป

สำหรับปี 2568 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขาย 3,511.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเท่ากับ 280.05 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.67 โดยมีรายได้จากธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน ธุรกิจคอนกรีต และธุรกิจเหมืองหิน จำนวน 1,737.64 ล้านบาท 1,286.58 ล้านบาท และ 486.95 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.40 ร้อยละ 35.84 และร้อยละ 13.56 ของรายได้รวม ตามลำดับ โดยรายได้จากธุรกิจเหมืองหินมีเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นจำนวน 174.96 ล้านบาท หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 56.08 จากปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการขยายกำลังการผลิตของโรงโม่หิน ซึ่งทำให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้เพิ่มขึ้น และสนับสนุนยอดขายของธุรกิจเหมืองหินให้เติบโตในอัตราที่สูงขึ้น

โครงสร้างรายได้แยกตามกลุ่มลูกค้า

รายได้ของกลุ่มบริษัทแยกตามกลุ่มลูกค้า สำหรับปี 2566 – ปี 2568 ดังนี้

โครงสร้างรายได้	ปี 2566		ปี 2567		ปี 2568	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายและบริการ						
1.กลุ่มลูกค้าโครงการ และลูกค้าเอกชน	2,879.89	94.60	3,130.15	94.94	3,256.14	90.71
2.กลุ่มลูกค้ารับโอนสิทธิประเภทงานราชการ	85.18	2.80	63.88	1.94	88.89	2.48
3.กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป	79.27	2.60	103.04	3.13	233.15	6.49
รวมรายได้จากการขายและบริการ	3,044.35	99.73	3,297.07	99.66	3,578.18	99.68
รายได้อื่น ^{1/}	8.39	0.27	11.26	0.34	11.62	0.32
รายได้รวม	3,052.73	100.00	3,308.34	100.00	3,589.80	100.00

หมายเหตุ : ^{1/} รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้ดอกเบี้ยรับ รายได้จากการขายเศษซาก รายได้ค่าเช่าพื้นที่ เป็นต้น

1.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ธุรกิจของกลุ่มบริษัทสามารถแบ่งกลุ่มธุรกิจออกเป็น 3 ธุรกิจ ได้แก่

1. ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน
2. ธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป
3. ธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง

โดยข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของแต่ละกลุ่มธุรกิจข้างต้น มีรายละเอียด ดังนี้

1.2.2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สำหรับธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน

1.2.2.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ และการพัฒนานวัตกรรม

ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน ดำเนินงานภายใต้บริษัท วี โสม โซลูชัน จำกัด (WH) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ภายใต้ชื่อทางการค้า “We Make” โดยมีศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ที่เน้นความสะดวกซื้อ เข้าถึงง่าย ราคามาตรฐาน และบริการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว โดยมีประเภทสินค้าที่หลากหลายและครบถ้วนสำหรับวัตถุประสงค์การก่อสร้างบ้านทั้งหลัง ด้วยพื้นที่ให้บริการขนาดประมาณ 1,000 – 3,500 ตารางเมตร ปัจจุบัน มีสาขาที่เปิดดำเนินงานแล้วทั้งหมด 8 สาขา ครอบคลุมพื้นที่ในภาคตะวันออก 4 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดระยอง 3 สาขา จังหวัดชลบุรี 3 สาขา จังหวัดปราจีนบุรี 1 สาขา และจังหวัดจันทบุรี 1 สาขา พร้อมทั้งยังมีศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ตั้งอยู่ที่ตำบลพนานิคม อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง เพื่อเป็นศูนย์กลางในการรับสินค้าจากผู้ผลิตและผู้รับจ้างผลิตและกระจายสินค้าจากคลังสินค้าไปยังสาขาต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลังและลดต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าในแต่ละสาขา

ภาพศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน We Make



ตารางแสดงรายละเอียดสาขาศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง และศูนย์กระจายสินค้า มีรายละเอียด ดังนี้

ลำดับ	สาขา	ประเภท	ที่ตั้งสาขา	กรรมสิทธิ์ที่ดิน	วันที่เปิดให้บริการ	พื้นที่โดยประมาณ (ตารางเมตร)		
						พื้นที่ขาย	คลังสินค้า	ที่จอดรถ (คัน)
0	สาขานิคมพัฒนา	ศูนย์กระจายสินค้า	888/8 หมู่ที่ 2 ต.พนาวิคม อ.นิคมพัฒนา จ.ระยอง	กลุ่มบริษัทเป็นเจ้าของ	15 มี.ค. 66	-	1,440	-
1	สาขาปลวกแดง	ศูนย์จำหน่ายสินค้า	8/888 หมู่ที่ 5 ต.ปลวกแดง อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	กลุ่มบริษัทเป็นเจ้าของ	1 ธ.ค. 64	922	2,203	29
2	สาขาพานทอง	ศูนย์จำหน่ายสินค้า	146/1 หมู่ที่ 3 ต.บ้านเก่า อ.พานทอง จ.ชลบุรี	เช่าจากบุคคลภายนอก	29 มี.ค. 65	422	961	11
3	สาขานบ้านบึง	ศูนย์จำหน่ายสินค้า	89 ถ.บ้านบึง-บ้านค่าย ต.บ้านบึง อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี	เช่าจากบุคคลภายนอก	29 มี.ค. 65	422	961	11
4	สาขาแกลง	ศูนย์จำหน่ายสินค้า	345/36 ถ.สุขุมวิท ต.ทางเกวียน อ.แกลง จ.ระยอง	เช่าจากบุคคลภายนอก	2 ธ.ค. 65	472	582	12
5	สาขานิคม 304	ศูนย์จำหน่ายสินค้า	441 หมู่ 8 ต.ท่าตุ้ม อ.ศรีมหาโพธิ จ.ปราจีนบุรี	เช่าจากบุคคลภายนอก	1 มิ.ย. 67	385	820	12
6	สาขาจันทบุรี	ศูนย์จำหน่ายสินค้า	168/8 หมู่ 10 ต.ท่าช้าง อ.เมืองจันทบุรี จ.จันทบุรี	เช่าจากบุคคลภายนอก	8 ส.ค. 67	385	808	12
7	สาขาศรีราชา	ศูนย์จำหน่ายสินค้า	159/115 หมู่ 7 ต.สุรศักดิ์ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	เช่าจากบุคคลภายนอก	2 พ.ย. 67	385	820	6
8	สาขาระยอง	ศูนย์จำหน่ายสินค้า	265/39 ถ.สุขุมวิท ต.มาบตาพุด อ.ระยอง จ.ระยอง	เช่าจากบุคคลภายนอก	19 ต.ค. 68	385	909	12

WH มุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าที่ครบครันครอบคลุมงานก่อสร้าง ต่อเติม ตกแต่งบ้าน ผ่านศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง โมเดลใหม่ที่ใช้แนวคิดหลักคือ มีสินค้าที่ครบครัน ลูกค้านำเข้าได้ง่าย เป็นกันเอง และการให้บริการที่รวดเร็วให้กับลูกค้า โดย WH แบ่งประเภทสินค้าที่จำหน่ายออกเป็น 11 กลุ่มหลัก แยกตามประเภทสินค้า โดยมีจำนวนสินค้า (SKUs) รวมมากกว่า 10,000 รายการ สินค้าที่จำหน่ายแบ่งออกเป็น 11 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) สินค้ากลุ่มโครงสร้างทั่วไป 2) สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เหล็ก 3) สินค้ากลุ่มงานระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง 4) สินค้ากลุ่มงานระบบประปาและสวนเกษตร 5) สินค้ากลุ่มสีและเคมีภัณฑ์ 6) สินค้ากลุ่มพื้น ผนัง ฝ้า ประตู ไม้ 7) สินค้ากลุ่มกระเบื้อง 8) สินค้ากลุ่มสุขภัณฑ์และอุปกรณ์ห้องน้ำ 9) สินค้ากลุ่มของใช้ภายในบ้าน 10) สินค้ากลุ่มเครื่องมือช่าง และ 11) สินค้ากลุ่มอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์

ตารางแสดงรายได้ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ จำแนกตามกลุ่มสินค้า

ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ จำแนกตามกลุ่มสินค้า	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2566		2567		2568	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย						
- สินค้ากลุ่มโครงสร้างทั่วไป	590.84	41.96	954.63	63.64	992.42	57.11
- สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เหล็ก	634.77	45.08	314.41	20.96	412.66	23.75
- สินค้ากลุ่มงานระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง	14.08	1.00	22.18	1.48	44.03	2.53
- สินค้ากลุ่มงานระบบปะปาและสวนเกษตร	47.08	3.34	39.58	2.64	56.14	3.23
- สินค้ากลุ่มสีและเคมีภัณฑ์	46.03	3.27	66.47	4.43	90.53	5.21
- สินค้ากลุ่มพื้น พรม ฝ้า ประตู ไม้	34.51	2.45	43.62	2.91	49.82	2.87
- สินค้ากลุ่มกระเบื้องและสุขภัณฑ์	11.66	0.83	16.05	1.07	19.80	1.14
- สินค้ากลุ่มสุขภัณฑ์และอุปกรณ์ห้องน้ำ	5.88	0.42	7.01	0.47	14.70	0.85
- สินค้ากลุ่มของใช้ภายในบ้าน	1.29	0.09	2.13	0.14	5.24	0.30
- สินค้ากลุ่มเครื่องมือช่าง	6.95	0.49	12.81	0.85	21.39	1.23
- สินค้ากลุ่มอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์	14.03	1.00	17.12	1.14	30.48	1.75
รายได้จากการขายอื่นๆ ¹	0.95	0.07	4.02	0.27	0.44	0.03
รายได้จากการขายธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ และสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน	1,408.07	100.00	1,500.04	100.00	1,737.64	100.00

หมายเหตุ : ¹ รายได้จากการขายอื่นๆ ประกอบด้วย รายได้จากการจำหน่ายสินค้าบางประเภทที่อยู่นอกเหนือจากกลุ่มสินค้าหลัก เช่น รายได้จากเครื่องตัดไม้จำหน่ายภายในร้าน เป็นต้น

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีรายได้จากธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้านในปี 2566 – 2568 จำนวน 1,408.07 ล้านบาท 1,500.04 ล้านบาท และ 1,787.73 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท โดยครอบคลุมทั้งสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทเอง (House brand) และสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทผู้ผลิตอื่น (Non-house brand) ซึ่งแบ่งออกเป็น 11 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก โดยในช่วงที่ผ่านมาสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าอยู่ในกลุ่มโครงสร้างทั่วไป และกลุ่มผลิตภัณฑ์เหล็ก เป็นสำคัญ นอกจากนี้ สัดส่วนรายได้จากการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House brand) ยังอยู่ในระดับไม่เกินร้อยละ 3 ของรายได้จากธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน เนื่องจากอยู่ระหว่างการพัฒนาและขยายกลุ่มสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านคุณภาพและการควบคุมต้นทุนของผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพของสินค้าตามที่กำหนดและเพื่อให้กลุ่มบริษัทสามารถวางกลยุทธ์ด้านราคาให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด โดยกลุ่มบริษัทยังคงมุ่งมั่นเพิ่มสัดส่วนของสินค้าในตราสินค้าของตนเองในระยะยาว เพื่อเพิ่มตัวเลือกด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายของสินค้า และเพิ่มความสามารถในการทำกำไรให้กับกลุ่มบริษัทมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทมีอัตรากำไรค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับสินค้าที่อยู่ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทผู้ผลิตอื่น

สำหรับปี 2567 กลุ่มบริษัทมีการเติบโตของรายได้จากธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ จำนวน 91.97 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.53 โดยกลุ่มโครงสร้างทั่วไปยังคงเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้หลัก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.43 ของรายได้จากธุรกิจ

จำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ โดยมีรายได้ของสินค้าในกลุ่มนี้เพิ่มขึ้น 363.79 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.57 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สาเหตุมาจากปรับเปลี่ยนช่องทางการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป โดยกลุ่มบริษัทไดโอนย้ายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจากเดิมที่จำหน่ายภายใต้ SUEN มาจำหน่ายภายใต้ WH นับตั้งแต่เดือนกันยายน ปี 2566 เป็นต้นมา ส่งผลให้รายได้ที่เดิมเคยบันทึกอยู่ภายใต้ธุรกิจคอนกรีต ถูกโอนย้ายมาบันทึกเป็นรายได้ภายใต้ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ แทน ประกอบกับการขยายสาขา WH เพิ่มขึ้นอีก 3 สาขาในปี 2567 ได้แก่ สาขานิคม304 สาขาจันทบุรี และสาขาศรีราชา ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในพื้นที่ใหม่ และส่งผลให้รายได้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ขณะที่กลุ่มสินค้าเหล็กและโครงเหล็กมีรายได้ลดลง 320.36 ล้านบาท หรือคิดเป็นการลดลงร้อยละ 50.49 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีสัดส่วนรายได้ในสินค้ากลุ่มดังกล่าวลดลงเหลือร้อยละ 20.96 ของรายได้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ อันเป็นผลจากการปรับเปลี่ยนนโยบายในการขายสินค้าของกลุ่มบริษัท ที่เน้นการจำหน่ายสินค้าที่สามารถสร้างอัตรากำไรขั้นต้นได้สูง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกำไรโดยรวมของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ

สำหรับปี 2568 บริษัทมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ จำนวน 287.69 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.18 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า สาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายในกลุ่มงานโครงการและยอดขายของกลุ่มลูกค้าหน้าร้าน โดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากการขยายสาขา WH ได้แก่ สาขาระยอง อีกทั้งในปี 2568 กลุ่มบริษัทยังสามารถรับรู้รายได้จากสาขาที่เปิดดำเนินการในช่วงครึ่งหลังของปี 2567 ได้เต็มปี ส่งผลให้กลุ่มบริษัทสามารถรองรับความต้องการในพื้นที่อุตสาหกรรมได้เพิ่มขึ้นและช่วยผลักดันยอดขายรวมให้เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

รายละเอียดของสินค้าแยกตามกลุ่มสินค้าซึ่งมี 11 กลุ่มสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มสินค้า	รายละเอียดสินค้า	ภาพตัวอย่างสินค้า
1) สินค้ากลุ่มโครงสร้างทั่วไป	สินค้าพื้นฐานสำหรับใช้ในงานโครงสร้างสำหรับการก่อสร้างอาคาร สาธารณูปโภค งานถนน เช่น ปูนซีเมนต์ หิน ทราय คอนกรีตผสมเสร็จ ขอบคัน หิน บ่อพัก อิฐมวลเบา อิฐบล็อก เป็นต้น	
2) สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เหล็ก	กลุ่มสินค้าที่มีเหล็กเป็นส่วนประกอบหลัก ใช้สำหรับงานก่อสร้างโครงสร้างต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกอาคาร เช่น เหล็กเส้น เหล็กรูปพรรณ เหล็กข้ออ้อย เหล็กเส้นกลม เหล็กแป๊บแบน ลวดผูกเหล็ก เหล็กท่อดำ เหล็กตัวซี และหลังคาเมทัลชีท	
3) สินค้ากลุ่มงานระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง	สินค้าสำหรับใช้ในงานติดตั้งระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง เช่น หลอดไฟ โคมไฟ คัทเอาท์ ตู้ไฟ สายไฟ ท่อร้อยสายไฟ รางเก็บสายไฟ เป็นต้น	

กลุ่มสินค้า	รายละเอียดสินค้า	ภาพตัวอย่างสินค้า
4) สินค้ากลุ่มงานระบบประปาและสวนเกษตร	สินค้าวัสดุสำหรับใช้ในงานระบบประปาและอุปกรณ์ทำสวนและเกษตร เช่น ถังเก็บน้ำ ปิมน้ำ ท่อประปาพีวีซี ถังบำบัดน้ำเสีย ขวาน อุปกรณ์ขุดดิน เป็นต้น	
5) สินค้ากลุ่มสีและเคมีภัณฑ์	สินค้าสำหรับทาผนัง ทาไม้ รวมทั้งเคมีภัณฑ์สำหรับงานก่อสร้าง เช่น สีทาผนัง กาว น้ำยากันพื้น ลีน โซดาไฟ น้ำยาประสานคอนกรีต ซิลิโคน คลอรีน เป็นต้น	
6) สินค้ากลุ่มพื้น ผนัง ฝ้า ประตู ไม้	สินค้าสำหรับตกแต่งและปรับปรุงพื้นที่ใช้สอย เช่น ผลิตภัณฑ์พื้น ผนัง ฝ้า แผ่นซีเมนบอร์ด แผ่นไม้สำเร็จรูป ประตู หน้าต่าง และอุปกรณ์ เป็นต้น	
7) สินค้ากลุ่มกระเบื้อง	สินค้าสำหรับปูพื้นและผนัง กระเบื้องพื้น กระเบื้องผนัง จมูกบันได เป็นต้น	
8) สินค้ากลุ่มสุขภัณฑ์และอุปกรณ์ห้องน้ำ	สินค้าประเภทสุขภัณฑ์ห้องน้ำต่างๆ เช่น ฝักบัว และอุปกรณ์ สายฉีดชำระ อ่างล้างหน้า โถปัสสาวะ เป็นต้น	
9) สินค้ากลุ่มของใช้ภายในบ้าน	สินค้าสำหรับการใช้สอยภายในบ้าน เช่น เครื่องครัว อุปกรณ์ทำความสะอาด อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ซิงค์ล้างจาน ก๊อชิงค์ อะไหล่และอุปกรณ์ซิงค์ เป็นต้น	

กลุ่มสินค้า	รายละเอียดสินค้า	ภาพตัวอย่างสินค้า
10) สินค้ากลุ่มเครื่องมือช่าง	สินค้าสำหรับงานช่างไฟฟ้าและเครื่องมือช่างทั่วไป เช่น เครื่องเป่าลมร้อน สว่านไร้สาย เครื่องเชื่อม กรรไกร ไขควง คีมล๊อค ชุดประแจ ปืนยิงกาว เป็นต้น	
11) สินค้ากลุ่มอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์	สินค้าประเภทอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัย (Safety equipment) เช่น หมวกเซฟตี้ เชือกเซฟตี้คู่ แวนตานีรภัย เข็มขัดเซฟตี้ รองเท้าเซฟตี้ หน้ากากกันแสง เป็นต้น	

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทมีการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท ประกอบด้วยสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป ภายใต้ตราสินค้า “SC” ซึ่งผลิตโดยบริษัท ได้แก่ อิฐบล็อกคอนกรีต ขอบคันหิน บ่อพักคอนกรีต ท่อคอนกรีต เสาค้ำคอนกรีต รางระบายน้ำคอนกรีต เป็นต้น และสินค้าประเภทระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง กระเบื้อง สุขภัณฑ์ และของใช้ภายในบ้านที่กลุ่มบริษัทมีการว่าจ้างผลิตจากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) โดยสินค้าที่จำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทมีคุณภาพและราคาที่สามารถแข่งขันได้กับสินค้าที่จำหน่ายภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) และสามารถสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าได้ โดยกลุ่มบริษัทมีทีมงานบริหารผลิตภัณฑ์ซึ่งมีหน้าที่ในการจัดหาผู้รับจ้างผลิตสินค้า (OEM) ผ่านการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มาจากพิจารณาจากคุณภาพของสินค้าและบริการ การรับประกันสินค้า ราคาที่สามารถแข่งขันได้ เงื่อนไขการชำระเงิน การเปรียบเทียบราคาสินค้า การตรวจสอบคุณภาพสินค้า เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่จำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) ได้ผ่านการคัดเลือกกว่าเป็นสินค้าที่ได้คุณภาพ มีมาตรฐาน และตรงต่อความต้องการของลูกค้าในราคาที่แข่งขันได้

สินค้าที่จำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) มีรายละเอียดดังนี้

สินค้า	ตราสินค้า	ภาพตัวอย่างสินค้า
อ่างล้างจาน		

สินค้า	ตราสินค้า	ภาพตัวอย่างสินค้า
หลอดไฟ โคมไฟ		
สุขภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ เช่น ฝักบัวอาบน้ำ สายชำระ		
กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องปูผนัง		
ตะแกรงไก่		
เทปพันเกลียว		

หมายเหตุ: สำหรับสินค้าบางรายการที่จดทะเบียนภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) อยู่ระหว่างการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า 16 เดือนนับแต่วันที่สำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ได้รับคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

ปัจจุบัน WH มีสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) รวมมากกว่า 68 หน่วยสินค้า (SKUs) และได้รับใบอนุญาตมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) จำนวน 12 ฉบับ รวมถึงได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) ครบถ้วนทุกรายการสินค้า ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทยังคงเดินหน้าขยายกลุ่มสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) อย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในด้านคุณภาพ การใช้งาน และความคุ้มค่า เพื่อเพิ่มตัวเลือกด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายของสินค้า อีกทั้งสร้างความได้เปรียบด้านต้นทุนและอัตรากำไรขั้นต้น

การให้บริการ

กลุ่มบริษัทมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพงานบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนี้

1) บริการให้คำปรึกษาแนะนำผลิตภัณฑ์ กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการขายและแนะนำผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า เนื่องจากสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย โดยฝึกอบรมให้พนักงานมีความเชี่ยวชาญในสินค้าที่จำหน่ายและสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานของสินค้า และการเลือกซื้อสินค้าที่เหมาะสมกับความต้องการใช้งานของลูกค้า

2) บริการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว กลุ่มบริษัทมีการให้บริการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ด้วยรถขนส่งของกลุ่มบริษัทเอง จึงสามารถให้บริการขนส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ตามกำหนดเวลา เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า ซึ่งคิดอัตราค่าบริการขนส่งสินค้าตามระยะทาง และน้ำหนักของสินค้า นอกจากนี้ ยังมีบริการจัดส่งสินค้าโดยไม่คิดค่าบริการให้แก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าครบตามเงื่อนไข เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายและกระตุ้นยอดขาย

1.2.2.1.2 การตลาดและการแข่งขัน

1.2.2.1.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Products)

กลุ่มบริษัทมีการสำรวจความต้องการของตลาดในการคัดเลือกสินค้าที่นำมาจำหน่าย เริ่มตั้งแต่ก่อนลงทุนจัดตั้งสาขาโดยมีการสำรวจมูลค่าตลาด ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจ เช่น ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) รายได้ภาคธุรกิจ กลุ่มลูกค้า สภาพการแข่งขัน เพื่อพิจารณาความเป็นได้ของโครงการ และการจัดหาสินค้าที่จำหน่ายในแต่ละสาขาให้มีความเหมาะสมตรงกับความต้องการของลูกค้าในพื้นที่นั้นๆ กลุ่มบริษัทยังให้ความสำคัญกับการจัดวางสินค้าให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยจัดเรียงสินค้าให้เข้าถึงง่าย สะดวก สามารถเข้าถึงถึงสินค้าที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้าที่สะดวกตรงกับความต้องการและมีประสิทธิภาพที่สุด

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังให้ความสำคัญกับการคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนมาจัดจำหน่าย รวมถึงตรวจสอบการรับรองมาตรฐานสินค้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าสินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพตามมาตรฐานของสินค้า นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังเพิ่มทางเลือกของสินค้าสำหรับลูกค้าที่เน้นความคุ้มค่าด้านราคา โดยการจัดให้มีสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) นอกเหนือจากสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-House Brand)

- **สินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand)** กลุ่มบริษัทมีฝ่ายงานบริหารผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีหน้าที่ในการจัดหาสินค้าและคัดเลือกผู้รับจ้างผลิตสินค้า (OEM) โดยการพัฒนาสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจของกลุ่มบริษัท เนื่องจากสามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่าสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) โดยมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีราคาที่สามารถแข่งขันได้และคุณภาพตามมาตรฐานเทียบเคียงกับสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าที่ต้องการเน้นความคุ้มค่าด้านราคา และเพื่อเพิ่มการขายและกำไรของกลุ่มบริษัท นอกจากนี้ การควบคุมการผลิตผ่านการจ้างผลิต (OEM) ยังช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถบริหารคุณภาพสินค้าได้อย่างเหมาะสม อันเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มบริษัทในระยะยาว
- **สินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-House Brand)** กลุ่มบริษัทได้คัดสรรสินค้าแต่ละประเภทที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย โดยเลือกสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน เป็นที่นิยมในตลาด และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม

2) กลยุทธ์ด้านบริการ (Services)

กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับกลยุทธ์การให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า โดยมุ่งเน้นให้ทีมงานฝ่ายขายของกลุ่มบริษัทมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าที่จำหน่ายเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกค้า รวมทั้งสามารถให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่ลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าที่เหมาะสม ตรงกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งกลุ่มบริษัทได้จัดให้มีทีมงานโครงการที่มีความชำนาญ พร้อมให้คำปรึกษาและแนะนำสินค้าที่หลากหลายให้แก่ลูกค้า ตั้งแต่ธุรกิจขนาดเล็กจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ โดยทีมงานของกลุ่มบริษัทจะช่วยเหลือตั้งแต่การสั่งซื้อจนถึงการจัดส่งสินค้าให้ตรงตามความต้องการเพื่อให้ลูกค้าสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาสถานะลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่เพื่อเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง

สำหรับงานบริการหลักของกลุ่มบริษัท เป็นงานบริการขนส่งสินค้าโดยรถขนส่งของกลุ่มบริษัทเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้สามารถควบคุมความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังมีงานบริการเสริมอื่นๆ เช่น งานบริการต่อเสาเข็ม (ตามความต้องการของลูกค้า) เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มความครบวงจรในการให้บริการแก่ลูกค้าในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานก่อสร้าง

3) กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

กลุ่มบริษัทมีนโยบายกำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้ รวมถึงการจัดให้มีสินค้าหลากหลายประเภท ทั้งสินค้าที่มีแบรนด์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงและสินค้าที่เน้นความคุ้มค่าด้านราคาให้กับลูกค้า เพื่อสามารถสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันให้กับกลุ่มบริษัท โดยให้ความสำคัญกับการแข่งขันด้านราคาสินค้าเป็นอย่างมาก กลุ่มบริษัทมีการสำรวจราคาสินค้าร้านค้าคู่แข่งในพื้นที่โดยรอบสาขา เพื่อกำหนดราคาให้สามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ ในแต่ละหมวดสินค้า มีการกำหนดให้ดำเนินการสำรวจราคาอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบการกำหนดราคาขายให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าคู่แข่งภายในพื้นที่ได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังคงมุ่งควบคุมต้นทุนสินค้าให้มีประสิทธิภาพควบคู่กับการตั้งราคาที่เหมาะสม เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรในขณะที่ยังสามารถแข่งขันกับร้านค้าคู่แข่งในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ กลุ่มบริษัทยังได้กำหนดเป้าหมายอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin: GPM) รายหมวดสินค้าอย่างชัดเจน และมอบหมายให้ฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

เทียบกับเป้าหมายอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin: GPM) เป็นรายเดือน ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีแนวทางในการปรับราคาหรือปรับกลยุทธ์การจัดซื้อสินค้าให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด ต้นทุนสินค้า และพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลา โดยมีเป้าหมายเพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไร ขณะเดียวกันก็ยังสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับผู้ค้ารายอื่นในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

4) กลยุทธ์ด้านการจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย (Place)

กลุ่มบริษัทมีการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายต่างๆ ได้แก่ (1) ศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน We Make และ (2) ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทีมขายของกลุ่มบริษัท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1) ศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน

กลุ่มบริษัทมีศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้านเป็นช่องทางการจำหน่ายหลัก ที่เน้นความสะดวกและเข้าถึงง่ายด้วยพื้นที่ให้บริการขนาดประมาณ 1,000 – 3,500 ตารางเมตร ปัจจุบัน มีสาขาที่เปิดดำเนินงานแล้วทั้งหมด 8 สาขา ครอบคลุมพื้นที่ในภาคตะวันออก 4 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดระยอง 3 สาขา จังหวัดชลบุรี 3 สาขา จังหวัดปราจีนบุรี 1 สาขา และจังหวัดจันทบุรี 1 สาขา พร้อมทั้งยังมีศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ตั้งอยู่ที่ตำบลพนานิคม อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง เพื่อเป็นศูนย์กลางในการรับสินค้าจากผู้ผลิตและผู้รับจ้างผลิตและกระจายสินค้าจากคลังสินค้าไปยังสาขาต่างๆ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลังและลดต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าในแต่ละสาขา



ทั้งนี้ WH มีการจัดวางแปลนพื้นที่ขายในแต่ละสาขาโดยคำนึงถึงความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มีการจัดสรรพื้นที่ให้เหมาะสมกับสินค้าประเภทต่างๆ เช่น โชนสินค้าหลักที่มีความนิยมสูงจะถูกจัดวางใกล้ทางเข้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย ส่วนโชนสินค้าโปรโมชันหรือสินค้าลดราคาจะถูกจัดในตำแหน่งที่เด่นชัดเพื่อดึงดูดความสนใจ อีกทั้ง มีการจัดเรียงสินค้าให้ดึงดูดและกระตุ้นการซื้อ เช่น การใช้แสง สี และป้ายโปรโมชันโฆษณาสินค้า พร้อมทั้งการจัดเรียงสินค้าตามหมวดหมู่ที่ชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย ใช้ระยะเวลาในการเลือกซื้อสินค้าที่ไม่นาน และสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเลือกซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้า

ภาพบริเวณพื้นที่ขาย



สำหรับคลังสินค้าของแต่ละสาขา (Warehouse) ตั้งอยู่ที่บริเวณพื้นที่ด้านหลังศูนย์จำหน่ายสินค้าที่ใช้เก็บสินค้าประเภทเหล็ก วัสดุก่อสร้างที่มีน้ำหนักมาก เช่น ปูนซีเมนต์ และเป็นพื้นที่สำหรับรับและส่งสินค้าสำหรับรถขนส่งที่เข้ามารับสินค้าโดยตรง

ภาพบริเวณคลังสินค้าของแต่ละสาขา



นอกจากกลยุทธ์ในการจัดพื้นที่ขายในแต่ละสาขาแล้ว WH ยังมีกลยุทธ์ในการวางแผนการขยายสาขาเพื่อขยายฐานลูกค้า โดยกลุ่มบริษัทได้กำหนดนโยบายเกณฑ์การขยายสาขา ในการพิจารณาปัจจัยสำคัญต่างๆ ในการเลือกพื้นที่มีศักยภาพ ซึ่งประกอบประกอบไปด้วยปัจจัยทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เช่น มูลค่าตลาดทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับวัสดุก่อสร้าง ที่ตั้งของร้านค้าวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ (Modern Trade) ข้อมูลสถิติผลิตภัณฑ์ผลรวมจังหวัด (Gross Provincial Products) 2) ปัจจัยด้านสังคม เช่น ข้อมูลความหนาแน่นของประชากรและหลังคาเรือน อัตราการเติบโตของประชากร 3) ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพเชิงพื้นที่ เช่น พื้นที่ตั้งและลำดับศักดิ์ถนน การเชื่อมต่อสาขา และ 4) ปัจจัยด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอาคาร กฎหมายตามความเฉพาะของแต่ละพื้นที่ เป็นต้น ทั้งนี้ WH มีแผนจะเปิดสาขาใหม่อีกในอนาคต เพื่อขยายการเข้าถึงลูกค้าในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง สร้างความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าให้กับลูกค้า และรองรับการเติบโตของตลาดวัสดุก่อสร้างในภูมิภาคแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4.2) ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทีมขายของกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัทจัดให้มีทีมขายของกลุ่มบริษัทเพื่อทำหน้าที่ติดต่อและนำเสนอสินค้าโดยตรงให้แก่กลุ่มลูกค้างานโครงการ ซึ่งเป็นลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ ลูกค้ากลุ่มโรงงานภาคเอกชน ผู้รับเหมาก่อสร้างภาคเอกชน ลูกค้ากลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น ซึ่งลูกค้าเป้าหมายกลุ่มนี้มักซื้อสินค้าจากกลุ่มบริษัทไปใช้ในงานโครงการ เช่น งานก่อสร้างโรงงาน งานรับเหมาก่อสร้าง โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น โดยทีมขายงาน

โครงการจะช่วยเหลือตั้งแต่การให้คำปรึกษาและติดต่อลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้า รวมถึงการประสานงานกับฝ่ายวิศวกรรมในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะพิเศษ ไปจนถึงการวางแผนเรื่องการสั่งซื้อและการจัดส่งสินค้าให้ตรงตามความต้องการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ โดยทีมขายงานโครงการยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า งานโครงการผ่านการให้บริการที่ใกล้ชิดและต่อเนื่อง ด้วยการตอบสนองความต้องการทั้งในแง่ความหลากหลายและครอบคลุมในเรื่องประเภทสินค้า ราคา การจัดส่งและส่งมอบสินค้า และให้บริการต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม รวดเร็ว และตรงตามวัตถุประสงค์ ส่งผลให้กลุ่มบริษัทเข้าใจและเข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด

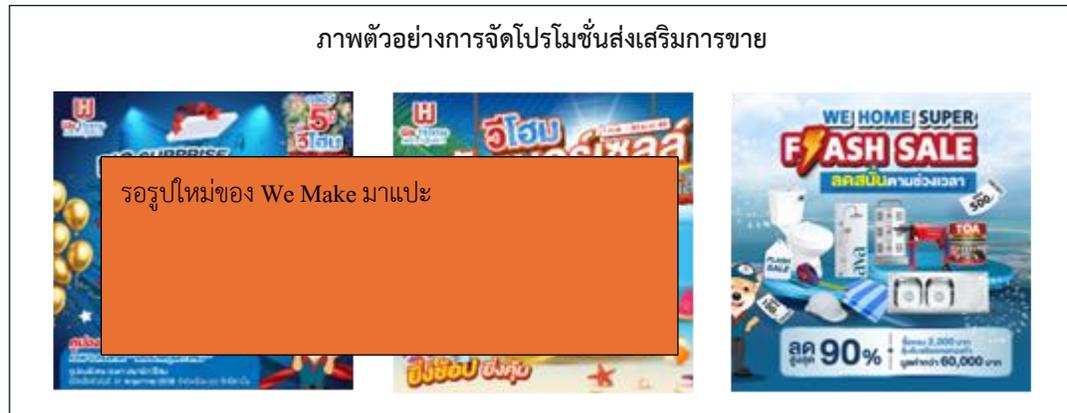
5) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

WH มีการวางแผนด้านการตลาด และการส่งเสริมการขายประจำปี โดยศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า เป้าหมายเพื่อกำหนดกิจกรรมส่งเสริมการขาย รูปแบบการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด การจัดโปรโมชั่น และการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงเวลาต่างๆ ของปี เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลลดราคาตามฤดูกาล เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยของลูกค้าในช่วงเวลานั้นๆ สร้างการรับรู้ (Awareness) และกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Event):** กลุ่มบริษัทมีการจัดงานกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า เป้าหมายให้มาใช้บริการที่สาขา เช่น การจัดกิจกรรมการเปิดสาขาใหม่ งานอีเว้นท์ช่างแพร์และการแข่งขันช่างเชื่อม การร่วมงานจัดแสดงสินค้า เป็นต้น โดยกลุ่มบริษัทจะวางแผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมโปรโมชั่นหลัก
- สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising Media):** กลุ่มบริษัทวางแผนรูปแบบและลักษณะของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องและตอบรับกับกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยเลือกใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและครอบคลุมกลุ่มลูกค้า ทั้งสื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) เช่น ป้ายบิลบอร์ด ป้ายโฆษณาหน้าสาขา ป้ายโฆษณาติดรถขนส่งสินค้า ป้ายโฆษณาติดรถสาธารณะ เป็นต้น และสื่อออนไลน์ (Online Media) เช่น เว็บไซต์ของกลุ่มบริษัท, Facebook, Line Official และ TikTok



- **การจัดโปรโมชั่น (Promotion):** กลุ่มบริษัทมีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น โปรโมชั่นประจำเทศกาล โปรโมชั่นเปิดสาขาใหม่ เป็นต้น โดยการจัดโปรโมชั่นสินค้าราคาพิเศษ การแจกของรางวัล หรือการให้ส่วนลดทางการค้า เป็นต้น



- **การสมัครสมาชิก (Membership Scheme):** กลุ่มบริษัทมีการให้ลูกค้าสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิประโยชน์พิเศษ ในการสะสมแต้มจากยอดสั่งซื้อสินค้า โดยลูกค้าจะได้รับแต้มสะสมทุกครั้งที่ทำกรสั่งซื้อสินค้า ซึ่งแต้มเหล่านี้สามารถนำมาแลกเปลี่ยนส่วนลดในการสั่งซื้อสินค้าได้ตามเงื่อนไขที่กำหนด

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

WH มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

1. **ลูกค้างานโครงการและผู้รับเหมาก่อสร้าง :** เป็นกลุ่มลูกค้าที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ทั้งรายเล็กจนถึงรายใหญ่ ลูกค้ากลุ่มโรงงานเอกชน ลูกค้ากลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เจ้าของโครงการก่อสร้าง เช่น บ้านจัดสรร รวมไปถึงลูกค้างานโอนสิทธิ์ที่เป็นผู้รับเหมาก่อสร้างที่ได้รับงานจากโครงการภาครัฐ ซึ่งได้รับเลือกด้วยวิธีการคัดเลือกของภาครัฐ เช่น การประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) เป็นต้น โดยกลุ่มบริษัทมีการขายสินค้าให้ผู้รับเหมาฯ ที่ได้รับงานจากโครงการภาครัฐดังกล่าวไปใช้ในการก่อสร้างโครงการนั้นๆ และผู้รับเหมาฯ จะทำสัญญาโอนสิทธิ์การรับเงินจากงานโครงการภาครัฐมาให้กลุ่มบริษัท ทั้งนี้ WH จะจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้างานโครงการและผู้รับเหมาตามข้อกำหนดและความต้องการของลูกค้าแต่ละราย
2. **ลูกค้ารายย่อย:** เป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านทั้งช่องทางหน้าร้าน We Make ที่มีการซื้อเป็นรายครั้ง ไม่ได้มีการซื้อต่อเนื่อง หรือซื้อเป็นปริมาณมาก เป็นการซื้อสินค้าจาก WH ไปเพื่อใช้ในการก่อสร้าง ซ่อมแซม ตกแต่ง ต่อเติมที่พักอาศัย หรือโรงงานของตนเอง เป็นต้น
3. **ลูกค้าอื่นๆ:** เป็นกลุ่มลูกค้าอื่นๆ นอกเหนือจากที่ได้กล่าวไปข้างต้น เช่น ลูกค้าประเภทค้าช่วงที่ประกอบธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างที่ซื้อสินค้าจาก WH เพื่อไปจำหน่ายต่อ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในปี 2569 WH ยังมีแผนการขยายธุรกิจไปยังธุรกิจค้าปลีกสินค้าที่ใช้ภายในบ้าน ภายใต้ร้านค้าชื่อ “Riki Riki” ซึ่งดำเนินงานภายใต้บริษัท วิ โฮม โซลูชั่น จำกัด (WH) บริษัทย่อยของบริษัท โดยคำว่า “Riki” มีความหมายว่า “พลัง” ในภาษาญี่ปุ่น พร้อมออกแบบภาพลักษณ์ร้านโดยใช้สีส้มเป็นสีหลักเพื่อสร้างความโดดเด่นและเข้าถึงง่าย รูปแบบร้านถูกออกแบบให้มีลักษณะคล้ายบ้าน เพื่อสื่อถึงสินค้าในชีวิตประจำวันสำหรับใช้ภายในบ้าน ภายใต้แนวคิด “เรื่องง่ายของใช้ในบ้าน” ซึ่งเป็นร้านค้าขายของใช้ทั่วไปและสินค้าไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ที่เติมเต็มพลังและความสะดวกสบายให้กับการใช้ชีวิตประจำวันของลูกค้า



ร้านค้า “Riki Riki” มีแนวทางการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างและเสริมศักยภาพกับร้านค้า “We Make” โดยร้าน “We Make” มุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างและต่อเติมบ้าน ในขณะที่ “Riki Riki” มุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าสำหรับการใช้ชีวิตประจำวันภายในบ้าน ซึ่งจะช่วยขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจค้าปลีกของกลุ่มบริษัทให้มีความครบวงจรครอบคลุมตั้งแต่การก่อสร้างไปจนถึงการอยู่อาศัยและการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค โดยสินค้าที่จำหน่ายในร้าน Riki Riki แบ่งออกเป็น 11 หมวดหมู่ ครอบคลุมตั้งแต่ของใช้ทั่วไปจนถึงสินค้าไลฟ์สไตล์ต่างๆ ได้แก่ 1) หมวดของใช้ในบ้าน 2) หมวดเครื่องเขียนของขวัญ และของตกแต่ง 3) หมวดของใช้และของเล่นเด็ก 4) หมวดงานซ่อมแซม ฮาร์ดแวร์ และเครื่องมือช่าง 5) หมวดเครื่องแต่งกาย 6) หมวดอุปกรณ์ประดับยนต์ 7) หมวดสินค้าสุขภาพและความงาม 8) หมวดสินค้าอุปกรณ์เสริมอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็ก (Gadgets) 9) หมวดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง 10) หมวดอุปกรณ์กีฬา และ 11) หมวดขนมและเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน และสินค้าไลฟ์สไตล์คุณภาพดี ดีไซน์ทันสมัย มีราคาที่สามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่ม เพื่อให้การเลือกซื้อของใช้ในชีวิตประจำวันเป็นเรื่องง่ายสำหรับทุกครัวเรือน และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของครอบครัวยุคใหม่ ซึ่ง Riki Riki มีจำนวนสินค้ามาตรฐาน (Standard SKUs) ประมาณ 5,000 – 7,000 รายการ สินค้าของ Riki Riki มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั่วไปทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัว คนทำงาน และผู้บริโภคในชุมชนโดยรอบสาขาที่มีระดับรายได้ส่วนใหญ่ประมาณ 10,000 – 50,000 บาทต่อเดือน สินค้ามีความหลากหลาย ครอบคลุมการใช้งานในชีวิตประจำวัน มีราคาที่เข้าถึงได้ และมีคุณภาพที่สามารถแข่งขันได้กับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ รูปแบบการจำหน่ายของ Riki Riki มุ่งเน้นการขายปลีกให้กับลูกค้าทั่วไปเป็นหลัก ผ่านช่องทางหน้าร้านสาขา ควบคู่กับช่องทางออนไลน์ (Online) ที่จะพัฒนาในอนาคต เพื่อสนับสนุนยอดขายและเพิ่มการเข้าถึงลูกค้า

ในเดือนมีนาคม 2569 ร้านค้า “Riki Riki” ได้เปิดดำเนินงานเป็นสาขาแรกตั้งอยู่ที่ตำบลบึง อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี และอยู่ระหว่างเริ่มออกแบบ ก่อสร้าง รวมถึงการจัดหาสินค้าจากคู่ค้าเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดดำเนินงานในสาขาอื่นๆ ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยมีเป้าหมายการดำเนินงานโดยการขยายสาขาร้านค้า “Riki Riki” ให้มีจำนวน 5 สาขาในปี 2569 ทั้งนี้

ธุรกิจค้าปลีกสินค้าที่ใช้ภายในบ้าน Riki Riki ยังอยู่ในช่วงเริ่มการดำเนินธุรกิจ เพื่อทดลองและประเมินรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ในช่วงเริ่มต้น (Pilot Project) โดยคาดว่าจะใช้เงินลงทุนรวมประมาณ 55 ล้านบาท สำหรับการเปิดดำเนินงาน 5 สาขาแรกในปี 2569 ซึ่งบริษัทจะติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องก่อนพิจารณาแนวทางการลงทุนในลำดับต่อไป

1.2.2.1.2.2 ภาวะการแข่งขัน

จากข้อมูลศูนย์วิจัยกรุงศรี ฉบับวันที่ 12 กันยายน 2567 ระบุว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งวัสดุก่อสร้างของปี 2566 มีจำนวนประมาณ 7,303 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ 280 ราย รายกลาง 1,172 ราย และรายเล็ก 5,851 ราย โดยจำแนกตามลักษณะการจำหน่ายและรูปแบบการให้บริการ ดังนี้

- **กลุ่มผู้ค้าสมัยใหม่ (Modern Trade)** ได้แก่ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบตั้งแต่หน้าร้านจนถึงหลังร้าน จำหน่ายวัสดุก่อสร้างหลากหลายประเภท ตั้งแต่วัสดุก่อสร้างพื้นฐาน วัสดุซ่อมแซม/ตกแต่งบ้าน รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายกลางและรายใหญ่ ซึ่งมีความได้เปรียบจากฐานะการเงินที่แข็งแกร่งและต้นทุนบริหารจัดการที่ดี ผู้ประกอบการมีการขยายสาขาในต่างจังหวัดมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงบริการได้ง่าย โดยเฉพาะบริการหลังการขาย เช่น งานบริการซ่อมแซม งานติดตั้งวัสดุ/อุปกรณ์ทั้งในและนอกตัวอาคาร เป็นต้น
- **กลุ่มผู้ค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)** ได้แก่ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไป ส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการแบบดั้งเดิม จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างพื้นฐาน อาทิ ปูน ทราย และผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ (เช่น กลอนประตู ตะปู) จนถึงวัสดุซ่อมแซม/ตกแต่งที่อยู่อาศัย โดยเน้นกลุ่มลูกค้าภายในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงร้านค้า ผู้ค้าบางรายมีการบริหารจัดการที่ครบวงจรเพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าสมัยใหม่ อาทิ มีสินค้าหลากหลายประเภท การปรับปรุงหน้าร้าน ระบบการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ ระบบตรวจสอบสินค้าที่ทันสมัย ตลอดจนการให้บริการจัดส่งสินค้าที่เป็นระบบมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อเสียเปรียบกลุ่มผู้ค้าสมัยใหม่ในด้านเงินทุน การตลาด และความแข็งแกร่งของแบรนด์ผู้ค้า

ในช่วงปี 2567- 2569 ร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ยังคงมีศักยภาพในการเติบโตสูงกว่าร้านค้าดั้งเดิมซึ่งทยอยฟื้นตัวตามทิศทางตลาดอสังหาริมทรัพย์และตลาดซ่อมแซมที่อยู่อาศัย โดยใช้กลยุทธ์ในการขยายช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย อาทิ (1) การปรับขนาดร้านค้าให้เล็กลงเพื่อขยายจำนวนสาขาเข้าไปในแหล่งชุมชนมากขึ้น (2) การเปิดร้านค้ารูปแบบใหม่ร่วมกับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างรายใหญ่เพื่อรองรับความต้องการที่เจาะจงลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น อาทิ บุญถาวรและเอสซีจีร่วมลงทุนเปิดร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบรนด์ใหม่ (เอสซีจีโฮมบุญถาวร) กระจายตามภูมิภาค (3) การเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างภายใต้ตราสินค้าของบริษัทตนเองเพื่อควบคุมต้นทุนและเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้น (4) การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า อาทิ Online Channel และ Mobile Application, การจำหน่ายผ่าน Marketplace อื่นๆ อาทิ Lazada และ Shopee และ (5) การลงทุนขยายสาขาทั้งในและต่างประเทศ (โดยเฉพาะอาเซียน) อย่างต่อเนื่อง

สำหรับปัจจัยท้าทายธุรกิจวัสดุก่อสร้างในปัจจุบัน มีผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มผลิตสินค้าที่เป็นวัสดุก่อสร้างรักษ์โลกในสัดส่วนมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการต้องลงทุนเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัยและมีกระบวนการซับซ้อนเพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้จำหน่าย

วัสดุก่อสร้างปรับตัวรับการแข่งขันที่รุนแรงทั้งด้านการดำเนินงานและการตลาด โดยผู้ประกอบการรายใหญ่อยังคงขยายสาขาต่อเนื่อง และมีกลยุทธ์ส่งเสริมการขายที่จะสร้างแรงกดดันต่อธุรกิจและความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ SMEs

รายละเอียดบริษัทที่ประกอบธุรกิจในลักษณะใกล้เคียงกับ WH สรุปตามตารางดังนี้

บริษัท	ตัวย่อ หลักทรัพย์	เครื่องหมาย การค้า	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	จำนวนสาขา	รายได้ ปี 2567 (ล้านบาท)	รายได้ ปี 2568 (ล้านบาท)
บริษัท วี โฮม โซลูชั่น จำกัด	-	We Make	ธุรกิจศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน	8 สาขา	1,584.77	1,824.54
บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)	HMPRO	โฮมโปร	ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ตกแต่ง ต่อเติม ซ่อมแซม ปรับปรุง อาคาร บ้าน และที่อยู่อาศัยแบบครบวงจร	โฮมโปร 87 สาขา โฮมโปรเอส 4 สาขา โฮบริดส์โตร์ 14 สาขา และสาขาในประเทศ มาเลเซียอีก 7 สาขา	72,576.52	70,569.77
		เมกาโฮม ^{1/}		21 สาขา		
บริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด	-	ไทวัสดุ	ธุรกิจศูนย์รวมวัสดุก่อสร้าง และสินค้าเพื่อบ้านครบวงจร	86 แห่ง	42,467.35	45,081.66
บริษัท สยามโกลบอลเฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)	GLOBAL	โกลบอลเฮ้าส์	ธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง วัสดุ ตกแต่ง เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในงานก่อสร้าง ต่อเติม ตกแต่ง บ้านและสวนแบบครบวงจร	96 แห่ง	33,014.96	32,400.13
บริษัท ดูโฮม จำกัด (มหาชน)	DOHOME	ดูโฮม	ธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง และให้บริการด้านวัสดุ ก่อสร้าง และอุปกรณ์ตกแต่งบ้านแบบครบวงจร	50 แห่ง ประกอบด้วย สาขา ดูโฮม 27 สาขา และสาขา ดูโฮมทูโก 23 สาขา	31,327.03	29,409.13
บริษัท บุญถาวร รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	-	บุญถาวร	ธุรกิจค้าปลีกวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งบ้านแบบครบวงจร	16 แห่ง	12,109.33	N/A
บริษัท ฮาร์ดแวร์เฮาส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	-	ฮาร์ดแวร์เฮาส์	ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เครื่องมือช่าง อุปกรณ์งานเกษตรและสวน อุปกรณ์สำนักงาน	11 แห่ง	6,648.99	N/A

ที่มา: ข้อมูลเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และข้อมูลจากระบบฐานข้อมูล Business Online (BOL) จาก CORPUS

หมายเหตุ: ^{1/} บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์หลักในการให้บริการเช่าพื้นที่ ที่ดิน และอาคาร อย่างไรก็ตามในส่วนการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ปัจจุบันดำเนินการภายใต้ บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

1.2.2.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

WH ให้ความสำคัญกับการจัดหาสินค้าเพื่อจำหน่าย โดยมุ่งเน้นการจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพ ในราคาที่สามารถแข่งขันได้ โดยหน้าที่ในการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายจะดำเนินการโดยฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์ ซึ่งแบ่งหน้าที่การรับผิดชอบตามกลุ่มสินค้าของบริษัท ทั้งนี้ การจัดหาสินค้าของกลุ่มบริษัทจะมุ่งเน้นไปที่การจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน โดยพิจารณาสั่งซื้อจากผู้ผลิต และ/หรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่ได้ขึ้นทะเบียนผู้ขาย (Approved Vendor List)

ปัจจุบัน WH มีสินค้าที่จัดจำหน่ายประมาณ 10,000 หน่วยสินค้า (SKUs) โดยในร้าน We Make แต่ละสาขามีสินค้าจำหน่ายประมาณ 4,200 – 4,500 หน่วยสินค้า (SKUs) ซึ่งประกอบด้วยสินค้าพื้นฐานและสินค้าเฉพาะของสาขา โดยคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าในแต่ละพื้นที่เป็นหลัก นอกจากนี้ WH ยังมีการสรรหาสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเดิมและเพิ่มยอดขายลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งรับผิดชอบโดยฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์ สำหรับสินค้าภายใต้ตราสินค้าของ WH (House Brand) กลุ่มบริษัทมีการว่าจ้างผู้รับจ้างภายนอกที่อยู่ในประเทศและต่างประเทศ ในการผลิตสินค้า (OEM) ภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท ซึ่งรับผิดชอบโดยฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์เช่นกัน โดยฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์มีหน้าที่ในการจัดหาผู้รับจ้างผลิตสินค้า (OEM) การคัดเลือกสินค้าเพื่อนำมาจำหน่าย การเปรียบเทียบคุณภาพและราคา และการประเมินผู้ขายหรือผู้รับจ้างผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดี มีคุณภาพ และตรงต่อความต้องการของลูกค้า

ทั้งนี้ WH มียอดซื้อสินค้าจากผู้ขายในประเทศและต่างประเทศ (ไม่รวมยอดซื้อสินค้าภายในกลุ่มบริษัท) สำหรับปี 2566 – ปี 2568 ดังตารางต่อไปนี้

ยอดซื้อ	ปี 2566		ปี 2567		ปี 2568	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ยอดซื้อภายในประเทศ	1,278.57	98.43	1,334.11	98.67	1,527.93	99.49
ยอดซื้อจากต่างประเทศ	20.39	1.57	17.95	1.33	7.89	0.51
รวมยอดซื้อสินค้าของ WH	1,298.96	100.00	1,352.07	100.00	1,535.82	100.00

การควบคุมคุณภาพสินค้า

เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ผลิตสินค้าและตัวแทนจำหน่ายสินค้าซึ่งผ่านการตรวจสอบและขึ้นทะเบียนผู้ขาย (Approved Vendor List) สามารถรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการได้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด WH จึงได้กำหนดให้มีการประเมินผู้ขายหรือผู้รับจ้างผลิตสินค้าเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาจากคุณภาพสินค้า มาตรฐานของสินค้า ราคาสินค้า กำลังการผลิตสินค้า การให้บริการ เป็นต้น การประเมินนี้ช่วยให้มั่นใจได้ว่าผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายยังคงปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ WH วางไว้ และสามารถจัดส่งสินค้าตามความต้องการของ WH ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ สำหรับสินค้าที่จ้างผลิต (OEM) WH ได้มีการว่าจ้างหน่วยงานภายนอก (Third Party) ที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพสินค้า ณ สถานที่ผลิต ก่อนที่สินค้าจะถูกจัดส่งมายัง WH เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ และลดความเสี่ยงในการรับสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพเข้าสู่คลังสินค้า ทั้งนี้ WH ยังมีการจัดเก็บข้อมูลผลการตรวจสอบ และผลการประเมินผู้ขายไว้เป็นฐานข้อมูลกลาง เพื่อใช้ในการวางแผนสั่งซื้อและการตัดสินใจเลือกผู้ขายในอนาคต รวมถึงใช้ประกอบการปรับปรุงหรือยุติความร่วมมือกับผู้ผลิตที่ไม่สามารถรักษามาตรฐานตามที่กำหนดได้อย่างต่อเนื่อง

การบริหารสินค้าคงคลัง

WH มีนโยบายการบริหารสินค้าคงคลัง โดยมีฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์เป็นผู้รับผิดชอบในการกำหนดระดับสินค้าคงคลัง (Minimum-Maximum Stock) เพื่อรักษาระดับสินค้าคงคลังให้เพียงพอต่อการขาย โดยจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลการขายเพื่อวางแผนการสั่งซื้อสินค้าประเภทต่างๆ อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งประสานงานกับฝ่ายจัดซื้อในการสั่งซื้อสินค้าตามแผนที่กำหนด รวมถึง WH ได้มีการสุ่มตรวจนับสินค้าคงคลังสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลสินค้าคงคลังที่มีอยู่ถูกต้อง ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนสินค้าและการเก็บสินค้าที่มีจำนวนเกินความจำเป็น

- **สำหรับสินค้าที่มีวันหมดอายุ** เช่น สินค้ากลุ่มสี่และเคมีภัณฑ์ WH ได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อลดความสูญเสียจากการหมดอายุของสินค้า โดยมีกระบวนการติดตามสถานะสินค้าอย่างต่อเนื่องผ่านรายงานการควบคุมอายุสินค้าคงคลัง หากสินค้าใกล้หมดอายุ ผู้จัดการสาขาจะเสนอขออนุมัติส่วนลดจากฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์ ก่อนถึงกำหนดหมดอายุ เพื่อกระตุ้นการขายและระบายสินค้าออกก่อนถึงกำหนด นอกจากนี้ หากสินค้าอยู่ในเงื่อนไขที่สามารถคืนหรือเปลี่ยนกับลูกค้าได้ WH จะประสานงานเพื่อดำเนินการเปลี่ยนสินค้าให้เป็นของใหม่ตามเงื่อนไขและข้อตกลงที่มีไว้กับลูกค้า
- **สำหรับสินค้าที่ไม่มีวันหมดอายุ** เช่น สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เหล็ก สินค้ากลุ่มงานโครงสร้าง สินค้ากลุ่มงานระบบประปาและสวนเกษตร สินค้ากลุ่มสุขภัณฑ์และอุปกรณ์ห้องน้ำ สินค้ากลุ่มเครื่องมือช่างและฮาร์ดแวร์ WH ใช้แนวทางบริหารตามอายุการจัดเก็บ โดยกำหนดระดับส่วนลดตามระยะเวลาที่สินค้าอยู่ในคลัง เพื่อป้องกันการค้างสต็อกและรักษาการหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง

WH ยังให้ความสำคัญกับการจัดการสินค้าที่เคลื่อนไหวช้าผ่านการติดตามสถิติการหมุนเวียนสินค้าอย่างใกล้ชิด พร้อมกำหนดมาตรการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดโปรโมชั่นหรือปรับลดราคาขาย เพื่อลดสินค้าค้างนาน พร้อมกันนี้ยังบริหารพื้นที่จัดเก็บอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสินค้าที่หมุนเวียนเร็วจะวางอยู่ในพื้นที่ขายหลัก และสินค้าที่หมุนเวียนช้าจะวางอยู่ในพื้นที่ขายรอง เพื่อบริหารพื้นที่ขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

นอกจากนี้ WH มีศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ซึ่งมีขนาดพื้นที่สำหรับคลังสินค้าจำนวน 1,440 ตารางเมตร ตั้งอยู่ที่อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง เพื่อเป็นศูนย์กลางในการจัดเก็บสินค้าและกระจายสินค้าไปยังสาขาต่างๆ อีกทั้งศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ก่อนจัดส่งต่อไปยังจุดหมายปลายทาง เพื่อให้สามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ยังรองรับการจัดเก็บสินค้าที่จำเป็นต้องซื้อในปริมาณมากเพื่อให้ได้ต้นทุนที่เหมาะสม เช่น สินค้ากลุ่มกระเบื้อง รวมถึงสินค้าที่มีรอบการผลิตยาวซึ่งต้องมีการสำรองสินค้าดังกล่าวไว้ล่วงหน้า โดยศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) จะเป็นสถานที่เก็บสินค้า พักสินค้าและกระจายสินค้าต่อไปยังสาขาต่างๆ ซึ่งช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน และสนับสนุนการบริหารจัดการการขนส่งของ WH ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหารจัดการสาขา

WH มีแนวทางควบคุมคุณภาพการปฏิบัติงานของแต่ละสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยมอบหมายให้ฝ่ายปฏิบัติการสาขาเป็นผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบมาตรฐานสาขา (Standard Store) และประเมินผลการดำเนินงานของสาขาในด้านต่างๆ เป็นประจำทุกเดือน ครอบคลุมถึงการจัดการภายในของแต่ละสาขา สภาพแวดล้อมและความเรียบร้อยของพื้นที่ให้บริการ มาตรฐานการบริการลูกค้า การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดการด้านความปลอดภัย ทั้งในแง่ของความปลอดภัยของลูกค้า พนักงาน และทรัพย์สินภายในร้าน โดยมีการกำหนดเกณฑ์ประเมินอย่างชัดเจน พร้อมเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการพัฒนา ปรับปรุงการดำเนินงาน และยกระดับมาตรฐานการให้บริการของสาขาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าสาขาทุกแห่งดำเนินงานได้ตามมาตรฐานของกลุ่มบริษัท และสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมืออาชีพ

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีแผนในการขยายจำนวนสาขาอย่างเป็นระบบ เพื่อรองรับการเติบโตของตลาดในพื้นที่ต่างๆ และเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการของกลุ่มบริษัทให้แก่ลูกค้าในวงกว้าง โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาการลงทุนขยายสาขา ดังนี้

(1) ด้านเศรษฐกิจ

พิจารณามูลค่าตลาดทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับวัสดุก่อสร้างในพื้นที่ที่สนใจ โดยวิเคราะห์จากข้อมูลของธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งวัสดุก่อสร้าง ทั้งที่จดทะเบียนในระบบของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าและที่ยังไม่ได้จดทะเบียน เพื่อประเมินศักยภาพของตลาดในภาพรวม นอกจากนี้ ยังพิจารณาดำเนินที่ตั้งของร้านวัสดุก่อสร้างรายใหญ่ในพื้นที่ เพื่อประเมินระดับการแข่งขัน รวมถึงใช้ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Products : GPP) เพื่อวิเคราะห์ภาพรวมเศรษฐกิจของพื้นที่อย่างรอบด้าน ทั้งนี้ ข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำมาวิเคราะห์ประกอบกันอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจเลือกทำเลขยายสาขาที่มีศักยภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดในแต่ละพื้นที่อย่างเหมาะสม

(2) ด้านสังคม

พิจารณาข้อมูลประชากรและจำนวนหลังคาเรือนในพื้นที่เป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับจำนวนและความหนาแน่นของประชากรและหลังคาเรือน รวมถึงอัตราการเติบโตย้อนหลัง 5 ปี เพื่อประเมินแนวโน้มการขยายตัวของชุมชน ทั้งนี้ การขยายสาขาจะเริ่มจากจังหวัดหรืออำเภอที่มีความหนาแน่นของประชากรและหลังคาเรือนสูง และมีอัตราการเติบโตในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เพื่อให้สาขาใหม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3) ลักษณะกายภาพเชิงพื้นที่

พิจารณาลักษณะกายภาพเชิงพื้นที่ของทำเลที่ตั้งสาขาใหม่ โดยให้ความสำคัญกับพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของประชากรและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พร้อมตั้งอยู่บนถนนสายหลักหรือสายรองที่เอื้อต่อการเข้าถึง นอกจากนี้ จะพิจารณาปัจจัยด้านความเสี่ยง เช่น ประวัติน้ำท่วมย้อนหลัง เพื่อประเมินความเหมาะสมของพื้นที่ และคำนึงถึงการเชื่อมโยงกับสาขาเดิมในลักษณะโครงข่ายเพื่อวางแผนโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า

(4) กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการก่อสร้างอาคาร

พิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างอาคารในพื้นที่เป้าหมายอย่างรอบด้าน โดยครอบคลุมถึงกฎหมายผังเมือง กฎหมายควบคุมอาคาร กฎระเบียบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนข้อกฎหมายเฉพาะที่ใช้บังคับในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้การก่อสร้างสาขาใหม่เป็นไปอย่างถูกต้องตามข้อกำหนดและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในพื้นที่ต่างๆ WH ได้กำหนดแผนการลงทุนและแผนงานการขยายสาขา WH ในอนาคต โดยอ้างอิงจากหลักเกณฑ์การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ในด้านเศรษฐกิจ สังคม ลักษณะทางกายภาพ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ การลงทุนดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มการเข้าถึงสินค้าของลูกค้าในพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ ขยายขีดความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของสาขาใหม่แต่ละแห่ง

สำหรับแผนการดำเนินงานในปี 2569 กลุ่มบริษัทมีแผนเปิดสาขาจำหน่ายวัสดุก่อสร้างภายใต้ชื่อทางการค้า “We Make” เพิ่มเติมจำนวน 1 สาขา และมีแผนเปิดสาขาจำหน่ายสินค้าทั่วไปสำหรับใช้ภายในบ้านภายใต้ชื่อทางการค้า “Riki Riki” จำนวน 5 สาขา เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มความครอบคลุมในการให้บริการในพื้นที่ที่มีศักยภาพ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทคาดว่าจะใช้งบประมาณการลงทุนรวมประมาณ 95 ล้านบาท สำหรับการเปิดสาขาดังกล่าว ซึ่งงบประมาณการลงทุนดังกล่าวครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่ ค่าก่อสร้างและตกแต่งร้านค้า รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์และสินค้าคงคลังเบื้องต้นสำหรับการเปิดดำเนินงานของแต่ละสาขา

1.2.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สำหรับธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จ และผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป
1.2.2.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ และการพัฒนานวัตกรรม

ธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จ และผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป ที่กลุ่มบริษัทผลิตและจัดจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “SC” บริษัทมีโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ และผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป รวมทั้งสิ้น 15 แห่ง ตั้งอยู่บนพื้นที่แถบภาคตะวันออก แบ่งออกเป็นโรงงานที่ตั้งอยู่ในจังหวัดระยองจำนวน 11 แห่ง และจังหวัดชลบุรีจำนวน 4 แห่ง รายละเอียดดังนี้

ลำดับสาขา	การประกอบธุรกิจ	ที่ตั้งโรงงาน	กรรมสิทธิ์ที่ดิน	วันหมดอายุสัญญาเช่า
1. สาขาปลวกแดง	คอนกรีตผสมเสร็จ	330 หมู่ที่ 1 ต.ปลวกแดง อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	บริษัทเป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์ที่ดิน	-
2. สาขาอีสเทิร์นซีบอร์ด	คอนกรีตผสมเสร็จ	237 หมู่ที่ 4 ต.ปลวกแดง อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เช่าจากบุคคลภายนอก	14 พ.ย. 2570
3. สาขาศรีราชา	คอนกรีตผสมเสร็จ	116/14 หมู่ที่ 3 ต.บึง อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	เช่าจากบุคคลภายนอก	31 ส.ค. 2569
4. สาขาอมตะซิตี้	คอนกรีตผสมเสร็จ	88/8 หมู่ที่ 6 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	บริษัทเป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์ที่ดิน	-
5. สาขาปิ่นทอง	คอนกรีตผสมเสร็จ	331/7 หมู่ที่ 4 ต.บ่อวิน อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	เช่าจากบุคคลภายนอก	19 ก.ค. 2571
6. สาขาแหลมฉบัง	คอนกรีตผสมเสร็จ	111/6 หมู่ที่ 6 ต.บางละมุง อ.บางละมุง จ.ชลบุรี	เช่าจากบุคคลภายนอก	28 ม.ค. 2572
7. สาขาอมตะซิตี้ (2)	คอนกรีตผสมเสร็จ	88/9 หมู่ที่ 6 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เช่าจากบุคคลภายนอก	11 ม.ค. 2570
8. สาขานิคมพัฒนา ซอย 4	คอนกรีตผสมเสร็จ	911/3 หมู่ที่ 5 ต.นิคมพัฒนา อ.นิคมพัฒนา จ.ระยอง	บริษัทเป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์ที่ดิน	-
9. สาขาอู่ตะเภา	คอนกรีตผสมเสร็จ	96/115 หมู่ที่ 3 ต.สำนักท้อน อ.บ้านฉาง จ.ระยอง	บริษัทเป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์ที่ดิน	-
10. สาขามาทาพูด	คอนกรีตผสมเสร็จ	16 ซ.น้ำเย็น ถ.สุขุมวิท ต.เนินพระ อ.เมืองระยอง จ.ระยอง	บริษัทเป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์ที่ดิน	-
11. สาขานิคมพัฒนา ซอย 9	คอนกรีตสำเร็จรูป	888/8 หมู่ที่ 2 ตำบลพนานิคม อ.นิคมพัฒนา จ.ระยอง	บริษัทเป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์ที่ดิน	-
12. สาขาหนองใหญ่	คอนกรีตผสมเสร็จ	62 หมู่ที่ 3 ต.ห้างสูง อ.หนองใหญ่ จ.ชลบุรี	เช่าจากบุคคลภายนอก	30 พ.ย. 2569
13. สาขาพนานิคม	คอนกรีตผสมเสร็จ	888/18 หมู่ที่ 2 ต.พนานิคม อ.นิคมพัฒนา จ.ระยอง	บริษัทเป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์ที่ดิน	-
14. สาขาบ้านค่าย 1	คอนกรีตผสมเสร็จ	88/2 หมู่ที่ 11 ต.หนองบัว อ.บ้านค่าย จ.ระยอง	เช่าจากบุคคลภายนอก	28 ก.พ. 2570
15. สาขาบ้านค่าย 2	คอนกรีตผสมเสร็จ	81/18 หมู่ที่ 10 ต.หนองละลอก	เช่าจากบุคคลภายนอก	31 ก.ค. 2570

ลำดับสาขา	การประกอบธุรกิจ	ที่ตั้งโรงงาน	กรรมสิทธิ์ที่ดิน	วันหมดอายุสัญญาเช่า
		อ.บ้านค่าย จ.ระยอง		

สำหรับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และบริการมีรายละเอียดดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ (Ready-mixed Concrete)

คอนกรีตผสมเสร็จ (Ready-mix Concrete) เป็นวัสดุก่อสร้างชนิดหนึ่ง ซึ่งมีส่วนผสมของซีเมนต์ หิน ทราย เถ้าลอย น้ำ และน้ำยาผสมคอนกรีต โดยเมื่อนำส่วนผสมมาผสมกันในเครื่องผสมที่โรงงานของบริษัท (Mixer) จะคงสภาพเหลวอยู่ช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า คอนกรีตสด (Fresh concrete) โดยถูกส่งไปผ่านรถโมของ บริษัท ไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด เมื่อเทคอนกรีตไปยังที่หล่อ คอนกรีตผสมเสร็จจะเกิดการแข็งตัวที่เรียกว่า คอนกรีตแข็งตัว (Hardened concrete) โดยคอนกรีตผสมเสร็จที่บริษัทผลิต มีทั้งคอนกรีตผสมเสร็จที่ใช้สำหรับงานโครงสร้างทั่วไป คอนกรีตกันซึม คอนกรีตซีเมนต์ล้วน คอนกรีตทนน้ำทะเล คอนกรีตเสริมเส้นใย คอนกรีตทนซัลเฟต คอนกรีตความร้อนต่ำ คอนกรีตสำหรับห้องเย็น เป็นต้น ซึ่งเหมาะสำหรับงานก่อสร้างทุกรูปแบบ อาทิเช่น งานโรงงาน อาคารสูง โครงการหมู่บ้าน โรงงานอุตสาหกรรม โครงการที่อยู่ใกล้ทะเล โครงการในท่าเรือ งานถนน เป็นต้น คอนกรีตผสมเสร็จมีคุณสมบัติที่โดดเด่น ทั้งในด้านความแข็งแรง ทนทาน และสามารถรองรับน้ำหนักและแรงกดดันจากโครงสร้างได้ดี บริษัทยังรับผลิตคอนกรีตผสมเสร็จตามความต้องการของลูกค้า (Customize) ที่สามารถปรับสูตรของสัดส่วนของส่วนผสมต่างๆ (ส่วนคละ) ที่ออกแบบมาเพื่อให้มีคุณสมบัติเหมาะสมกับลักษณะงาน ตรงตามความต้องการของลูกค้าในทุกรูปแบบ โดยบริษัทมีการให้บริการที่ครบวงจรตั้งแต่การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เหมาะสมต่อการใช้งานของลูกค้า และมีคุณสมบัติตามมาตรฐานสากล การให้บริการจัดส่งที่ตรงต่อเวลา และการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพพร้อมทั้งมีคุณภาพผลิตภัณฑ์และราคาที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการของลูกค้า ทำให้บริษัทมีความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้า ซึ่งช่วยเสริมสร้างให้บริษัทมีฐานลูกค้าเติบโตอย่างต่อเนื่อง

คอนกรีตผสมเสร็จของบริษัทมีการออกแบบมาเพื่อตอบสนองการใช้งานในทุกประเภทงานก่อสร้างตามความต้องการของลูกค้า ด้วยการผลิตแบบส่วนผสมเพื่อให้มีคุณสมบัติต่างๆ ตามความต้องการของลูกค้า ทำให้เหมาะสำหรับงานก่อสร้างที่มีความหลากหลาย การพัฒนาสูตรการผลิตยังช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการใช้งานตามลูกค้าต้องการ เช่น การปรับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับโครงการที่ต้องการความแข็งแรงสูงเป็นพิเศษ หรือการควบคุมระยะเวลาในการก่อตัวของคอนกรีตให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขการทำงาน โดยบริษัทมีการใช้วัตถุดิบหลักในการผลิตประกอบด้วย หิน ทราย ซีเมนต์ และส่วนผสมเพิ่มเติม เช่น เถ้าลอย น้ำยาผสมคอนกรีต โดยเถ้าลอยถูกนำมาใช้เพื่อปรับปรุงความทึบน้ำและคุณสมบัติเชิงกลของคอนกรีต ส่วนน้ำยาผสมคอนกรีตช่วยควบคุมระยะเวลาในการก่อตัวของเหลวไปเป็นของแข็ง กระบวนการทั้งหมดดำเนินการโดยวิศวกรผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติหลากหลาย รองรับการใช้งานในแต่ละรูปแบบได้อย่างสมบูรณ์

ในทุกขั้นตอนการผลิตของบริษัทนั้นให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพที่เชื่อถือได้ โรงงานของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2015 และผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จยังผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมคอนกรีตผสมเสร็จ (มอก.213-2560) โดยบริษัทมีการจัดการคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอย่างเคร่งครัดตามมาตรฐานกรมโยธาธิการและผังเมือง เช่น มยผ. 1101 และ 1210-50 สำหรับการตรวจสอบกำลังต้านแรงอัดของคอนกรีต รวมถึงมาตรฐานสากล เช่น ASTM C33 ที่ควบคุมส่วนผสมของคอนกรีต และ ASTM C87 ที่ใช้ตรวจสอบสารอินทรีย์เจือปนในทราย พร้อมทั้งมีการจัดเก็บวัตถุดิบ

ต่างๆ โดยหินและทราย มาจัดกองเก็บอย่างเป็นระเบียบไม่ให้ผสมกัน ขณะที่ปูนซีเมนต์ ฝัากลอย และน้ำยาผสมคอนกรีตได้รับการจัดเก็บในที่มิดชิดเพื่อป้องกันความชื้น รวมถึงการตรวจสอบคุณภาพครอบคลุมตั้งแต่การตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบเพื่อให้ได้คุณภาพตามมาตรฐาน กระบวนการผลิตที่ควบคุมโดยเครื่องจักร การควบคุมคุณภาพสินค้าก่อนการจัดส่ง การจัดส่งด้วยรถไม่ขนส่งคอนกรีต ไปจนถึงการส่งมอบให้ลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการและมาตรฐานที่กำหนด

ปัจจุบัน บริษัทมีโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ 15 สาขาในจังหวัดระยองและชลบุรี ซึ่งที่ตั้งของแต่ละสาขาดังขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้บริษัทยังมีระบบการจัดการการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ตรงต่อเวลา และสามารถติดตามได้ โดยกำหนดระยะเวลาจัดส่งนับจากโรงงานของบริษัทไปยังสถานที่ของลูกค้าไม่เกิน 2 – 3 ชั่วโมง หรือในระยะจัดส่งสินค้าในรัศมีโดยรอบประมาณ 30 – 50 กิโลเมตรจากโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ เพื่อรักษาคุณภาพของคอนกรีตผสมเสร็จ

ด้วยความมุ่งมั่นในคุณภาพและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จที่พร้อมสนับสนุนทุกความต้องการของโครงการก่อสร้าง และร่วมสร้างอนาคตที่แข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทย โดยบริษัทมีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จหลากหลายประเภทตามจุดประสงค์การใช้งาน สรุปได้ดังตาราง

ประเภทคอนกรีต	ลักษณะสินค้า
คอนกรีตทั่วไป (Normal Concrete)	คอนกรีตที่มีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพมาตรฐาน ASTM C33 เหมาะสำหรับงานโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กทั่วไป เช่น บ้าน อาคารพาณิชย์ อาคารสูง พื้นโรงงาน ถนน โดยมีกำลังอัดและค่ายุบตัวสามารถกำหนดได้ตามความเหมาะสมของโครงสร้างและวิธีการเท
คอนกรีตซีเมนต์ล้วน (Non-Fly Ash Concrete)	คอนกรีตซีเมนต์ล้วน คือคอนกรีตที่วัสดุประสานมีเพียงปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ประเภท 1 เท่านั้น เหมาะสำหรับงานโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กทั่วไป เช่น บ้าน อาคารพาณิชย์ อาคารสูง พื้นโรงงาน ถนน
คอนกรีตกันซึม (Water Proof Concrete)	คอนกรีตที่ออกแบบให้มีความทึบน้ำสูงเพื่อใช้สำหรับงานที่โครงสร้างคอนกรีตต้องการป้องกันการรั่วซึมจากน้ำ ตามมาตรฐาน DIN 1048 เหมาะสำหรับโครงสร้าง เช่น สระว่ายน้ำ ดาดฟ้า ถังเก็บน้ำ อาคารใต้ดิน เป็นต้น
คอนกรีตงานลวดอัดแรง (Post-Tension Concrete)	คอนกรีตสำหรับงานดิ่งลวดอัดแรงเป็นคอนกรีตที่ออกแบบมาเพื่อให้มีการพัฒนากำลังที่รวดเร็ว โดยคอนกรีตสำหรับงานดิ่งลวดอัดแรง สามารถพัฒนากำลังอัดให้สามารถดิ่งลวดอัดแรงได้ที่อายุ 3 วัน อีกทั้งยังมีความสามารถในการเทที่ดี และการหดตัวต่ำ เพื่อความมั่นใจในโครงสร้างที่ต้องดิ่งลวดอัดแรงจะมีคุณภาพและไม่เกิดการเสียหาย
คอนกรีตต้านทานซัลเฟต (Sulfate Concrete)	คอนกรีตชนิดนี้ถูกพัฒนาส่วนผสมตามมาตรฐาน ACI201.2R Durable Concrete เพื่อให้สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำและสารเคมี สามารถทนต่อสภาพความเป็นกรดได้ ลดการถูกกัดกร่อนต่อสภาพแวดล้อมที่มีความรุนแรงทางเคมีได้ดีกว่าคอนกรีตทั่วไป
คอนกรีตทนสิ่งแวดล้อมทะเล (Marine Concrete)	คอนกรีตที่เหมาะสมกับโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กที่ต้องเผชิญสภาพแวดล้อมทะเล หรือมีการปนเปื้อนของคลอไรด์สูง คอนกรีตสามารถต้านทานการแทรกซึมคลอไรด์เข้าสู่เนื้อคอนกรีตได้ดี ป้องกันการเกิดสนิมของเหล็กเสริมได้ ทำให้สามารถยืดอายุโครงสร้างได้ยาวนานขึ้น

ประเภทคอนกรีต	ลักษณะสินค้า
คอนกรีตเข็มเจาะ (Bore Pile Concrete)	เหมาะสำหรับโครงสร้างเข็มเจาะ ถูกออกแบบมาให้คอนกรีตมีการแยกตัวขณะเทคอนกรีตน้อย เมื่อต้องเทในความลึกมากๆ สามารถไหลเข้าไปเติมเต็มช่องว่างภายในเสาเข็มได้ดี และมีอายุในการทำงานมากกว่าคอนกรีตทั่วไป
คอนกรีตพัฒนากำลังเร็ว (High Early Strength Concrete)	เหมาะสำหรับโรงหล่อชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กทั่วไปที่ต้องการกำลังอัดคอนกรีตสูงในช่วงต้น ประมาณ 1 – 3 วัน หรือโครงสร้างที่ต้องการเปิดใช้หรือต้องการรับน้ำหนักเร็ว
คอนกรีตสำหรับโรงหล่อ (Precast Concrete)	คอนกรีตสำหรับโรงหล่อชิ้นส่วนคอนกรีตที่ต้องการใช้งานที่อายุคอนกรีต 18 ชั่วโมง ซึ่งมีคุณสมบัติที่เทได้ง่าย ไหลเข้าแบบได้ดี และลดการแตกร้าวของผิวหน้าคอนกรีตเมื่อแข็งตัวแล้ว
คอนกรีตไหลเข้าแบบง่าย (Self-Compacting Concrete)	คอนกรีตที่ถูกออกแบบมาเป็นพิเศษให้มีความสามารถในการไหลเข้าแบบได้ง่าย และมีการแยกตัวต่ำเหมาะสำหรับงานโครงสร้างที่มีการผูกเหล็กถี่ และไม่สามารถใช้เครื่องจักรเขย่าผิวคอนกรีตให้เรียบเนียนได้ ช่วยลดการเกิดโพรงอากาศที่ผิวคอนกรีตหลังถอดแบบ โดยไม่กำลังอัดหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า
คอนกรีตสำหรับห้องเย็น (Freezing Room Concrete)	คอนกรีตสำหรับโครงสร้างที่ต้องเผชิญกับอุณหภูมิต่ำกว่า 0 องศาเซลเซียส โดยคอนกรีตชนิดนี้จะใช้สารกักกระจายฟองอากาศเพื่อลดปริมาณฟองอากาศในเนื้อคอนกรีต สามารถป้องกันไม่ให้น้ำสามารถซึมผ่านเข้าไปในเนื้อคอนกรีตและแข็งตัวภายในโพรงช่องว่างของคอนกรีต ทำให้คอนกรีตแตกร้าวได้
คอนกรีตความร้อนต่ำ (Low Heat Concrete)	คอนกรีตพิเศษสำหรับโครงสร้างขนาดใหญ่ที่มีความหนามากกว่า 90 ซม. ขึ้นไป คอนกรีตชนิดนี้มีการคายความร้อนจากการทำปฏิกิริยาไฮเดรชันต่ำ ทำให้เกิดการขยายตัวของโครงสร้างน้อย สามารถลดการแตกร้าวจากการขยายตัวหรือหดตัวจากการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิได้ดี
คอนกรีตเสริมเส้นใย (Fiber Concrete)	คอนกรีตพิเศษสำหรับโครงสร้างที่ต้องการเสริมเหล็กในโครงสร้าง โดยใช้เส้นใยเหล็กหรือเส้นใยไฟเบอร์ผสมในเนื้อคอนกรีตเพิ่มเสริมประสิทธิภาพในการรับแรงดึงของคอนกรีต
คอนกรีตสำหรับเทพริบ ระดับ (Topping Concrete)	คอนกรีตที่ใช้สำหรับงานเทพริบระดับ ใช้มวลรวมหยาบน้อยกว่าปกติเพื่อให้สามารถเทพริบระดับพื้นที่ที่มีความหนาไม่มากได้ และเมื่อคอนกรีตแข็งตัวแล้วไม่มีการเกิดฝุ่นที่ผิวหน้าคอนกรีต แต่ควรระวังเรื่องกำลังอัด ซึ่งอาจจะได้น้อยกว่าคอนกรีตทั่วไป
คอนกรีตงานเทแบบหล่อ แบบเลื่อนได้ (Slip Form Concrete)	ใช้สำหรับการหล่อโครงสร้างที่ใช้วิธีการหล่อแบบ Slip form โดยคอนกรีตมีคุณสมบัติเทง่ายไหลตัวเข้าแบบได้ดี เซ็ตตัวช้า แต่ขึ้นรูปได้อย่างรวดเร็วเพื่อให้สามารถเลื่อนแบบหล่อคอนกรีตได้
คอนกรีตตามข้อกำหนด ของงานกรมทางหลวง ชนบทและการประปา (Department of Rural Road Concrete)	คอนกรีตสำหรับงานถนนโดยออกแบบตามมาตรฐานของกรมทางหลวง สำหรับใช้ในงานถนนต่างๆ โดยมีการเลือกวัสดุที่มีคุณภาพและใช้ในปริมาณตามข้อกำหนดของกรมทางหลวง

ประเภทคอนกรีต	ลักษณะสินค้า
คอนกรีตตามข้อกำหนด ของงานกรมทางหลวง (Department of Highway Concrete)	คอนกรีตสำหรับงานถนนโดยออกแบบตามมาตรฐานของกรมทางหลวง สำหรับใช้ในงานถนน ต่างๆ โดยมีการเลือกวัสดุดิบที่มีคุณภาพและใช้ในปริมาณตามข้อกำหนดของกรมทางหลวง

สำหรับผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จที่มีการผลิตและจำหน่าย มีคุณสมบัติความต้านแรงอัด ดังนี้

ปริมาณปูนซีเมนต์ที่ใช้ในการผลิต (กิโลกรัม / ลบ.ม.)	ความต้านแรงอัดขั้นต่ำ ที่อายุ 28 วัน (กิโลกรัม/ตารางซม.)	
	แท่งทรงลูกบาศก์ ขนาด 150 มม. X 300 มม.	แท่งทรงกระบอก ขนาด 150 มม. X 300 มม.
250	180	140
275	210	180
300	240	210
325	280	240
335	300	250
350	320	280
375	350	300
400	380	320
425	400	350
450	420	380
475	450	400
500	480	420
525	500	450

ภาพแสดงคอนกรีตผสมเสร็จ



นอกจากรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่มีการระบุข้างต้น บริษัทยังมีการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จตามความต้องการของลูกค้า (Customize) โดยมีการให้คำปรึกษาโดยพนักงานฝ่ายวิจัยและพัฒนา เพื่อให้สินค้ามีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับวัตถุประสงค์การใช้งานที่หลากหลาย

คอนกรีตผสมเสร็จของบริษัท ถูกจัดจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “SC Concrete” พร้อมทั้งยังมีการบริการให้คำแนะนำสำหรับสั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จให้มีคุณสมบัติเหมาะสมแก่การใช้งานในการก่อสร้างในทุกรูปแบบ การให้บริการขนส่ง รวมถึงมีการตรวจสอบคุณภาพคอนกรีตผสมเสร็จตั้งแต่การรับเข้าวัตถุดิบก่อนการผลิตผ่านการสุ่มตัวอย่างไปจนถึง ขั้นตอนในการเทคอนกรีตให้แก่ลูกค้าโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาของบริษัท

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีรถขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จประเภท รถโม้ทั้งหมด 130 คัน โดยแบ่งเป็นรถโม้ 6 ล้อ ที่บรรทุกคอนกรีตความจุ 3 คิว (ลูกบาศก์เมตร) และ รถโม้ 10 ล้อ ที่บรรทุกได้ 5 คิว (ลูกบาศก์เมตร) และมีพนักงานขับรถโม้ เพื่อจัดส่งสินค้าทั้งหมด 133 ท่าน ซึ่งประจำตามสาขาโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จเพื่อให้บริการจัดการส่งสินค้า โดยแต่ละโรงงานจะมีพนักงานคนขับประจำที่สาขาเฉลี่ยสาขาละ 6 – 9 ท่าน

บริษัทมีการจัดตั้งแผนกวางแผนการจัดส่ง เพื่อกำหนดเส้นทางในการจัดส่ง ตรวจสอบระยะทางในการจัดส่งโดยมอบหมายให้สาขาที่มีที่ตั้งใกล้กับตำแหน่งจัดส่งสินค้าที่สุด พร้อมติดตามสถานะการจัดส่ง โดยมีระบบ GPS Tracking เพื่อระบุตำแหน่งของรถ และระบบแจ้งเตือนมาที่ฝ่ายวางแผนการจัดส่ง หากรถไม่มีการขับรถออกนอกเส้นทาง โดยแผนกวางแผนการจัดส่ง มีพนักงานทั้งหมด 11 ท่าน

2) ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป (Precast Concrete)

ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป (Precast Concrete) ที่บริษัทผลิตและจำหน่าย ประกอบด้วย ท่อคอนกรีต บ่อพักคอนกรีต เสาเข็ม แผ่นพื้นและผนังคอนกรีต ที่มีคุณสมบัติความแข็งแรงและทนทาน สามารถใช้ในงานก่อสร้างต่างๆ เช่น งานระบบท่อระบายน้ำ โครงสร้างพื้นฐานของโครงการอสังหาริมทรัพย์ และงานก่อสร้างภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังมีการผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปตามความต้องการพิเศษของลูกค้า (Customize) โดยสามารถกำหนดขนาด รูปแบบ และคุณสมบัติตามข้อกำหนดเฉพาะของโครงการหรือการใช้งานแต่ละประเภทที่หลากหลาย พร้อมทั้งยังให้บริการการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าที่ตรงต่อเวลา การให้บริการให้คำปรึกษาสำหรับการเลือกประเภทและขนาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปเพื่อให้ตรงต่อวัตถุประสงค์การใช้งาน

โรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปของบริษัทมีจำนวน 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่ 888/8 หมู่ที่ 2 ตำบลพนาภิรมย์ อำเภอพนาภิรมย์ จังหวัดระยอง บนเนื้อที่ดินจำนวน 100-2-43.3 ไร่ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปของบริษัทได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) และได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2015 โดยจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “SC”

สำหรับรายละเอียดผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปที่กลุ่มบริษัทผลิตและจำหน่าย มีดังนี้

2.1) เสาเข็มคอนกรีตอัดแรงสำเร็จรูป

เสาเข็มคอนกรีตเป็นส่วนสำคัญของฐานรากในงานก่อสร้าง โดยทำหน้าที่รับน้ำหนักจากโครงสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง และถ่ายแรงลงสู่ชั้นดินที่ลึกกว่า เพื่อลดความเสี่ยงของการทรุดตัวหรือการเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยเสาเข็มคอนกรีตมีการทำงานจากการอาศัยแรงสองประเภทหลัก ได้แก่ แรงเสียดทานที่ผิว (Skin Friction) ซึ่งเกิดจากแรงเสียดทานระหว่างผิวของเสาเข็มกับดินโดยรอบ และแรงต้านที่ปลายเสา (End Bearing) ซึ่งเป็นแรงจากดินหรือชั้นหินที่รองรับน้ำหนักของเสาเข็ม เสาเข็มที่

มีพื้นที่ผิวสัมผัสมาก เช่น เสาค้ำที่มีเส้นผ่านศูนย์กลางใหญ่ จะสามารถรับแรงเสียดทานได้มากกว่า และเมื่อเสาค้ำถูกฝังลึกไปยังชั้นดินที่แข็งแรง เช่น ชั้นดินเหนียวแข็งหรือชั้นหิน แรงต้านที่ปลายเสาค้ำจะเพิ่มขึ้น

ความลึกของการฝังเสาค้ำจะขึ้นอยู่กับสภาพชั้นดินและน้ำหนักที่ต้องรองรับ โดยทั่วไป ปลายเสาค้ำจะถูกฝังลึกจนถึงชั้นดินที่สามารถรองรับน้ำหนักได้ดี เช่น ชั้นดินแข็งหรือชั้นหิน ซึ่งอาจมีความลึกตั้งแต่ 10 เมตรไปจนถึงมากกว่า 50 เมตร ขึ้นอยู่กับโครงการ โดยเสาค้ำคอนกรีตอัดแรง (Prestressed Concrete Pile) ที่บริษัทมีการผลิต มีการพัฒนาขึ้นเพื่อเพิ่มความแข็งแรง โดยใช้กระบวนการอัดแรงในขั้นตอนการผลิต ทำให้เสาค้ำสามารถทนต่อแรงดึงและแรงกระแทกที่เกิดขึ้นภายในขั้นตอนการก่อสร้างได้เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยลดปัญหาการแตกร้าวในระหว่างการติดตั้ง พร้อมทั้งยังสามารถทนต่อแรงดึงที่เกิดขึ้นระหว่างการขนย้ายและการตอกเสาค้ำได้ดี รวมถึงยังสามารถรองรับน้ำหนักจากโครงสร้างได้มากขึ้นเนื่องจากการเสริมแรงล่วงหน้า ช่วยลดปัญหาการทรุดตัวของโครงสร้างและลดจำนวนเสาค้ำที่ต้องใช้ในงานก่อสร้าง ทำให้ลดระยะเวลาในการก่อสร้างและต้นทุนในการติดตั้ง เป็นผลให้เสาค้ำคอนกรีตอัดแรงได้รับความนิยมในการก่อสร้างโครงสร้างขนาดใหญ่ที่ต้องการความแข็งแรงสูง ทั้งนี้ เสาค้ำคอนกรีตธรรมดา (Reinforced Concrete Pile) ก็ยังถูกใช้งานในบางประเภทโครงการที่ไม่ต้องการการรับน้ำหนักที่สูงมากนัก

สำหรับการกำหนดขนาดและจำนวนของเสาค้ำในงานก่อสร้างขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น น้ำหนักบรรทุกของโครงสร้าง สภาพชั้นดิน และข้อกำหนดของโครงการ วิศวกรโครงสร้างจะคำนวณและวางแผนการใช้เสาค้ำอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถรองรับน้ำหนักได้อย่างมีประสิทธิภาพและประหยัดต้นทุนมากที่สุด สำหรับการเลือกเสาค้ำที่เหมาะสม จำเป็นต้องพิจารณาร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านวิศวกรรมที่มีประสบการณ์ เพื่อให้แน่ใจว่าเสาค้ำที่เลือกใช้งานมีขนาดและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับโครงสร้างและสภาพดินในพื้นที่ การติดตั้งเสาค้ำที่ได้มาตรฐานจะเพิ่มความมั่นคงของสิ่งปลูกสร้างและยืดอายุการใช้งานให้ยาวนาน

เสาค้ำคอนกรีตเป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ในงานฐานราก โดยมีบทบาทสำคัญในการกระจายน้ำหนักจากโครงสร้างอาคารลงสู่ดิน การเลือกใช้และการออกแบบที่เหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้โครงสร้างอาคารมีความมั่นคงแข็งแรง และยืนยาว

บริษัทมีการผลิตเสาค้ำคอนกรีตอัดแรงสำเร็จรูปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ขนาด 0.18, 0.22, 0.26, 0.30, 0.35 และ 0.40 เมตร ทั้งแบบท่อนเดี่ยวและแบบสองท่อน ซึ่งเป็นเสาค้ำคอนกรีตอัดแรงรูปสี่เหลี่ยม (Square – Shaped Piles Specification) รวมถึงยังมีบริการในการตอกเสาค้ำเพื่อติดตั้งเสาค้ำให้มีความมั่นคง

รายละเอียดผลิตภัณฑ์เสาค้ำคอนกรีตอัดแรงสำเร็จรูป สรุปดังตาราง

เสาค้ำคอนกรีตอัดแรงสำเร็จรูป				
ขนาดหน้าตัด เสาค้ำ (ซม. x ซม.)	พื้นที่หน้าตัด (ซม. ²)	ความยาว สูงสุด (ซม.)	น้ำหนักเสาค้ำ (กิโลกรัม/ซม.)	รับน้ำหนักปลอดภัย (ตัน)
18 x 18	324	1,600	0.78	15 – 20
22 x 22	484	2,000	1.16	20 – 30
26 x 26	676	2,100	1.62	25 – 40
30 x 30	900	2,200	2.16	30 – 50
35 x 35	1,225	2,300	2.94	40 – 60
40 x 40	1,600	2,400	3.84	50 – 80



บริษัทผลิตเสาเข็มคอนกรีตอัดแรงสำเร็จรูปมีความทนทานสูง แข็งแรง ทนทาน ซึ่งสามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และการทำงานในงานก่อสร้างของลูกค้าเป็นอย่างดี โดยบริษัทสามารถผลิตสินค้าได้ตามความยาวเสาเข็มที่ลูกค้าต้องการได้ (สูงสุด 24 เมตร) และสามารถแต่งเติมหัวเสาเข็มได้ตามความต้องการของลูกค้า บริษัทมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาในการทำหน้าทำให้ค่าปริกษาในการเลือกผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมแก่การใช้งานตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า การผลิตเสาเข็มผ่านการผลิตและควบคุมการผลิตโดยวิศวกรโรงงานของบริษัทที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการควบคุมขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอน รวมถึงมีการทดสอบความสมบูรณ์และความสามารถในการรับน้ำหนักของเสาเข็มก่อนส่งมอบให้ลูกค้า

บริษัทผลิตเสาเข็มคอนกรีตอัดแรงสำเร็จรูปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม โดยได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม มอก. เลขที่ 396 – 2549 ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเสาเข็มคอนกรีตเสริมเหล็กอัดแรงหล่อสำเร็จ

2.2) ท่อคอนกรีตสำเร็จรูป

ท่อคอนกรีตสำเร็จรูปมีความสำคัญในงานระบบระบายน้ำและการจัดการน้ำตามวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น การใช้ในย่านที่อยู่อาศัย ชุมชน โรงงานอุตสาหกรรม และการเกษตร โดยท่อคอนกรีตเหมาะสมสำหรับการใช้งานในระบบระบายน้ำเนื่องจากมีคุณสมบัติหลายประการที่ทำให้เป็นตัวเลือกที่ดีในการก่อสร้าง โดยเฉพาะในด้านความทนทานและอายุการใช้งานที่ยาวนาน โดยท่อคอนกรีตสำเร็จรูปมีคุณสมบัติที่โดดเด่น ประกอบด้วย ความทนทานสูงต่อแรงกระทำจากน้ำ ดิน และแรงกดจากภายนอก อีกทั้งไม่เกิดสนิมเหมือนท่อโลหะ ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีการบำรุงรักษาหรือเปลี่ยนท่อบ่อยครั้ง ซึ่งช่วยลดต้นทุนในการบำรุงรักษาในระยะยาว

บริษัทมีการผลิตท่อคอนกรีตสำเร็จรูปทั้งที่เสริมเหล็กและไม่เสริมเหล็ก เพื่อรองรับการใช้งานหลากหลายประเภท โดยมีทั้งท่อทรงกลมและทรงเหลี่ยมเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ท่อคอนกรีตทรงกลม หรือ ท่อปากลิ้นราง

ท่อคอนกรีตทรงกลม หรือ ท่อปากลิ้นราง เหมาะสำหรับโครงการระบบระบายน้ำขนาดเล็กถึงกลาง โดยท่อทรงกลมมีความสามารถในการกระจายแรงดันภายในท่อได้ดี ทำให้สามารถรับแรงกดและแรงดันจากน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเหมาะกับการระบายน้ำฝน น้ำเสีย ระบบชลประทาน รวมถึงโครงการสาธารณสุขไป

2) ท่อคอนกรีตทรงเหลี่ยม หรือ ท่อเหลี่ยม

ท่อคอนกรีตทรงเหลี่ยมมักใช้ในโครงการระบายน้ำขนาดใหญ่ โดยท่อทรงเหลี่ยมสามารถปรับขนาดให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีข้อจำกัดด้านความลึกได้ดินได้ดี และมีความสามารถในการรับน้ำหนักจากภายนอกมากกว่าท่อทรงกลม เนื่องจากมีผิวหน้าที่แบนราบ ทำให้เหมาะกับงานที่ต้องรองรับน้ำหนักมาก เช่น งานก่อสร้างที่ต้องรับน้ำหนักจากการจราจรบนถนน

นอกจากนี้ ท่อคอนกรีตสำเร็จรูปยังมีประโยชน์ด้านความทนทานต่อการกัดกร่อนจากน้ำและสารเคมีในดิน ทำให้ท่อสามารถใช้งานได้หลากหลายสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังช่วยลดต้นทุนการบำรุงรักษาเมื่อเปรียบเทียบกับท่อชนิดอื่น ๆ ทำให้ท่อคอนกรีตสำเร็จรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพสูงและเหมาะสมสำหรับการใช้งานในระบบระบายน้ำ ทั้งในโครงการขนาดเล็กและขนาดใหญ่ โดยคุณสมบัติที่ทนทานและลดต้นทุนการบำรุงรักษา ทำให้เป็นทางเลือกที่ดีในการสร้างโครงสร้างที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยสามารถเปรียบเทียบคุณสมบัติของท่อคอนกรีตทรงกลม และท่อคอนกรีตทรงเหลี่ยมได้ดังตาราง

คุณสมบัติ	ท่อคอนกรีตทรงกลม	ท่อคอนกรีตทรงเหลี่ยม
การกระจายแรง	กระจายแรงได้สม่ำเสมอ ทั่วทิศทาง	รับแรงด้านบนและด้านล่างได้ดี
ประสิทธิภาพการไหล	น้ำไหลได้ดี เนื่องจากไม่มีมุมหัก	อาจมีการไหลติดขัดเล็กน้อยที่มุม
การติดตั้งในพื้นที่แคบ	ต้องการพื้นที่ค่อนข้างมาก	เหมาะกับพื้นที่จำกัดและข้อจำกัดด้านความสูง
การรองรับน้ำหนักจากด้านบน	อาศัยความหนาของท่อในการรับน้ำหนัก	รองรับน้ำหนักจากด้านบนได้ดีโดยเฉพาะในกรณีที่มีการจราจรหนาแน่น
ความหลากหลายของขนาด	มีหลากหลายขนาดให้เลือกตามความต้องการ	ตามข้อจำกัดของพื้นที่

ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ท่อคอนกรีตอัดแรงสำเร็จรูป

ท่อคอนกรีตทรงกลม



ท่อคอนกรีตทรงเหลี่ยม



รายละเอียดผลิตภัณฑ์ท่อคอนกรีตสำเร็จรูปทรงกลม สรุปลังตาราง

รายละเอียดสินค้าท่อคอนกรีตทรงกลม				
ขนาดระบุ	เส้นผ่านศูนย์กลางภายใน (ซม.)	ความยาว (ซม.)	ความหนา (ซม.)	น้ำหนักต่อ (กิโลกรัม)
30	30	100	5	137.19
40	40	100	6	216.75
60	60	100	7.5	401.48
80	80	100	9.5	680.25
100	100	100	11	974.07
120	120	100	12.5	1,325.30
150	150	100	15	1,988.41

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ท่อคอนกรีตสำเร็จรูปทรงเหลี่ยม สรุปลังตาราง

รายละเอียดสินค้าท่อคอนกรีตทรงเหลี่ยม				
ขนาดระบุ	ความกว้าง x สูง (ซม.xซม.)	ความยาว (ซม.)	ความหนา (ซม.)	น้ำหนักต่อ (กิโลกรัม)
120	120x120	100	12.5	1,919
150	150x150	100	15	3,082
180	180x180	100	17.5	3,941
210	210x210	100	20	5,044
240	240x240	100	20	5,685

ท่อคอนกรีตสำเร็จรูปที่บริษัทผลิตมีทั้งแบบไม่เสริมเหล็กและแบบเสริมเหล็ก โดยท่อคอนกรีตที่บริษัทผลิตได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรมก่อสร้าง (มอก.) เลขที่ 1164 – 2559 มาตรฐาน มอก.เลขที่ 1165 – 2559 มาตรฐาน มอก.เลขที่ 1166 – 2559 ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูป รูปทรงสี่เหลี่ยมสำหรับงานระบายน้ำใต้ผิวจราจร ที่มีวัสดุไม่เกิน 3 เมตร และมาตรฐานมอก.เลขที่ 128 – 2560 ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสำหรับงานระบายน้ำ และผลิตตามความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาของบริษัทให้คำปรึกษาในการสั่งผลิตเพื่อความเหมาะสมในการใช้งานสำหรับงานก่อสร้าง

2.3) ขอบคันทินคอนกรีตสำเร็จรูป

ขอบคันทินคอนกรีตสำเร็จรูปมักใช้ในการแบ่งกั้นพื้นที่ที่มีระดับความสูงไม่เท่ากัน ช่วยให้บล็อกทางเดินเท้าหรือพื้นผิวต่าง ๆ เกาะติดกันอย่างมั่นคง เมื่อทางเดินเท้าหรือพื้นผิวต้องรองรับน้ำหนักมาก ขอบคันทินจะช่วยป้องกันไม่ให้บล็อกทางเดินเกิดการแยกตัวออกจากกันที่รอยต่อ ขอบคันทินคอนกรีตสำเร็จรูปถูกนำไปใช้งานได้หลากหลายประเภท ทั้งใช้ในการกั้นแบ่งพื้นที่ระหว่างทางเดินเท้ากับถนนหรือพื้นที่ที่มีระดับความสูงไม่เท่ากัน และใช้ในการกั้นล้อรถยนต์ในอาคารจอดรถ การจัดระเบียบพื้นที่

ในสวนสาธารณะและสถานที่ต่างๆ เช่น พื้นที่ทางเท้า สถานีรถไฟ หรือสนามบิน เพื่อการแบ่งพื้นที่อย่างเป็นระเบียบ สวยงาม และเสริมความมั่นคงให้กับพื้นที่

นอกจากนี้ ขอบคันหินยังสามารถใช้ในการกันพื้นที่สำหรับงานเกษตร เช่น การแบ่งเขตการปลูกพืช การสร้างคันกั้นน้ำ หรือในงานทางระบายน้ำเพื่อควบคุมการไหลของน้ำในพื้นที่เกษตรกรรม การใช้งานขอบคันหินในการกันเขตพื้นที่เกษตรจะช่วยให้ดินมีความแน่นหนา ลดปัญหาการกัดเซาะของน้ำ และป้องกันไม่ให้ดินถล่มหรือไหลออกจากพื้นที่ได้

ผลิตภัณฑ์ขอบคันหินที่บริษัทผลิต มีลักษณะทรงตรงรูปคางหมู โดยมีการผลิต 2 ขนาด ดังนี้

- 1) ขนาดกว้าง 150 มิลลิเมตร สูง 300 มิลลิเมตร และยาว 1,000 มิลลิเมตร
- 2) ขนาดกว้าง 120 มิลลิเมตร สูง 150 มิลลิเมตร และยาว 1,800 มิลลิเมตร

อย่างไรก็ตาม บริษัทสามารถผลิตขอบคันหินได้ตามความต้องการของลูกค้า โดยสามารถปรับแต่งขนาดและรูปทรงให้เหมาะสมกับการใช้งานแต่ละประเภท เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้งาน



2.4) บ่อพักคอนกรีตสำเร็จรูป

บ่อพักคอนกรีตสำเร็จรูปเป็นส่วนสำคัญในระบบงานระบายน้ำ โดยทำหน้าที่เชื่อมต่อและเปลี่ยนทิศทางของท่อระบายน้ำ ปรับความลาดเอียงของท่อ และอำนวยความสะดวกในการตรวจสอบ ซ่อมแซม บำรุงรักษาระบบระบายน้ำ บ่อพักคอนกรีตสำเร็จรูปมักใช้งานร่วมกับท่อคอนกรีตทรงกลม หรือท่อปากลิ้นราง โดยบ่อพักคอนกรีตเหมาะสำหรับการติดตั้งใต้ทางเท้า ผิวจราจร หรือพื้นที่ที่ต้องรองรับปริมาณน้ำระบายจำนวนมาก

บ่อพักคอนกรีตถูกวางอยู่ในชั้นใต้ดินที่มีความชื้นสูงอยู่ตลอดเวลา ทำให้การออกแบบและการผลิตต้องคำนึงถึงความทนทานต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้สามารถใช้งานได้ยาวนาน บริษัทสามารถผลิตบ่อพักคอนกรีตสำเร็จรูปที่มีความยาว และความหนาที่แตกต่างกันตามความต้องการในการใช้งานของลูกค้า เพื่อให้สามารถติดตั้งบ่อพักในพื้นที่ที่มีข้อจำกัด เช่น พื้นที่ชุมชนที่มีความหนาแน่นสูงหรือเขตเมืองที่จำกัดการใช้พื้นที่ได้ดีขึ้น และช่วยให้การติดตั้งมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันไป โดยสามารถเพิ่มความหนาของบ่อพักเพื่อรองรับแรงกดทับที่มากขึ้นในพื้นที่ที่ต้องรับน้ำหนักจากการจราจรหนัก หรือพื้นที่ที่มีความลึกมาก ซึ่งต้องการการออกแบบที่สามารถรองรับแรงกดทับได้ดี และยังช่วยเพิ่มความทนทานให้กับบ่อพักเมื่อใช้งานในพื้นที่ที่มี

ความชื้นสูงหรือสภาวะแวดล้อมที่มีการกัดกร่อน ส่งผลให้บ่อพักคอนกรีตสำเร็จรูปสามารถใช้งานในโครงการต่างๆ ได้ไม่ว่าจะเป็น การติดตั้งในพื้นที่ที่มีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่หรือการใช้งานในระบบระบายน้ำที่มีข้อกำหนดพิเศษ

รายละเอียดผลิตภัณฑ์บ่อพักคอนกรีตสำเร็จรูป สรุปลังตาราง

รายละเอียดสินค้าบ่อพักคอนกรีตสำเร็จรูป				
ขนาดระบุ (ซม.)	ความกว้าง x ยาว (ซม.xซม.)	ความสูง (ซม.)	ความหนา (ซม.)	น้ำหนักท่อ (กิโลกรัม)
30	66x66	100	8	504
40	75x75	100	8	576
60	100x100	130	10	1,056
80	130x130	150	10	1,656
100	155x155	170	15	2,736
120	180x180	220	15	4,848
150	230x230	230	15	6,720



2.5) รางระบายน้ำคอนกรีต

รางระบายน้ำคอนกรีตเป็นส่วนสำคัญในระบบการระบายน้ำที่มีการใช้งานในบริเวณผิวดินและใต้ผิวดิน เพื่อลำเลียงน้ำ จากท่อระบายน้ำต่างๆ ไปยังแหล่งทิ้งน้ำหรือแหล่งน้ำตามธรรมชาติ โดยทำหน้าที่รวบรวมน้ำและลำเลียงน้ำให้ไหลไปยังแหล่ง เป้าหมาย ซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งในพื้นที่ที่มีการก่อสร้างและพื้นที่เปิดโล่ง

ผลิตภัณฑ์รางระบายน้ำคอนกรีตที่บริษัทผลิตมีรูปทรงเป็นรูปตัว U หรือที่เรียกกันว่า "รางยู" (U-Ditch) ซึ่งมีลักษณะว่าเป็นรูปตัว U หายขึ้น และมีการเสริมเหล็กในรางเพื่อเพิ่มความแข็งแรง ทำให้สามารถทนทานต่อแรงกดทับและการใช้งานในระยะ ยาวได้ดี สามารถทำความสะอาดได้ง่าย และสะดวกต่อการขุดลอกสิ่งอุดตันในราง ทำให้การบำรุงรักษาระบบการระบายน้ำทำได้

สะดวกยิ่งขึ้น รางระบายน้ำคอนกรีตมักถูกติดตั้งขนานไปกับขอบถนนและสามารถออกแบบขนาดตามความต้องการของลูกค้า ขนาดของรางระบายน้ำและความหนาของรางที่มีความหลากหลายทำให้สามารถรองรับน้ำหนักกดทับได้ตามความต้องการของลูกค้า

รางระบายน้ำคอนกรีตยังมีคุณสมบัติในการทนทานต่อกรดและการกัดกร่อนที่สามารถใช้งานได้ในพื้นที่สภาพแวดล้อมที่มีการกัดกร่อนสูง ซึ่งเหมาะสมกับการใช้งานในทุกสภาพภูมิประเทศ อีกทั้งยังช่วยลดช่องว่างระหว่างพื้นผิวในการใช้งานเพื่อให้ระบบการระบายน้ำทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถใช้งานได้ในพื้นที่ที่จำกัด เนื่องจากสามารถออกแบบให้มีความยืดหยุ่นทั้งในด้านความกว้าง ความลึก และความหนา ทำให้สามารถติดตั้งในพื้นที่ที่มีการจำกัดในเชิงพื้นที่ได้ง่ายและสะดวก

รายละเอียดผลิตภัณฑ์รางระบายน้ำคอนกรีตทรงยู สรุปลังตาราง

รายละเอียดสินค้ารางระบายน้ำคอนกรีตทรงยู				
ขนาดระบุ (ซม.)	ความกว้าง x ยาว (ซม.)	ความสูงภายใน (ซม.)	ความหนา (ซม.)	น้ำหนักต่อ (กิโลกรัม)
30	30x30	200	11.5	576
40	40x40	200	12	744
50	50x50	200	12.5	936
60	60x60	200	13	1,152
80	80x80	200	14	1,584
100	100x100	200	15	2,040
120	120x120	200	16	2,568



บริษัทมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาที่สามารถกำหนดขนาดและรูปแบบของรางระบายน้ำให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุดตามวัตถุประสงค์การใช้งานของลูกค้า โดยสามารถปรับเปลี่ยนรูปทรงของรางระบายน้ำได้ตามความต้องการของลูกค้า จากรายยู

(U-Ditch) เป็นรางระบายน้ำคอนกรีตรูปตัววี (V-Ditch) ซึ่งมีลักษณะเว้าโค้งน้อยกว่า ทำให้ร่องระบายน้ำมีความตื้นกว่ารางยู แต่ช่วยให้การไหลของน้ำสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับรางระบายน้ำรูปตัววีเหมาะสำหรับการใช้งานในงานลำเลียงน้ำ เช่น งานประปาบริเวณอาคาร บ้านเรือน หมู่บ้าน จัดสรร หรือถนนภายในหมู่บ้าน ซึ่งจะติดตั้งตามแนวผิวถนน เพื่อช่วยในการระบายน้ำอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสภาพพื้นที่

2.6) อิฐบล็อกคอนกรีต

อิฐบล็อกคอนกรีตมักใช้ในงานก่อสร้างสำหรับผนังอาคารทั่วไป โกดัง โรงงาน สิ่งปลูกสร้างที่มีงบประมาณไม่สูงมาก และใช้เวลาในการก่อสร้างจำกัด เนื่องจากผลิตภัณฑ์อิฐบล็อกมีขนาดใหญ่ ช่วยลดระยะเวลางานก่อสร้าง พร้อมทั้งมีราคาและต้นทุนการผลิตที่แข่งขันได้ โดยมีส่วนผสมของปูนซีเมนต์และทราย มีลักษณะมีรูกลวงตรงกลางที่ทำให้อิฐบล็อกสามารถทนต่อความร้อนได้สูง และช่วยคลายความร้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม อิฐบล็อกมีข้อจำกัดสำหรับงานที่ต้องรับแรงกดทับ และน้ำหนักแขวน ทำให้ไม่เหมาะกับงานที่ต้องเจาะผนังเพื่อติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆ ผลิตภัณฑ์อิฐบล็อกที่บริษัทผลิตได้รับมาตรฐาน มอก. 58-2560 รับรองโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ซึ่งสามารถยืนยันถึงคุณสมบัติที่แข็งแกร่ง รับน้ำหนักได้ดี โดยอิฐบล็อกที่บริษัทจัดจำหน่ายมีรายละเอียด ดังนี้

ขนาดระบุ (ซม.)	ความกว้าง x ยาว (ซม. x ซม.)	สูง (ซม.)	น้ำหนักอิฐบล็อก (กิโลกรัม)
30	7x19	39	6.24
40	9x19	39	8.64
60	14x19	39	13.44
80	19x19	39	17.76

ภาพแสดงผลิตภัณฑ์อิฐบล็อกคอนกรีต



การให้บริการจัดส่งสินค้าธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป

การให้บริการขนส่งสินค้าสำหรับคอนกรีตผสมเสร็จ

บริษัทมีการให้บริการจัดส่งคอนกรีตผสมเสร็จจากโรงงานแต่ละแห่งของบริษัทถึงปลายทางของลูกค้า ด้วยรถโมของ บริษัทที่ใช้สำหรับบริการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จเพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดการขนส่ง โดยรถโมทุกคันมีอัตราการผลิตที่สม่ำเสมอ เพื่อควบคุมคอนกรีตให้คงคุณสมบัติตามมาตรฐานจนถึงมือผู้ใช้งาน บริษัทมีรถโมของตนเองสำหรับการให้บริการขนส่งในแต่ละสาขา ประกอบด้วย รถโม 6 ล้อ ที่บรรทุกคอนกรีตได้เต็มความจุ 3 คิว (ลูกบาศก์เมตร) และ รถโม 10 ล้อ ที่บรรทุกคอนกรีตได้ 5 คิว (ลูกบาศก์เมตร) โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีรถโมทั้งหมด 130 คัน ประจําการในแต่ละสาขาเฉลี่ยสาขาละ 6 – 10 คัน ทั้งนี้ การจัดสรรจำนวนรถขึ้นอยู่กับความต้องการขนส่งสินค้าในแต่ละพื้นที่ โดยบริษัทมีฝ่ายวางแผนการจัดส่งสินค้าที่สามารถบริหารจัดการการขนส่งสินค้าได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้การขนส่งมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงประสานงานกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ด้วยระบบ GPS ที่ติดตั้งในรถโมทุกคัน ซึ่งสามารถตรวจสอบสถานะการจัดส่งและตำแหน่งของรถโมในระหว่างการเดินทางได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ ระบบ GPS ในการติดตามรถตลอดการขนส่ง ยังช่วยตรวจสอบเส้นทางการเดินทางเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในการให้บริการกับลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพและบำรุงรักษารถโมอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนฝึกอบรมพนักงานขนส่งให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงให้ความสำคัญกับความตรงต่อเวลาและประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าเพื่อมอบบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าทุกราย

การให้บริการขนส่งสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป

บริษัทให้บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปแก่ลูกค้าโดยใช้รถบรรทุกหลากหลายประเภท ได้แก่ รถเทรลเลอร์ ที่สามารถบรรทุกน้ำหนักรวมไม่เกิน 50 ตัน, รถบรรทุก 12 ล้อ ที่รองรับน้ำหนักรวมไม่เกิน 30 ตัน, และ รถบรรทุก 10 ล้อ ซึ่งบรรทุกได้สูงสุด 25 ตัน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีรถบรรทุกสินค้าทั้งหมด 22 คัน แบ่งเป็นรถเทรลเลอร์จำนวน 6 คัน รถบรรทุก 10 ล้อจำนวน 10 คัน รถบรรทุก 12 ล้อจำนวน 6 คัน พร้อมทั้งมีรถสำหรับการให้บริการต่อเสาคementซึ่งมีการติดตั้งปั้นจั่นจำนวน 1 คัน โดยมีพนักงานขับรถบรรทุกสินค้าทั้งหมด 15 ท่าน

เพื่อความราบรื่นในการจัดส่งสินค้า บริษัทมีการจัดตั้งแผนกวางแผนการจัดส่ง (Call Center) เพื่อกำหนดเส้นทางในการจัดส่ง พร้อมติดตามสถานะการจัดส่ง โดยมีระบบ GPS Tracker เพื่อระบุตำแหน่งของรถ และระบบแจ้งเตือนมาที่ฝ่ายวางแผนการจัดส่ง หากรถบรรทุกสินค้ามีการขับรถออกนอกเส้นทาง โดยแผนกวางแผนการจัดส่งมีพนักงานทั้งหมด 11 ท่าน

ทั้งนี้ บริษัทปฏิบัติตามข้อกำหนดของกรมทางหลวงอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การขนส่งเป็นไปตามมาตรฐานการขนส่งที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ โดยก่อนการจัดส่ง บริษัทดำเนินการตรวจสอบยานพาหนะ เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับงานขนส่งอย่างเคร่งครัด เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจทำให้ผลิตภัณฑ์เสียหายระหว่างขนส่ง โดยมีขั้นตอนสำคัญดังนี้

1. ทำความสะอาดพื้นรถทางลาก

พื้นรถทางลากจะถูกทำความสะอาดเพื่อขจัดเศษคอนกรีตที่อาจตกค้าง ซึ่งเศษดังกล่าวอาจก่อให้เกิดรอยบิ่นหรือรอยร้าวบนชิ้นงาน และส่งผลต่อการวางชิ้นงานให้ได้ระดับที่ไม่เหมาะสม

2. ตรวจสอบโช้และผ้าใบสลิง

โช้และผ้าใบสลิงที่ใช้รัดชิ้นงานต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์ โดยโช้และสลิงเหล่านี้มีหน้าที่สำคัญในการยึดสินค้าคอนกรีตสำเร็จรูปให้อยู่กับรถทางลากอย่างมั่นคง

3. จัดวางไม้หลนรองอย่างเหมาะสม

ไม้หลนรองจะถูกวางในตำแหน่งและระยะห่างที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการเสียดสีของชิ้นงานระหว่างการขนส่ง ซึ่งอาจทำให้สินค้าคอนกรีตเกิดรอยร้าวหรือความเสียหาย

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการควบคุมน้ำหนักบรรทุกและความสูงของสินค้าที่บรรทุกไม่ให้เกินกฎหมายกำหนด พร้อมทั้งวางแผนเส้นทางและระยะเวลาในการจัดส่งอย่างรัดกุม เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าจะถึงปลายทางอย่างปลอดภัยและตรงต่อเวลา

ภาพแสดงรถขนส่งสินค้าของกลุ่มบริษัท



การพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ

กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ในด้านการให้บริการ บริษัทได้จัดการจัดฝึกอบรมพนักงานขายและทีมบริการให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างลึกซึ้ง เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างตรงจุด พร้อมจัดตั้งทีมงานวิศวกรที่มีความรู้ความสามารถในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย และให้สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าได้ตามแบบ ให้บริการคำปรึกษาทางวิศวกรรมโครงสร้าง เพื่อแนะนำการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานจริง รวมถึงการให้ความสำคัญด้านคัดสรรผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากแหล่งผลิตที่ได้มาตรฐาน

ในด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทพัฒนาและปรับปรุงสูตรการผลิต โดยการประยุกต์ใช้ปูนซีเมนต์ประเภทไฮดรอลิกแทนการใช้ปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์ ประเภท 1 เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อ้างอิงข้อมูลสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ระบุข้อมูลประมาณการเบื้องต้นในการผลิตปูนซีเมนต์ไฮดรอลิกแทนปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์ ปริมาณ 1 ตัน จะช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ประมาณ 50 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์ และข้อมูลจากบริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด (CPAC) (บริษัทย่อยของ บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (“SCC”)) ระบุว่าการใช้ปูนไฮดรอลิกมีส่วนผสมของเถ้าลอยถ่านหินทดแทนการใช้ปูนซีเมนต์ ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อย่างน้อย 17 กิโลกรัม/ลูกบาศก์เมตร หรือเทียบเท่าการปลูกต้นไม้เพิ่มอย่างน้อย 17 ต้น ทุกการใช้งานคอนกรีตผสมเสร็จ 10 ลูกบาศก์เมตร (คิว)

1.2.2.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

1.2.2.2.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) การสร้างตราผลิตภัณฑ์

บริษัทผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปภายใต้เครื่องหมายการค้า “SC” โดยมีเป้าหมายในการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับสากล พร้อมทั้งให้บริการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่มีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตกับบริษัท และช่วยให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าของบริษัทได้

เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ และความน่าเชื่อถือในตลาด บริษัทได้จัดทำเว็บไซต์คือ <https://www.suen.co.th/> ซึ่งถือเป็นช่องทางสำคัญในการประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัท โดยเว็บไซต์นี้ได้รับการออกแบบให้ใช้งานได้ง่ายและสะดวกสำหรับลูกค้า เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งยังมีรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติของคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป นอกจากนี้ บริษัทยังได้ประทับตราเครื่องหมายการค้าบนผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปและรถโมโตไซ้ในการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จ เพื่อให้ลูกค้าสามารถจดจำบริษัทได้ และยังเป็นการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัทในวงกว้าง สร้างโอกาสการรู้จักสินค้าของบริษัทมากยิ่งขึ้น

2) ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

บริษัทให้ความสำคัญกับมาตรฐานด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอย่างยิ่ง จากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 23 ปี ในการดำเนินธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปมีการตรวจสอบคุณภาพตั้งแต่ขั้นตอนในประเมินคู่ค้าสำหรับการจัดหาวัตถุดิบเพื่อให้มั่นใจว่าผู้จัดหาวัตถุดิบจะส่งมอบวัตถุดิบที่มีคุณภาพให้แก่บริษัท และการตรวจรับวัตถุดิบที่มีการตรวจสอบก่อนนำมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า บริษัทยังนำเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ มาใช้ในการควบคุมและตรวจสอบคุณสมบัติของคอนกรีตผสมเสร็จระหว่างการผลิตโดยพนักงานฝ่ายผลิต และการตรวจสอบคุณสมบัติคอนกรีตที่จัดส่งถึงหน้างานก่อสร้างของลูกค้าโดยฝ่ายควบคุมคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าของบริษัทได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานอย่างถูกต้อง ทั้งนี้ สินค้าของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ดังนี้

มาตรฐานที่ได้รับ	ประเภทสินค้า	หน่วยงานที่รับรอง
มอก. 396-2549	เสาเข็มคอนกรีตเสริมเหล็กอัดแรงหล่อสำเร็จ	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
มอก. 1164-2559	ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสี่เหลี่ยมสำหรับงานระบายน้ำใต้ ทางเท้าวัสดุผสมไม่เกิน 3 เมตร	
มอก. 1165-2559	ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสี่เหลี่ยมสำหรับงานระบายน้ำใต้ ผิวจราจรวัสดุผสมน้อยกว่า 0.6 เมตร	
มอก. 1166-2559	ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสี่เหลี่ยมสำหรับงานระบายน้ำใต้ ผิวจราจรวัสดุผสมระหว่าง 0.6 เมตร ถึง 3.0 เมตร	
มอก. 128-2560	ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสำหรับงานระบายน้ำ	
มอก. 58-2560	คอนกรีตบล็อกกลวงไม่รับน้ำหนัก	
มอก. 213-2560	คอนกรีตผสมเสร็จ	

บริษัทยังได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001:2015 ซึ่งรับรองโดยบริษัท เป็เอสโอ กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีการรับรองระบบงานการผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป

นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถผลิตสินค้าได้อย่างหลากหลายทั้งรูปแบบที่บริษัทมีการผลิตตามมาตรฐานทั่วไป และสินค้าที่ดำเนินการผลิตตามความต้องการเฉพาะของลูกค้า (Customize) โดยการผลิตสินค้าตามความต้องการเฉพาะของลูกค้ามีฝ่ายวิจัยและพัฒนาทำหน้าที่ในการปรับปรุงสูตรการผลิตให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การใช้งาน และรักษามาตรฐานสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมถึงการให้คำแนะนำในการเลือกสินค้าให้มีความเหมาะสมตามสภาพแวดล้อมการใช้งานของลูกค้าแต่ละราย

3) การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทให้ความสำคัญกับการให้บริการกับลูกค้าเป็นอย่างดี โดยมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์เป็นไปตามคุณสมบัติที่ลูกค้าต้องการ และเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัท นอกจากนี้ให้ความสำคัญกับคุณภาพและคุณสมบัติของสินค้าแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญกับการให้บริการที่มีคุณภาพและตรงต่อเวลา พร้อมทั้งยังมีการให้บริการในการแจ้งสถานการณ์จัดส่ง ผ่านระบบ GPS ที่มีการติดตั้งไว้ที่รถขนส่งทุกคัน เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าจะถูกส่งมอบให้แก่ลูกค้าตรงตามที่กำหนดไว้

พร้อมทั้งยังมีการให้บริการในการให้คำปรึกษาสำหรับการสั่งซื้อสินค้ากับบริษัท เพื่อให้สินค้ามีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการใช้งาน การเลือกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง และต้องเลือกให้เหมาะสมกับการใช้งาน โดยบริษัทมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ เพื่อให้คำแนะนำในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์

4) การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

บริษัทมีการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ลูกค้าหลักของบริษัทเป็นกลุ่มลูกค้าภาคเอกชน โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมและการก่อสร้าง ซึ่งให้ความสำคัญกับกรอบเวลาการดำเนินงานก่อสร้างเป็นอย่างมาก บริษัทมุ่งเน้นการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานตรงตามกำหนดเวลาให้แก่ลูกค้า โดยฝ่ายขายของบริษัทมีการประสานงานกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ พร้อมให้คำแนะนำถึงความเหมาะสมในการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัทให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า

บริษัทได้จัดให้มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า พร้อมรับข้อคำแนะนำหรือความคิดเห็นจากลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานตั้งแต่กระบวนการขาย การส่งมอบสินค้า การให้บริการต่างๆ เพื่อปรับปรุงให้บริษัทสามารถพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งบริษัทมีการตอบสนองเพื่อแก้ไขตามปัญหาที่ได้รับแจ้งจากลูกค้าเสมอมา ทำให้บริษัทมีฐานลูกค้าที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง การให้ความสำคัญในลักษณะดังกล่าวถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

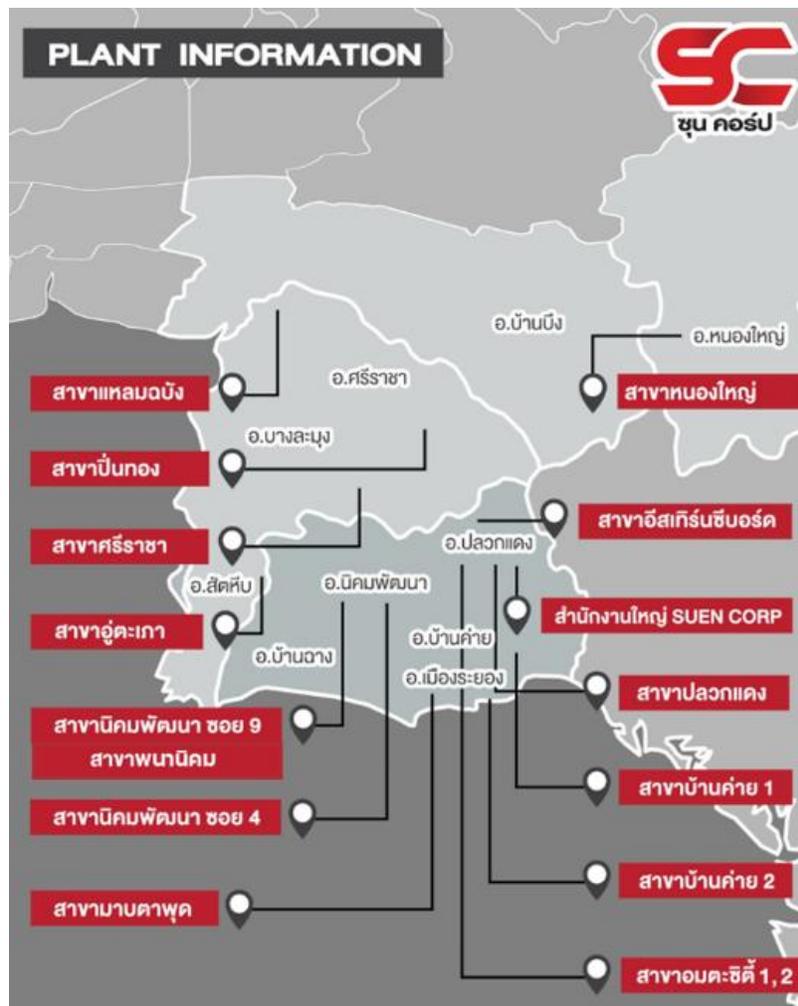
5) ราคาที่สามารถแข่งขันได้

บริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาขายโดยอ้างอิงตามต้นทุนการผลิตสินค้าบวกเพิ่มด้วยกำไรส่วนเพิ่ม (Cost Plus Margin) โดยบริษัทมีความสามารถในการจัดการต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ST ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทมีการประกอบธุรกิจเหมือนหินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง ซึ่งหินเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ ทำให้บริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน บริษัทมีนโยบายการกำหนดและ

ทบทวนราคาขายเป็นประจำสม่ำเสมอทุกปีเพื่อให้มีราคาขายที่สามารถแข่งขันได้ และมีอัตรากำไรส่วนเพิ่มตามที่กำหนดไว้ รวมถึงมีการติดตามสภาวะการขายและการแข่งขันอย่างสม่ำเสมอ

6) กรณีโรงงานผลิตครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดระยอง และจังหวัดชลบุรี

บริษัทมีโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป รวมทั้งสิ้น 15 สาขา โดยมีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดระยองจำนวน 11 สาขา และจังหวัดชลบุรีจำนวน 4 สาขา ทำให้สินค้าของบริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในจังหวัดระยองและชลบุรีได้อย่างทั่วถึง โดยจังหวัดระยองและชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการเติบโตของเศรษฐกิจ ภาคอุตสาหกรรมตามโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) และแผนการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และการเติบโตทางเศรษฐกิจของภาคอุตสาหกรรมตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้สินค้าที่ผลิตจากโรงงานแต่ละสาขาของบริษัทได้รับอานิสงค์ตามการเติบโตของแผนการพัฒนา EEC อย่างต่อเนื่อง



7) ความเชี่ยวชาญในสินค้า

จากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปมากกว่า 24 ปี ทำให้มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การควบคุมคุณภาพสินค้า การส่งมอบสินค้า การรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน รวมถึงการบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้าตลอดห่วงโซ่คุณค่าและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี พร้อมทั้งยังมีทีมบริหารและบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ จึงทำให้ได้รับความไว้วางใจจากทั้งกลุ่มลูกค้าและกลุ่มคู่ค้าเป็นอย่างดีเสมอมา

1.2.2.2.2 ลักษณะของลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มลูกค้าโครงการและลูกค้าภาคเอกชน

เป็นกลุ่มลูกค้าภาคเอกชน ประเภทผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรม ผู้ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ผู้รับเหมาก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรม ผู้รับเหมาก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ ที่ซื้อขายกับกลุ่มบริษัทโดยตรง ลูกค้าในกลุ่มนี้มีทั้งซื้อสินค้ารูปแบบมาตรฐานของบริษัท หรือลูกค้าที่กำหนดคุณสมบัติพิเศษตามความต้องการของลูกค้า (Made to Order) โดยการขายของบริษัทเป็นการออกเอกสารใบเสนอราคาและรับชำระเงินเป็นรายครั้ง สำหรับการขายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใหม่ บริษัทจะพิจารณาการให้วงเงินเครดิต และระยะเวลาชำระเงิน (credit term) โดยพิจารณาจากข้อมูลต่างๆ ได้แก่ เอกสารสำคัญของบริษัท งบการเงิน แพลตฟอร์มวิเคราะห์ธุรกิจของ Business Online (BOL) ก่อนอนุมัติวงเงินเครดิตและอนุมัติการซื้อขายโดยผู้มีอำนาจอนุมัติของบริษัท และสำหรับลูกค้าเดิม บริษัทจะพิจารณาประวัติการสั่งซื้อและการชำระเงินในอดีต และผลงานของลูกค้า ก่อนอนุมัติทบทวนวงเงินเครดิตและอนุมัติการซื้อขายโดยผู้มีอำนาจอนุมัติของบริษัท โดยบริษัทมีการทบทวนวงเงินเครดิตของลูกค้าทุกๆ 6 เดือน

2. กลุ่มลูกค้างานโอบลิทธิประเภทงานราชการ

เป็นลูกค้ากลุ่มรับเหมาก่อสร้างที่ได้รับงานโครงการก่อสร้างต่างๆ ผ่านระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ เช่น วิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) โดยลูกค้ารายดังกล่าวเป็นผู้รับจ้างตามสัญญาจ้างก่อสร้างที่มีหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ว่าจ้าง จากนั้นลูกค้ารายดังกล่าวได้สั่งซื้อสินค้าประเภทคอนกรีตผสมเสร็จ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป รวมถึงวัสดุก่อสร้างต่างๆ จากกลุ่มบริษัท โดยมีการจัดทำสัญญาโอบลิทธิการรับเงินค่าจ้างก่อสร้างตามสัญญาจ้างให้แก่กลุ่มบริษัท เพื่อชำระค่าสินค้าที่กลุ่มบริษัทได้ขายให้แก่ลูกค้ารายดังกล่าว งานที่กลุ่มบริษัทรับโอบลิทธิรับเงินมักเป็นงานก่อสร้างประเภทถนนคอนกรีต หรือโครงการปรับปรุงถนน เป็นต้น โดยมีเจ้าของงานเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของภาครัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานเทศบาล เป็นต้น

สำหรับการขายสินค้าให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้ บริษัทจะพิจารณาข้อมูลจากเอกสารสำคัญของบริษัท งบการเงิน แพลตฟอร์มวิเคราะห์ธุรกิจของ Business Online (BOL) ประวัติลูกค้า ผลงานการทำงานที่ผ่านมาของลูกค้า และประวัติการซื้อขายของลูกค้า ก่อนอนุมัติวงเงินเครดิตและอนุมัติการซื้อขายโดยผู้มีอำนาจอนุมัติของบริษัท

3. กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป

เป็นกลุ่มลูกค้าประเภทผู้รับเหมารายย่อย หรือลูกค้าทั่วไป ที่สั่งซื้อสินค้าเป็นครั้งคราว โดยเป็นการซื้อสินค้าจากบริษัทไปเพื่อใช้ในการก่อสร้าง ซ่อมแซม ตกแต่ง ต่อเติมที่พักอาศัย เป็นต้น ซึ่งมีการสั่งซื้อไม่มากนักและมีการชำระเงินเป็นรายครั้ง

1.2.2.2.3 การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

1. การจัดจำหน่ายโดยทีมงานขายของกลุ่มบริษัท

การจัดจำหน่ายสินค้าคอนกรีตผสมเสร็จดำเนินการโดยทีมงานขายของบริษัท และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปดำเนินการโดยทีมงานขายของบริษัท วี โอม โซลูชั่น จำกัด (บริษัทย่อย) การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านพนักงานขายเป็นการประสานงานโดยตรงกับลูกค้าเป้าหมายอย่างใกล้ชิด กลุ่มบริษัทมีการขายสินค้าโดยพนักงานฝ่ายขายเป็นส่วนใหญ่ ผ่านการเข้าติดต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ พนักงานฝ่ายขายของกลุ่มบริษัทยังมีการสืบค้นจากแหล่งข้อมูลโครงการก่อสร้างต่างๆ เพื่อติดตามข้อมูลและรายละเอียดงานก่อสร้างที่สนใจ เพื่อทำการติดต่อหาลูกค้ารายใหม่ๆ และทำการเสนอขายสินค้าสำหรับงานก่อสร้าง วิธีนี้ทำให้บริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรง

2. การจัดจำหน่ายผ่านการติดต่อของลูกค้า

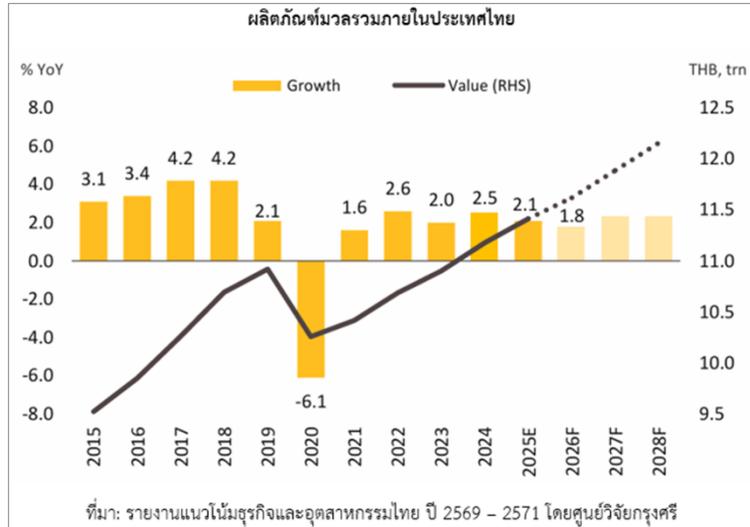
การติดต่อโดยลูกค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มบริษัท โดยลูกค้าสามารถติดต่อมายังกลุ่มบริษัทผ่านทางช่องทางต่างๆ อาทิ การติดต่อ Call Center ผ่านทางโทรศัพท์ 038-029888 การติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ <https://www.suen.co.th> และช่องทาง Facebook ของบริษัท ชื่อ “SUEN CORP” เพื่อสอบถามและสั่งซื้อสินค้าจากกลุ่มบริษัทได้

นโยบายการกำหนดราคาขายสินค้า

บริษัทกำหนดนโยบายการกำหนดราคาขายด้วยวิธีต้นทุนสินค้าบวกด้วยกำไรส่วนเพิ่ม (Cost Plus Margin) โดยต้นทุนสินค้าของบริษัทพิจารณาจาก ต้นทุนการผลิตตามที่กำหนดจากสูตรการผลิต (Bill of Materials : BOM) บวกด้วยอัตรากำไรที่ต้องการ และกำหนดเป็นราคาขายสินค้ามาตรฐาน (Price List) ซึ่งราคาขายสินค้าจะสะท้อนต้นทุนสินค้าของบริษัท อุปสงค์และอุปทานของสินค้า ตลอดจนภาวะการแข่งขันในตลาด เพื่อกำหนดราคาขายสินค้าที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันในตลาดได้ นอกจากนี้ บริษัทกำหนดให้มีการทบทวนราคาขายสินค้ามาตรฐาน (Price List) ในทุกปี หรือ เมื่อต้นทุนสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ บริษัทจะมีการทบทวน Price List ให้มีความเหมาะสมกับต้นทุนสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงไป และสอดคล้องตามสภาวะตลาด

1.2.2.2.4 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย



ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทุกภาคธุรกิจในระดับมหภาค โดยเฉพาะธุรกิจเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง ซึ่งได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง จากรายงานแนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2569 ถึงปี 2571 ที่จัดทำโดยศูนย์วิจัยกรุงศรี แสดงมุมมองคาดการณ์สถานการณ์เศรษฐกิจไทยในทิศทางเติบโตต่ำ ตามสภาวะการกีดกันทางการค้าและปัญหาเชิงโครงสร้าง โดยมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบหลัก ดังนี้

- 1) ภาคท่องเที่ยวมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป หลังจากที่หดตัวลงในปี 2568 เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนยังกังวลด้านความปลอดภัย อย่างไรก็ตาม ยังคงได้รับแรงหนุนจากการเติบโตของการท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงการเพิ่มเที่ยวบินระหว่างประเทศ และเส้นทางบินใหม่จากจีนและอินเดีย
- 2) การลงทุนภาคเอกชนมีสัญญาณเชิงบวกตามยอดขอรับส่งเสริมการลงทุน BOI ที่เพิ่มขึ้นสู่ระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์
- 3) การปรับขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าไทยของสหรัฐฯ ในอัตราร้อยละ 19 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2568 ส่งผลให้ภาคส่งออกมีแนวโน้มชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง
- 4) ความไม่แน่นอนทางการเมืองในประเทศในช่วงรัฐบาลรักษาการ หรือการเลือกตั้งที่จะมีขึ้นช่วงต้นปี 2569 อาจกระทบการใช้จ่ายของภาครัฐ โดยเฉพาะงบลงทุนในช่วงครึ่งปีแรก รวมถึงการจัดทำ พ.ร.บ. งบประมาณรายจ่ายประจำปี 2570 ที่อาจล่าช้ากว่ากำหนด
- 5) หนี้สาธารณะที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ประสิทธิภาพของนโยบายการคลังลดน้อยลง และจำกัดความสามารถของรัฐบาลในการออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มเติมในช่วงปี 2569 – 2571

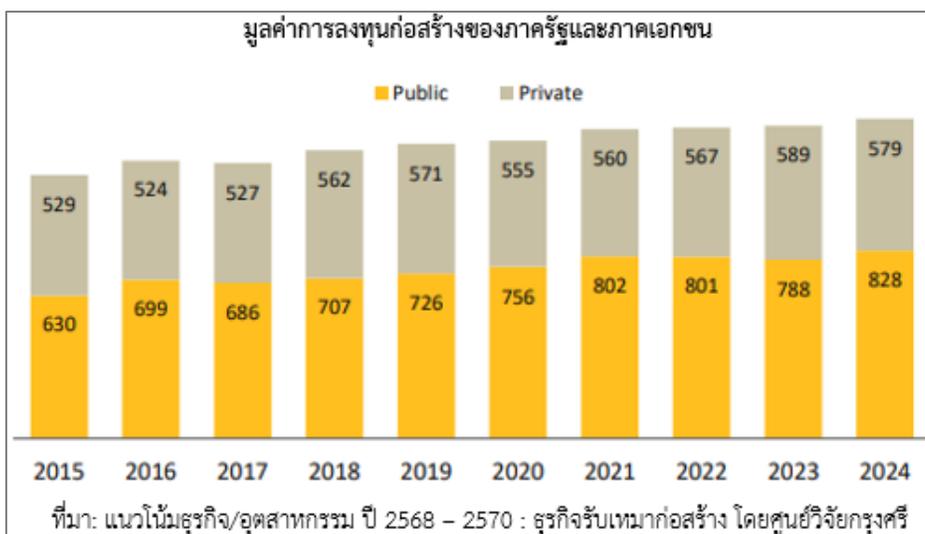
หนี้ครัวเรือนของประเทศไทยยังคงอยู่ในระดับสูงกว่าร้อยละ 86 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP: Gross Domestic Product) ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2568 นับเป็นระดับสูงสุดในกลุ่ม ASEAN-5 อย่างไรก็ตาม รายได้ครัวเรือนยังคงฟื้นตัวช้า ซึ่งอาจกดดันการบริโภคของภาคเอกชนและจำกัดประสิทธิภาพของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในระยะข้างหน้า

ภาพรวมอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง

จากข้อมูลการวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างของศูนย์วิจัยกรุงศรี ปี 2568 – 2570 ระบุว่ามูลค่าการลงทุนก่อสร้างโดยรวมมีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ในปี 2557 – 2567



งานก่อสร้างภายในประเทศแบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะผู้ว่าจ้าง อาทิ งานภาครัฐ และงานภาคเอกชน โดยในปี 2567 งานภาครัฐและงานภาคเอกชนมีมูลค่าการลงทุนก่อสร้างจำนวน 828 พันล้านบาท และ 579 พันล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 59 และ 41 ตามลำดับ



โดยภาพรวมอุตสาหกรรมก่อสร้างในปี 2563 – 2565 ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด – 19 ในช่วงปี 2563 – 2564 ที่ส่งผลให้มูลค่าการลงทุนก่อสร้างโดยรวมเติบโตในอัตราชะลอตัวลง ซึ่งมีสาเหตุหลักจากการชะลอในการลงทุนก่อสร้างของภาคเอกชนที่ลดลงเทียบกับปี 2562 จากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและภาระหนี้สินครัวเรือนที่ส่งผลกระทบต่ออย่าง

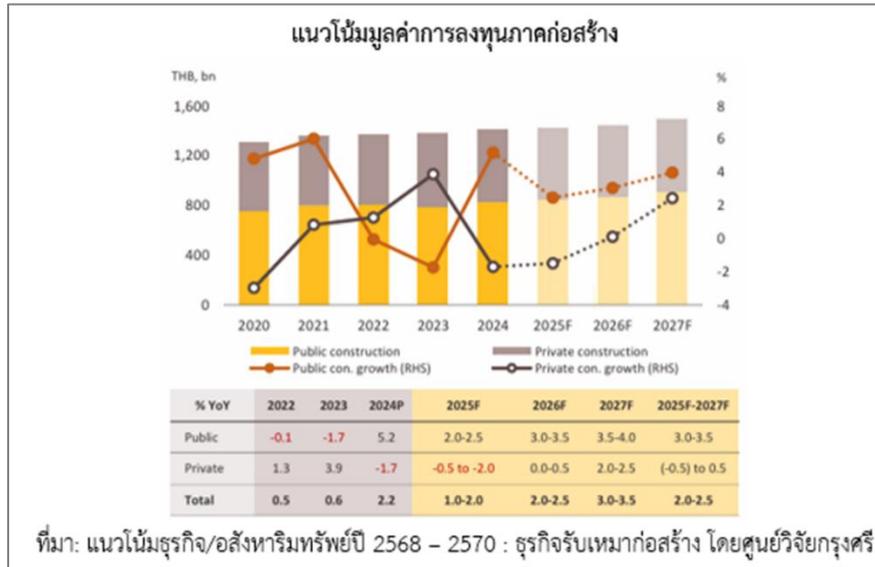
ชัดเจนในด้านการลงทุน อย่างไรก็ตาม การลงทุนก่อสร้างของภาครัฐยังคงขยายตัวได้ ตามการลงทุนและแผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจและดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ

ในปี 2567 มูลค่าการลงทุนภาคก่อสร้างโดยรวมเติบโตขึ้นร้อยละ 2.2 คิดเป็นมูลค่าการเติบโต 1.41 พันล้านบาท โดยมีปัจจัยการเติบโตจากมูลค่าการก่อสร้างของภาครัฐที่ขยายตัวเร่งขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี หลักจากที่ฟื้นตัวจากครึ่งปีแรกจากความล่าช้าของกระบวนการด้านงบประมาณ อย่างไรก็ตาม ภาคเอกชนยังคงหดตัวตามภาวะซบเซาของการก่อสร้างในหมวดที่อยู่อาศัย



ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2568 มูลค่าการลงทุนก่อสร้างโดยรวมยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องที่อัตราร้อยละ 12.3 YoY ตามแรงหนุนจากงานก่อสร้างของภาครัฐโดยเฉพาะงานก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานขยายใหญ่ที่เพิ่มขึ้นในอัตราเร่ง ขณะที่ภาคเอกชนยังคงหดตัวต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า และในช่วงครึ่งหลังของปี 2568 ภาวะการลงทุนก่อสร้างเติบโตอัตราชะลอลงจากแรงกดดันจากปัจจัยด้านเสถียรภาพทางการเมืองที่ไม่แน่นอนและภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอลงจากผลกระทบนโยบายภาษีของสหรัฐฯ ทั้งนี้ คาดการเติบโตของมูลค่าการก่อสร้างในปี 2568 อยู่ในกรอบร้อยละ 1.00 – 2.00

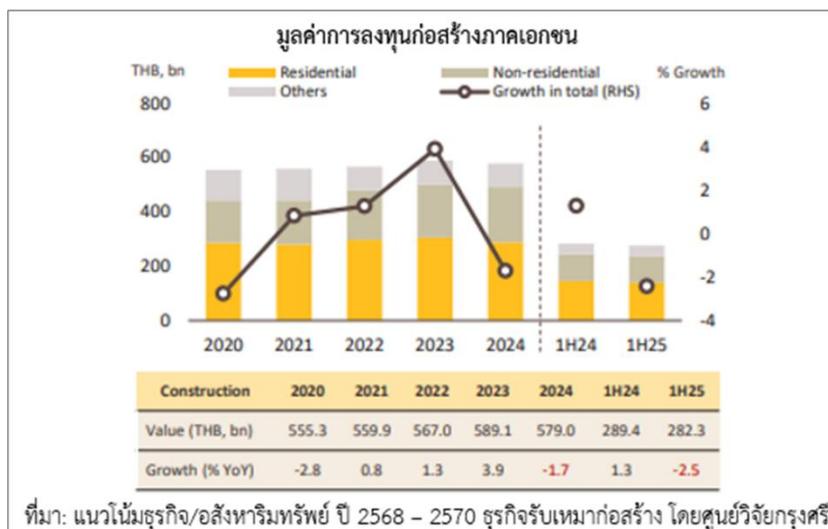
ในภาพรวมการลงทุนก่อสร้าง มีแนวโน้มมูลค่าการก่อสร้างรวมในปี 2569 ขยายตัวในกรอบร้อยละ 2.00 – 2.50 โดยมีสาเหตุการฟื้นตัวจากปี 2568 ตามแรงขับเคลื่อนหลักของการฟื้นตัวมีสาเหตุหลักจากการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐ ได้แก่โครงการที่เกี่ยวข้องกับโครงข่ายคมนาคมขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงกับพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridors : EEC) ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดระยอง จังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยโครงการที่เกี่ยวข้องกับเขตพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ได้เร่งดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570 และโครงการขยายเส้นทางคมนาคมขนส่ง โดยเฉพาะทางรางและถนน ขณะที่การลงทุนโครงการก่อสร้างภาคเอกชนโดยรวมยังคงฟื้นตัวในอัตรารต่ำ ตามทิศทางความไม่แน่นอนทางภาวะเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ยังคงได้รับแรงสนับสนุนตามอสังหาริมทรัพย์เพื่ออุตสาหกรรมประเภทนิคมอุตสาหกรรมและคลังสินค้าที่ยังมีทิศทางขยายตัวได้ตามแนวโน้มการลงทุน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีศักยภาพได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว จังหวัดใหญ่ของภูมิภาค พื้นที่เป้าหมายของการพัฒนาอุตสาหกรรม



การลงทุนก่อสร้างภาคเอกชน

งานก่อสร้างภาคเอกชนประกอบด้วยงานก่อสร้างที่พักอาศัย งานก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรม และอาคารพาณิชย์กรรม เช่น ศูนย์การค้า โรงแรม เป็นต้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการลงทุนก่อสร้างของภาคเอกชน ประกอบด้วย ภาวะเศรษฐกิจ ความเชื่อมั่นในการลงทุน สงครามระหว่างประเทศ เสถียรภาพทางการเมือง นโยบายกระตุ้นการลงทุนของภาครัฐ รวมถึงนโยบายกำแพงภาษี เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่ของประเทศไทยได้ขยายฐานลูกค้าออกไปรับงานต่างประเทศ โดยเน้นกลุ่มประเทศที่มีที่ตั้งใกล้เคียงเป็นหลัก อาทิ กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เนื่องจากประเทศเหล่านี้ยังอยู่ในช่วงของการเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ประกอบด้วย โครงข่ายถนน รถไฟฟ้า โรงไฟฟ้า รวมถึงงานก่อสร้าง ซ่อมแซม ตกแต่ง อาคารและที่อยู่อาศัย ตลอดจนนิคมอุตสาหกรรมและโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อรองรับนโยบายการสนับสนุนการลงทุน



ปี 2567 มีมูลค่าการลงทุนจำนวน 579 พันล้านบาท ซึ่งลดลงร้อยละ 1.7 เมื่อเทียบกับปี 2566 จากการหดตัวของโครงการที่พักอาศัย ตามกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังคงชะลอตัว ภายใต้แรงกดดันของค่าครองชีพและภาระหนี้สินครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้สถาบันการเงินมีมาตรการในการปล่อยสินเชื่อที่มีความระมัดระวังมากขึ้น พร้อมทั้งยังได้รับแรงกดดันจากการขาดแคลนแรงงานก่อสร้าง ส่งผลต่อโครงการสร้างประเภทบ้านพักอาศัยที่เป็นโครงการขยายเล็ก อย่างไรก็ตาม ในการก่อสร้างหมวดอาคารพาณิชย์และโรงงานยังคงขยายตัวได้ จากการขยายตัวของการลงทุนก่อสร้างหมวดอาคารพาณิชย์ในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจ โรงงานและอาคารสำนักงานภายในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม โดยเฉพาะพื้นที่ยุทธศาสตร์ เช่น โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เพื่อรองรับแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการลงทุนตามนโยบายจากภาครัฐที่เร่งสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมาย

ในครึ่งปีแรกปี 2568 มีมูลค่าการลงทุนก่อสร้างจำนวน 282.3 พันล้านบาท ชะลอตัวลงจากครึ่งปีแรกปี 2567 ตามการปรับตัวลดลงของการก่อสร้างหมวดที่อยู่อาศัย พร้อมทั้งการชะลอตัวของงานก่อสร้างอาคารพาณิชย์ โดยรวมในปี 2568 คาดการณ์ทิศทางการลงทุนก่อสร้างของภาคเอกชนในทิศทางหดตัวในกรอบร้อยละ 0.50 – 2.00 ตามภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนและกำลังซื้อที่อ่อนแอลง ลดทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุนในตลาดที่อยู่อาศัย อาคารพาณิชย์ และโรงงาน ก่อนจะเริ่มฟื้นตัวในปี 2569

แนวโน้มในปี 2568 มีการยังคงได้รับปัจจัยหนุนจากการขยายโครงการขยายการคมนาคมของภาครัฐ ทั้งโครงการรถไฟฟ้าส่วนขยาย และมอเตอร์เวย์ที่เชื่อมต่อการเดินทางระหว่างชานเมืองสู่ตัวเมืองได้รวดเร็วขึ้น โดยการฟื้นตัวอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ที่มีศักยภาพเชิงยุทธศาสตร์ประเภทพื้นที่ใจกลางเมืองและแนวรถไฟฟ้าบางเส้นทาง รวมถึงเมืองท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม โดยการก่อสร้างโรงงานและนิคมอุตสาหกรรมมีแนวโน้มเติบโตจากการเร่งลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ โดยเฉพาะพื้นที่โครงการ EEC ซึ่งผู้ประกอบการนิคมอุตสาหกรรมมีแผนลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมเป้าหมายกลุ่ม S – Curve จากรายงานของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) ระบุว่าพื้นที่อุตสาหกรรมพร้อมขาย 23,662 ไร่ พื้นที่เสนอจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมใหม่ 4,959 ไร่ และมีอีก 27 โครงการที่คาดว่าจะจัดตั้งหรือขยายในอนาคต

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ทำให้มีการชะลอการก่อสร้างของภาคเอกชน สาเหตุมาจากผลกระทบจากการฟื้นตัวของกำลังซื้อภาวะผันผวนของต้นทุนการก่อสร้างทั้งราคาวัสดุก่อสร้างและค่าขนส่ง ความกังวลทางเสถียรภาพทางการเมืองในประเทศที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนภาคธุรกิจและภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน รวมถึงนโยบายการขึ้นภาษีของสหรัฐที่มีผลต่อภาคการส่งออกอย่างชัดเจน พร้อมทั้งปัญหานี้สินครัวเรือน ซึ่งส่งผลกดดันกำลังซื้อในภูมิภาคและสถาบันการเงินยังคงความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ยังมีปัญหาการขาดแคลนแรงงานทั้งด้านปริมาณและทักษะ โดยเฉพาะแรงงานกัมพูชาที่กลับประเทศจากผลกระทบเหตุการณ์ชายแดนไทย – กัมพูชา

การลงทุนก่อสร้างภาครัฐ

มูลค่าการลงทุนของภาครัฐยังคงขยายตัว ซึ่งมีสาเหตุหลักจากการเร่งลงทุนก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง ประกอบไปด้วยงานก่อสร้างขนาดใหญ่ที่เป็นโครงการลงทุนต่อเนื่องของภาครัฐ อาทิ รถไฟฟ้า รถไฟทางคู่ มอเตอร์เวย์ และโครงการขยายคมนาคมขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงกับพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยโครงการภาครัฐข้างต้นมีวัตถุประสงค์เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจและดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ โดยโครงการเหล่านี้ได้ช่วยสนับสนุนผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่ภายในประเทศให้มีรายได้และงานโครงการก่อสร้างเพิ่มมากขึ้น โดยพิจารณาตามประสบการณ์ ความชำนาญเฉพาะด้านศักยภาพทางการเงิน และการพัฒนาเทคโนโลยีในการก่อสร้างอย่างต่อเนื่อง

จากปัจจัยข้างต้นส่งผลให้รายได้ของกลุ่มผู้รับเหมารายใหญ่ของภาครัฐมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องตามการลงทุนก่อสร้างภาครัฐและโครงการภาคเอกชนจะทยอยปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากผู้รับเหมารายใหญ่มีความพร้อมในการประมูลรับงานและมีศักยภาพในการบริหารงานก่อสร้างขนาดใหญ่ ประกอบด้วย ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการงานโครงการขนาดใหญ่ ความชำนาญเฉพาะด้าน ศักยภาพทางการเงินและการพัฒนาเทคโนโลยีในงานก่อสร้าง ซึ่งผู้รับเหมารายใหญ่นับเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท



งานก่อสร้างโดยภาครัฐสำหรับปี 2566 มีมูลค่ารวม 787.5 พันล้านบาท ซึ่งลดลงจากปี 2565 จำนวน 13.9 พันล้านบาท หรือคิดเป็นการลดลงร้อยละ 1.7 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงของการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน โดยการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานมีมูลค่ารวม 633.4 พันล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.6 ซึ่งมีสาเหตุจากความล่าช้าของกระบวนการก่อสร้างตั้งแต่การเบิกจ่ายงบประมาณจนถึงระยะเวลาก่อสร้าง อย่างไรก็ตามโดยโครงการลงทุนก่อสร้างสำคัญที่ยังคงขยายตัวได้ในช่วงปีที่ผ่านมา

งานก่อสร้างโดยภาครัฐสำหรับปี 2567 มีมูลค่ารวม 828.5 พันล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2566 จำนวน 41.0 พันล้านบาท หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 มีสาเหตุจากโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ที่กำลังลงทุนก่อสร้างต่อเนื่อง อาทิ รถไฟฟ้าสายต่างๆ ประกอบด้วย โครงการรถไฟฟ้าสีชมพูที่มีเส้นทางเดินรถระหว่างสถานีแครายและสถานีมีนบุรี ซึ่งเปิดให้บริการแล้ว โครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ส่วนต่อขยาย ช่วงสถานีศรีรัชและสถานีเมืองทองธานี และโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วงที่มีเส้นทางเดินรถระหว่างสถานีเตาปูนและสถานีราชบุรีบูรณะ รวมถึงโครงการขนาดใหญ่ (Mega Project) ในพื้นที่ EEC อาทิ โครงการพัฒนาท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด เฟส 3 ซึ่งปัจจุบันได้มีการถมทะเลไปโดยส่วนใหญ่แล้ว โดยคาดการณ์ว่าจะเปิดดำเนินการในปี 2570 โครงการท่าเรือแหลมฉบังเฟส 3 ซึ่งปัจจุบันได้มีการถมทะเลไปแล้วบางส่วน และมีการคาดการณ์ว่าสามารถเปิดให้บริการได้ในช่วงเดือนมกราคมปี 2571

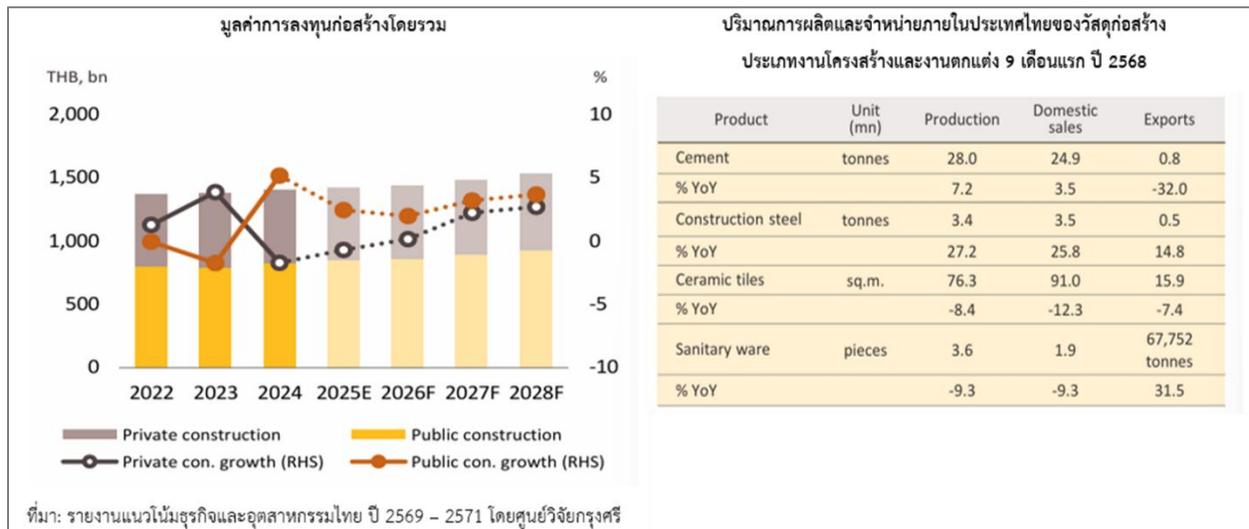
สำหรับแนวโน้มมูลค่าการลงทุนก่อสร้างภาครัฐในช่วงปี 2568 – 2570 เติบโตเฉลี่ยในกรอบร้อยละ 3.00 – 3.50 ต่อปี โดยในปี 2568 คาดว่าจะขยายตัวในกรอบร้อยละ 2.00 – 2.50 และมีอัตราการขยายที่สูงขึ้นในปี 2569 – 2570 ในกรอบร้อยละ 3.00 – 4.00 โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญในการลงทุนก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ที่คาดว่าจะคืบหน้ามากขึ้นภายใต้งบประมาณปี 2569 โดยคณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบอนุมัติวงเงินงบประมาณจัดสรรให้กับกระทรวงคมนาคมรวม 185.3 พันล้านบาท ในเดือนสิงหาคม 2568 อ้างอิงตามข้อมูลฐานเศรษฐกิจ ณ วันที่ 13 สิงหาคม 2568 โดยครอบคลุมทั้งโครงการต่อเนื่องด้านการพัฒนาโครงข่ายทางหลวงเส้นทางใหม่ ทางหลวงชนบท มอเตอร์เวย์ และการพัฒนาด้านคมนาคม และระบบโลจิสติกส์ ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบราง ทั้งนี้เพื่อให้โครงการก่อสร้างพื้นฐานแล้วเสร็จทันตามแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์

สถิติของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570 ของกระทรวงคมนาคม ซึ่งประกอบด้วยโครงการลงทุนทั้งหมด 77 โครงการ มูลค่าเงินลงทุนรวม 337.8 พันล้านบาท โดยโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ EEC คาดว่าการลงทุนก่อสร้างรอบใหม่ตามแผนประกอบด้วยหลายโครงการสำคัญ อาทิ โครงการพัฒนาศานามบินอู่ตะเภา โครงการรถไฟฟ้าทางคู่สายใหญ่ ช่วงศรีราชาและระยอง

ภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่สำคัญของภาคการก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากต้นทุนวัสดุก่อสร้างมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 60 ของมูลค่าการก่อสร้าง ยอดขายวัสดุก่อสร้างจึงผันแปรในทิศทางเดียวกับภาวะการลงทุนภาคก่อสร้าง ทั้งนี้ ประเภทของวัสดุก่อสร้างแบ่งออกเป็น วัสดุประเภทงานโครงสร้าง ได้แก่ ปูนซีเมนต์ เหล็กก่อสร้าง ซึ่งมีมูลค่าจำหน่ายโดยรวมคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 ของมูลค่าการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างทั้งหมด และวัสดุประเภทงานตกแต่ง ได้แก่ กระเบื้องเซรามิก เครื่องสุขภัณฑ์เซรามิก สัดส่วนร้อยละ 10 ของมูลค่าการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างทั้งหมด โดยวัสดุก่อสร้างประเภทหลักมีสัดส่วนของปริมาณการจำหน่ายในประเทศมากกว่าการส่งออก

กลุ่มผู้ผลิต: ผู้ผลิตรายใหญ่และรายกลางซึ่งมีจำนวนรวมกันประมาณ 800 ราย ส่วนใหญ่มีความได้เปรียบทั้งด้านขนาดของเงินทุน การบริหารจัดการด้านการผลิต และอำนาจต่อรองกับ Suppliers (เช่น ด้านราคาและการส่งมอบวัตถุดิบ) จึงมีศักยภาพในการผลิตสินค้าได้จำนวนมาก ทำให้มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำ (Economies of Scale) ขณะที่ผู้ผลิตรายเล็กซึ่งมีจำนวนกว่า 2,000 ราย ส่วนใหญ่มีขนาดของเงินทุนจำกัดจึงยังผลิตปริมาณไม่มากด้วยต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่สูง



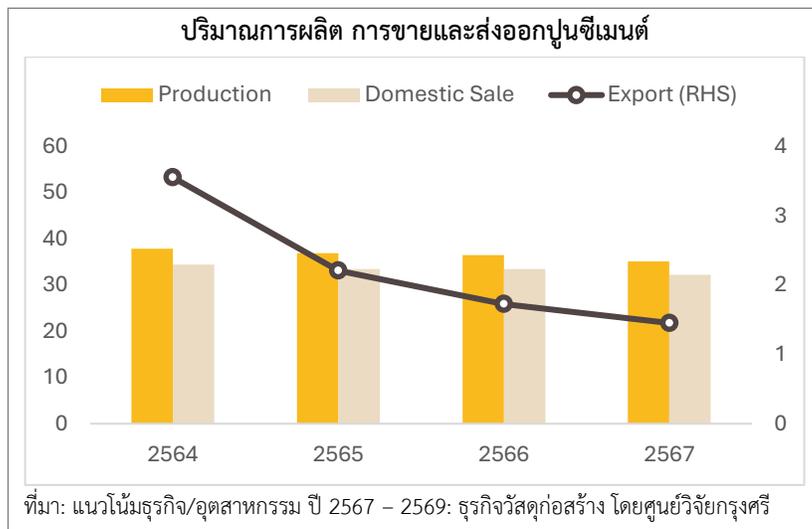
ในช่วง 9 เดือนแรกปี 2568 ปริมาณการผลิตและจำหน่ายในประเทศของวัสดุก่อสร้างประเภทงานโครงสร้างปรับตัวเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับมูลค่าการลงทุนก่อสร้างโดยรวมที่เติบโตร้อยละ 5.4 YoY โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการลงทุนโครงการภาครัฐที่ขยายตัวร้อยละ 10.6 YoY ขณะที่วัสดุก่อสร้างประเภทตกแต่งมีแนวโน้มหดตัวตามภาวะการลงทุนก่อสร้างที่อยู่อาศัยที่ยังคงซบเซา จากความไม่แน่นอนทางการเมืองที่ส่งผลต่อความต่อเนื่องของโครงการภาครัฐ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และปริมาณอุปทานที่อยู่อาศัยยังอยู่ในระดับสูง รวมถึงการชะลอโครงการก่อสร้างในบางพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยในภาคใต้

ปริมาณการผลิตและการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างหลักเกือบทุกประเภทในปี 2567 ของประเทศไทยมีการหดตัวตามภาวะก่อสร้างโดยรวมที่ซบเซา ส่วนใหญ่เป็นผลจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในภาคเอกชนโดยรวมมีการหดตัว จากสาเหตุภายใต้แรงกดดัน

ของอัตราเงินเฟ้อและค่าครองชีพที่ยังสูง รวมถึงสถาบันการเงินระมัดระวังการให้สินเชื่อมากขึ้น (ปี 2567 มูลค่าการลงทุนก่อสร้างขยายตัวร้อยละ 2.0 เป็นผลจากมูลค่าการลงทุนก่อสร้างภาครัฐที่ขยายตัวร้อยละ 4.8 ขณะที่ภาคเอกชนหดตัวร้อยละ 1.7)

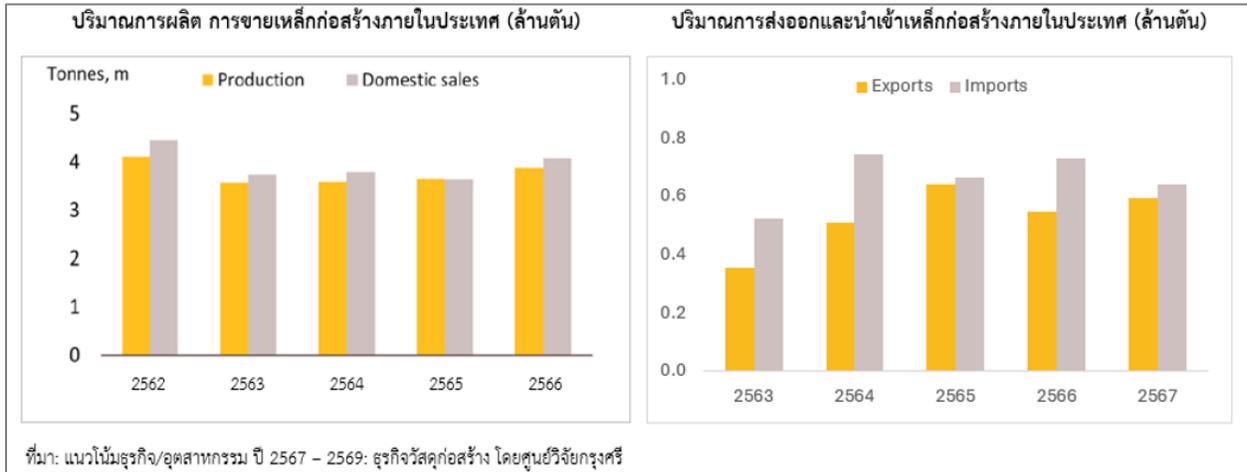
- **ปูนซีเมนต์:** มีปริมาณการผลิต (ปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์และปูนซีเมนต์ผสม) อยู่ที่ 35.1 ล้านตัน หดตัวร้อยละ 3.8 ต่อเนื่องจากปี 2566 ที่หดตัวร้อยละ 1.19 ส่วนปริมาณการจำหน่ายในประเทศมีจำนวน 32.2 ล้านตัน ลดลงร้อยละ 3.72 ต่อเนื่องจากปี 2565 ที่หดตัวร้อยละ 0.04 จาก (1) ความต้องการใช้ที่ซบเซาตามภาวะหดตัวของ การก่อสร้างภาครัฐ และ (2) ต้นทุนพลังงานที่ปรับสูงขึ้นทั้งด้านการผลิตและขนส่ง

ปริมาณการส่งออก (ไม่รวมปูนเม็ด) มีจำนวน 1.5 ล้านตัน ลดลงร้อยละ 15.9 จากปี 2566 คิดเป็นมูลค่า 3.6 พันล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.5 ตามการหดตัวของตลาดส่งออกหลัก อาทิ เมียนมา ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 48.8 ของปริมาณการส่งออกปูนซีเมนต์ทั้งหมดของไทย ลดลงร้อยละ 17.3 ผลจากความไม่สงบทางการเมืองในประเทศที่ยืดเยื้อ ทำให้โครงการก่อสร้างทั้งภาครัฐและเอกชนล่าช้า ด้านกัมพูชา มีสัดส่วนร้อยละ 9.3 หดตัวร้อยละ 55.0 จากความซบเซาในภาคอสังหาริมทรัพย์ ขณะที่สปป. ลาว สัดส่วนร้อยละ 27.3 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 ตามการขยายการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ทั่วประเทศ แม้จะยังคงเผชิญแรงกดดันจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ อาทิ เงินบาทที่อ่อนค่ามากที่สุดในรอบ 20 ปี วิกฤตหนี้สาธารณะ และภาวะเงินเฟ้อ ที่มีผลต่อกำลังซื้อ



- เหล็กก่อสร้าง (เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ):** ในปี 2566 มีปริมาณการผลิตอยู่ที่ 3.9 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.6 ขณะที่ปริมาณการจำหน่ายในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.9 อยู่ที่ 4.1 ล้านตัน เทียบกับปี 2565 ที่ 3.6 ล้านตัน แรงแทนจากการขยายตัวของโครงการก่อสร้างภาคเอกชน ส่วนใหญ่มาจากโครงการที่รับช่วงจากการลงทุนก่อสร้างต่อเนื่องของภาครัฐ รวมถึงโครงการก่อสร้างต่อเนื่องของผู้รับเหมาขนาดกลางและเล็กบางรายที่ไม่สามารถส่งมอบโครงการก่อสร้างอาคารได้ทันตามแผนในปีก่อนหน้าจากปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน การขาดแคลนแรงงาน และต้นทุนก่อสร้างที่สูงขึ้น

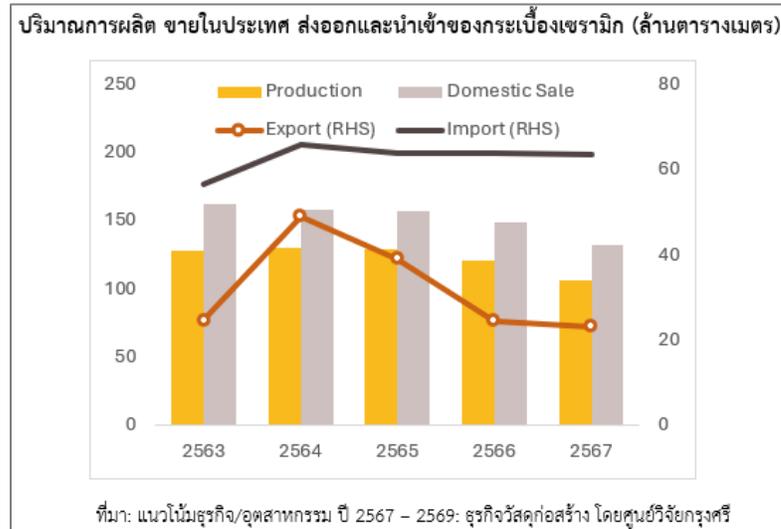
ปริมาณการส่งออก เหล็กเส้นอยู่ที่ 3.0 แสนตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.2 จากการขยายตัวของตลาดหลัก อาทิ เมียนมา อินเดีย และสปป.ลาว ปัจจัยหนุนสำคัญมาจากการขยายการลงทุนในโครงการสาธารณูปโภคที่เป็นงานเชิงโครงสร้างของภาครัฐ ขณะที่เหล็กโครงสร้างรูปพรรณอยู่ที่ 3.0 แสนตัน หดตัวร้อยละ 3.1 ตลาดหลักที่หดตัว อาทิ มาเลเซีย สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ จากการเข้ามารุกตลาดของจีนมากขึ้น โดยมาเลเซียและสิงคโปร์มีมูลค่านำเข้าเหล็กโครงสร้างรูปพรรณจากจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.5 และร้อยละ 12.4 ตามลำดับ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากเงินที่เร่งส่งออกเหล็กราคาถูกมายังตลาดอาเซียนมากขึ้น เพื่อเลี่ยงการกีดกันการค้าจากสหรัฐฯ ขณะที่ฟิลิปปินส์มีมูลค่านำเข้าจากญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 1.8 ด้านปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นทั้งเหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณร้อยละ 6.7 และ 44.1 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ยังคงเป็นการนำเข้าจากจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้



ปี 2566 สถานการณ์ราคาเหล็กในตลาดโลกปรับลดลง หลังจากมีการปรับสูงขึ้นมากในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยปี 2566 ราคาเหล็กเส้นซึ่งเป็นวัสดุก่อสร้างหลักปรับลดลงมาก อาทิ เหล็กเส้นกลม เฉลี่ยที่ 22,964 บาท/ตัน เหล็กตัวซี 27,783 บาท/ตัน ปัจจัยสำคัญจากการเร่งระบายสินค้าเหล็กออกสู่ตลาดโลกมากขึ้นของจีน และกดดันราคาเหล็กในตลาดโลกตามอุปทานที่เพิ่มสูงขึ้น จากผลของปัญหาวิกฤตในภาคก่อสร้างที่ทรุดทรอยซึ่งเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีสัดส่วนการใช้เหล็กมากที่สุดของจีน ขณะที่ปริมาณการผลิตเหล็กภายในประเทศจีนยังอยู่ในระดับสูง

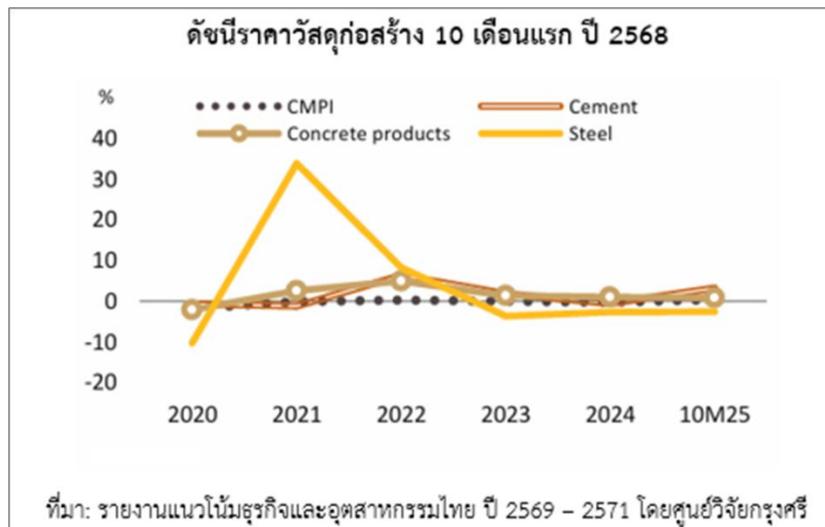
- กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก:** ในปี 2567 มีปริมาณการผลิตของกระเบื้องปูพื้นและผนังเซรามิก มีจำนวน 107.0 ล้านตร.ม. หดตัวร้อยละ 11.7 ส่วนสุขภัณฑ์เซรามิกมีจำนวน 5.0 ล้านชิ้น หดตัวร้อยละ 10.6 ขณะที่ปริมาณการจำหน่ายในประเทศของกระเบื้องปูพื้นและผนังเซรามิกอยู่ที่ 132.6 ล้านตร.ม. หดตัวร้อยละ 11.3 ต่อเนื่องจากการที่หดตัวร้อยละ 4.8 ในปี 2566 ส่วนสุขภัณฑ์เซรามิกอยู่ที่จำนวน 2.7 ล้านชิ้น ลดลงร้อยละ 12.8 ตามภาวะซบเซาของการก่อสร้างที่อยู่อาศัย ซึ่งได้รับผลกระทบจากภาวะหนี้ครัวเรือนที่ปรับสูง อดกำลังซื้อทั้งในส่วนของตลาดที่อยู่อาศัยใหม่ และตลาดซ่อมแซม สะท้อนจากจำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนทั่วประเทศปี 2566 ที่ลดลงร้อยละ 3.3 โดยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล เชียงใหม่ ชลบุรี นครราชสีมา และขอนแก่น ลดลงร้อยละ 3.9 อยู่ที่ 158,870 หน่วย จาก 165,3663 หน่วย ในปี 2565 ขณะที่ต้นทุนการผลิตและขนส่งวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้นตามราคาพลังงาน

ปริมาณการส่งออก ของกระเบื้องปูพื้นและผนังเซรามิก มีจำนวน 23.2 ล้านตร.ม. หดตัวร้อยละ 5.7 ส่วนสุขภัณฑ์เซรามิก มีจำนวน 70.6 พันตัน หดตัวร้อยละ 2.5 ในปี 2567 จากภาวะการก่อสร้างที่อยู่อาศัยและกำลังซื้อที่ซบเซาในตลาดส่งออกหลัก โดยตลาดส่งออกหลักของกระเบื้องได้แก่ สเปน,ลาว หดตัวร้อยละ 42.9 จากการหันไปนำเข้าจากเวียดนามและอินเดียเพิ่มขึ้น โดยตลาดสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 หดตัวร้อยละ 14.8 ขณะที่กัมพูชา หดตัวร้อยละ 27.5 ปริมาณการนำเข้าของกระเบื้องปูพื้นและผนังเซรามิกอยู่ที่ 64.1 ล้านตร.ม. เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.3 โดยการนำเข้าจากจีนหดตัวร้อยละ 8.9 จากจำนวนสินค้าคงคลังที่ยังอยู่ในระดับสูง โดย ณ สิ้นปี 2566 อยู่ที่ 41.5 ล้านตร.ม. เทียบกับสิ้นปี 2565 ที่ 36.6 ล้านตร.ม. ส่วนสุขภัณฑ์เซรามิกมีจำนวน 52.6 พันตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 ตามปริมาณการนำเข้าสุขภัณฑ์เซรามิกจากจีนที่ขยายตัวร้อยละ 15.6



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (Construction Materials Price Indexes: CMPI) ในช่วง 10 เดือนแรกปี 2568 ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 จากหมวดซีเมนต์ที่ขยายตัวร้อยละ 3.3 ตามความต้องการใช้ในโครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและด้านสาธารณสุขของภาครัฐ ขณะที่หมวดเหล็กขาลดตัวร้อยละ 2.5 ตามราคาในตลาดโลกที่ลดลง รวมถึงหมวดกระเบื้องและสุขภัณฑ์ที่ลดลงร้อยละ 1.1 และ 2.5 ตามลำดับ ตามการหดตัวของการก่อสร้างที่อยู่อาศัย

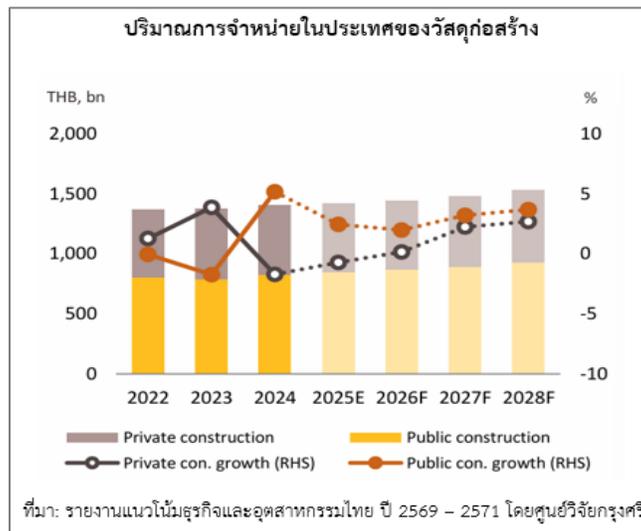


ในปี 2567 ปรับตัวลงร้อยละ 5.2 ซึ่งชะลอลงจากปี 2566 ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 โดยดัชนีราคาหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กหดตัวร้อยละ 2.6 จากการลงทุนก่อสร้างภาครัฐในส่วนที่ใช้โครงสร้างเหล็กที่ยังล่าช้าตามการเบิกจ่ายงบประมาณ ประกอบกับอุปทานส่วนเกินจากปัญหาวิกฤตพลังงานของจีน ทำให้จีนต้องระบายสินค้าเหล็กส่งออกมากขึ้นโดยเฉพาะไทยและประเทศอื่นๆ ในอาเซียน กดดันให้ราคาเหล็กในประเทศลดลงต่อเนื่องเมื่อเทียบกับปี 2566 รวมถึงดัชนีราคาผลิตภัณฑ์ปูนซีเมนต์ลดลงร้อยละ 0.5 ขณะที่ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์คอนกรีตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1 ตามต้นทุนด้านวัตถุดิบที่สูงขึ้น โดยเฉพาะราคาแรยิปซัมที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.0 ในปี 2566 เป็นต้น

แนวโน้มอุตสาหกรรมธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างในปี 2567 พื้นตัวเล็กน้อยเนื่องจากความล่าช้าของการอนุมัติและเบิกจ่ายงบประมาณของภาครัฐ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการลงทุนก่อสร้างทั้งโครงการลงทุนขนาดใหญ่ (Mega Projects) และโครงการสาธารณูปโภคทั่วไป ขณะที่ภาคก่อสร้างเอกชนยังซบเซาทั้งโครงการที่อยู่อาศัยและโครงการก่อสร้างเชิงพาณิชย์จากผลกระทบของภาวะกำลังซื้อที่รอการฟื้นตัว อีกทั้งค่าครองชีพและอัตราดอกเบี้ยที่ยังสูง ส่งผลให้มูลค่าก่อสร้างโดยรวมมีแนวโน้มหดตัวร้อยละ 2.0 ถึง 3.0 ในปี 2567 ก่อนที่จะทยอยปรับเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 4.5 - 5.0 และร้อยละ 5.0 - 5.5 ในปี 2568 และ 2569 ตามลำดับ ตามการลงทุนก่อสร้างโครงการของภาครัฐที่คาดว่าจะเร่งตัวขึ้น รวมถึงโครงการก่อสร้างเอกชนและความต้องการบูรณะซ่อมแซมที่จะทยอยฟื้นตัวตามทิศทางกำลังซื้อที่เริ่มกระเตื้องขึ้น ซึ่งจะช่วยหนุนความต้องการใช้วัสดุก่อสร้าง แม้ผู้ผลิตและผู้ค้าวัสดุก่อสร้างจะยังเผชิญปัจจัยเสี่ยงจากต้นทุนค่าพลังงานและค่าขนส่งที่ยังสูง รวมถึงแรงกดดันจากสินค้านำเข้าโดยเฉพาะจากจีนและเวียดนามที่ได้เปรียบในการแข่งขันด้านราคา

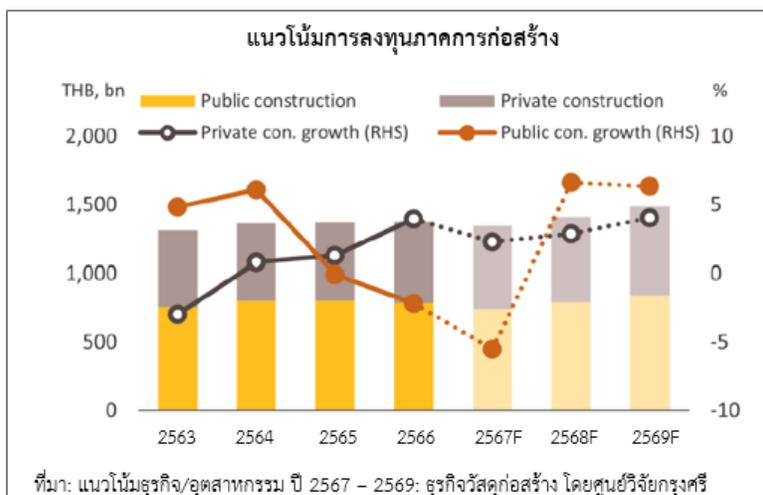
ปริมาณการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการก่อสร้างภาครัฐที่คาดว่าจะมูลค่าการลงทุนก่อสร้างจะขยายตัวร้อยละ 3.0 - 3.5 ต่อปี ซึ่งยังขยายไม่เต็มที่ในปี 2569 จากความล่าช้าในการเบิกจ่ายงบประมาณจากการเลือกตั้งในช่วงต้นปี 2569 โดยในปี 2570 - 2571 คาดว่าโครงการขนาดใหญ่ทั้งโครงการเดิมและโครงการใหม่มีแนวโน้มที่จะลงทุนก่อสร้างเพื่อสนับสนุนการพัฒนากระบวนการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ รวมทั้งการขยายงานก่อสร้างโครงการเดิมเพื่อรองรับการเติบโตของพื้นที่ยุทธศาสตร์ในภูมิภาคต่างๆ ในอนาคต



กลุ่มผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง: รายได้มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่สนใจซื้อสินค้าในร้านค้าที่ครบวงจรมากขึ้น ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการได้ปรับกลยุทธ์เพื่อรองรับการแข่งขันและความต้องที่เปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย

- 1) การปรับขนาดสาขาให้เล็กลงเพื่อเพิ่มความครอบคลุมในพื้นที่ชุมชน
- 2) การพัฒนารูปแบบร้านค้าใหม่ร่วมกับผู้ผลิตรายใหญ่เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเฉพาะ
- 3) การเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท
- 4) การใช้เทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์ในการดำเนินธุรกิจ

5) การขยายสาขาไปยังจังหวัดรอง เพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นตามการพัฒนาเศรษฐกิจ



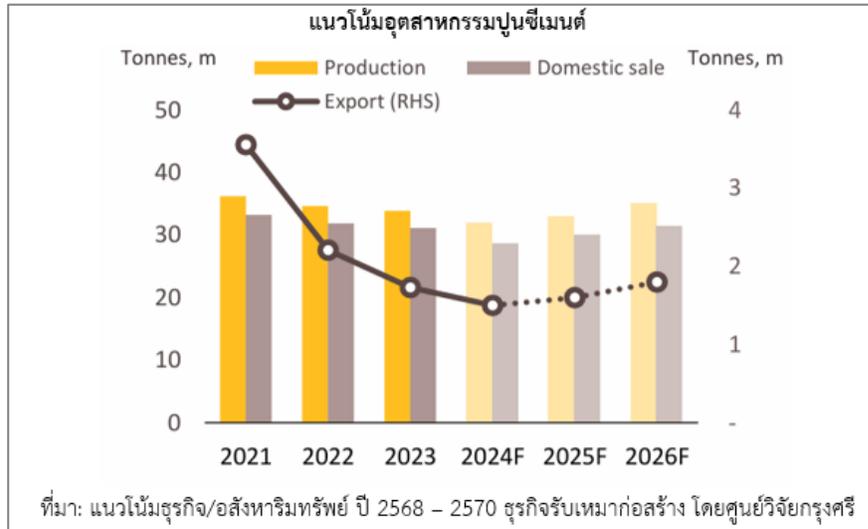
โดยคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องในปี 2569 จากปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญมาจากการเร่งรัดดำเนินงานโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่โดยเฉพาะในพื้นที่ EEC และโครงการอื่นๆ ทั่วประเทศเพื่อให้สามารถเปิดดำเนินการได้ทันตามแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570 ของกระทรวงคมนาคม ซึ่งประกอบด้วยโครงการลงทุนทั้งหมด 77 โครงการ มูลค่าเงินลงทุน 337.8 พันล้านบาท รวมถึงโครงการลงทุนขนาดใหญ่ (Mega Projects) ต่างๆ ในพื้นที่อื่น ซึ่งจะส่งผลให้งานก่อสร้างภาคเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวตามในปี 2569 โดยเฉพาะโครงการที่อยู่อาศัยตามแนวรถไฟฟ้ามหานครและเส้นทางคมนาคมสายใหม่ๆ ตลอดจนการก่อสร้างโรงงานและนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง

- ปูนซีเมนต์:** การผลิตปูนซีเมนต์ถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากเป็นวัสดุก่อสร้างหลักในการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐ รวมถึงโครงการก่อสร้างของภาคเอกชน ทั้งพื้นที่เชิงพาณิชย์ และที่อยู่อาศัย จากความต้องการใช้งานปูนซีเมนต์ในประเทศปริมาณมาก ส่งผลให้อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ของไทยเป็นการผลิตและใช้ในประเทศเป็นหลัก เพื่อลดความเสี่ยงด้านห่วงโซ่อุปทานที่อาจส่งผลกระทบต่อกิจการงานก่อสร้างในประเทศหยุดชะงัก

ปริมาณการจำหน่ายปูนซีเมนต์ในประเทศมีการหดตัวต่อเนื่องในปี 2567 ที่ร้อยละ 7.0 ถึง 8.0 และจะกลับมาขยายตัวร้อยละ 4.5 – 5.0 ต่อปี ในปี 2568 -2569 อันสืบเนื่องจากการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่คาดว่าจะมีความคืบหน้ามากขึ้น โดยเฉพาะงานก่อสร้างระยะแรก เช่น งานวางฐานรากของทางยกระดับโครงการรถไฟฟ้า และงานก่อสร้างระบบรางเส้นทางใหม่ๆ ที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ EEC ส่วนปริมาณการส่งออกคาดว่าจะยังซบเซาต่อเนื่องในปี 2567 ก่อนจะปรับตัวดีขึ้นในปี 2568 – 2569 ตามการทยอยฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการลงทุนก่อสร้างในประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานและโครงการอสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดการณ์ GDP ปี 2567 – 2568 ของประเทศ CLMV และฟิลิปปินส์ จะขยายตัวต่อเนื่อง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการมีแนวโน้มขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ อาทิ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและกระจายความเสี่ยงในตลาดส่งออก

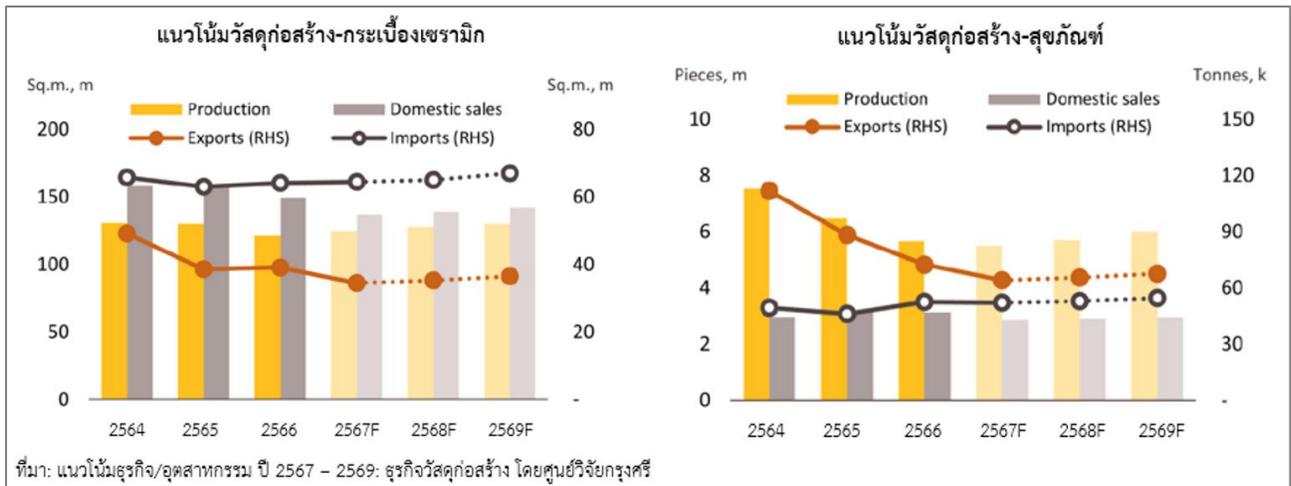
ในปี 2568 ปริมาณการใช้งานปูนซีเมนต์ในประเทศมีแนวโน้มขยายตัว 2.7% YOY แม้ว่าปริมาณการใช้งานปูนซีเมนต์ในประเทศตลอดทั้งปี 2567 จะลดลงจากปีก่อนหน้าประมาณ 8.0%YOY แต่คาดว่าปริมาณการใช้

งานปูนซีเมนต์จะมีโอกาสฟื้นตัวได้ในปี 2568 โดยมีปัจจัยหนุนจากความต้องการใช้งานที่เพิ่มขึ้นไปตามภาคการก่อสร้างที่มีแนวโน้มขยายตัว โดยเฉพาะโครงการก่อสร้างภาครัฐที่มีการก่อสร้างอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งในปี 2568 จะมีความคืบหน้าในก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่ใหม่ๆ อาทิ รถไฟฟ้าทางคู่ เฟส 2 ช่วงขอนแก่น-หนองคาย รถไฟฟ้าสายสีส้ม ช่วง บางขุนนนท์-ศูนย์วัฒนธรรม ตลอดจนโครงการก่อสร้างของภาคเอกชน ในส่วนของอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ทั้งพื้นที่ค้าปลีกและอาคารสำนักงานที่เป็นโครงการขนาดใหญ่ ส่งผลให้ปริมาณการใช้งานปูนซีเมนต์ในประเทศในปี 2568 มีแนวโน้มอยู่ที่ประมาณ 29.4 ล้านตัน (+2.7%YOY)



- เหล็กก่อสร้าง (เหล็กเส้นและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ):** ปริมาณการจำหน่ายในประเทศปี 2567 มีการหดตัวร้อยละ 11.0 ถึง 12.0 และจะทยอยฟื้นตัวร้อยละ 4.0 – 5.0 ต่อปี ในปี 2568 – 2569 อานิสงค์จากการลงทุนต่อเนื่องทั้งด้านโครงการภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในช่วงขยายตัวในอัตราเร่งขึ้น ส่วนปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ปัจจัยหนุนจากการเร่งลงทุนก่อสร้างโครงการพื้นฐานในหลายประเทศหลังการคลี่คลายของ COVID-19 โดยเฉพาะอาเซียนซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักของไทยสอดคล้องกับสมาคมอุตสาหกรรมเหล็กโลก (World Steel Association) ที่ประเมินว่าความต้องการเหล็กในตลาดอาเซียนจะเติบโตร้อยละ 3.5 ในปี 2567 และร้อยละ 4.3 ในปี 2568 ขณะที่ปริมาณการนำเข้ามีแนวโน้มขยายตัวตามการลงทุนและภาคการก่อสร้างที่จะทยอยฟื้นตัวเป็นลำดับ อย่างไรก็ตาม คาดว่าอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กในประเทศยังคงถูกกดดันจากการแข่งขันกับอุปทานสินค้านำเข้าที่ทยอยเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะสินค้าจากประเทศจีน ซึ่งไทยยังเสียเปรียบทั้งด้านต้นทุนการผลิตและแหล่งวัตถุดิบต้นน้ำ ส่งผลให้อัตราการใช้กำลังการผลิตตกต่ำต่อเนื่อง โดยครั้งแรกปี 2567 อยู่ที่ร้อยละ 29.33
- กระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิก:** คาดว่าปริมาณการจำหน่ายกระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิกในประเทศปี 2567 จะซบเซาต่อเนื่อง โดยหดตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 8.0 ถึง 9.0 ก่อนที่จะทยอยฟื้นตัวได้ในอัตราต่ำเฉลี่ยประมาณร้อยละ 1.0 - 2.0 ในปี 2568 – 2569 ตามทิศทางของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในประเทศ จากภาวะกำลังซื้อที่มีแนวโน้มขยับตัวเพิ่มขึ้นตามกิจกรรมเศรษฐกิจในประเทศ และการกลับเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะเท่ากับช่วงก่อน COVID-19 ในปี 2568 ช่วยหนุนการลงทุนก่อสร้างอาคารเชิงพาณิชย์ ทั้งโรงแรม สำนักงาน และที่พัก

ประเภทต่างๆ ปริมาณการส่งออกกระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิกคาดว่าจะหดตัวร้อยละ 11.0 ถึง 12.0 ในปี 2567 และจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.0 – 3.0 ในปี 2568 – 2569 ตามความต้องการของประเทศคู่ค้าหลัก โดยเฉพาะ สปป.ลาว และกัมพูชา โดยปี 2564 ลาวนำเข้ากระเบื้องเซรามิกจากไทยในปริมาณมากที่สุดด้วยสัดส่วนร้อยละ 40 และร้อยละ 50 ของปริมาณการนำเข้ากระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิกทั้งหมดของลาว ตามลำดับ และยังมีแนวโน้มนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเพื่อใช้ในโครงการที่อยู่อาศัยที่คาดว่าจะทยอยฟื้นตัว หลังจบเซาหนักช่วง COVID-19 ส่วนปริมาณการนำเข้ากระเบื้องและสุขภัณฑ์เซรามิกของไทย คาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 1.5 ต่อปี และร้อยละ 1.2 ต่อปีตามลำดับ ตามการฟื้นตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ทั้งที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม โดยจีนและเวียดนามยังคงเป็นแหล่งนำเข้าหลักของไทย



ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จ

ภูมิภาคตะวันออกของไทยถือเป็นพื้นที่ที่มีการเติบโตในภาคอุตสาหกรรมและการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เป็นอย่างมาก ซึ่งนับเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมก่อสร้างหลักของประเทศไทย โดยมีการลงทุนในโครงการโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ท่าเรือ สถานีรถไฟ และการขยายตัวของนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นโครงการทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมในภูมิภาคตะวันออกเป็นปัจจัยสำคัญที่เพิ่มความต้องการคอนกรีตผสมเสร็จ โดยเฉพาะในโครงการพัฒนานิคมอุตสาหกรรม โครงการพัฒนาท่าเรือ และอาคารสำนักงาน ซึ่งส่งผลให้มีการเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการคอนกรีตผสมเสร็จในพื้นที่ดังกล่าวเพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ความต้องการคอนกรีตผสมเสร็จเติบโตในภูมิภาคตะวันออกอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในจังหวัดระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและอุตสาหกรรมขนาดใหญ่จำนวนมาก

ข้อมูลจากการวิจัยตลาดชี้ให้เห็นว่าในภูมิภาคตะวันออก ทั้งจากภาครัฐและเอกชนมีการแข่งขันด้านการให้บริการคอนกรีตผสมเสร็จ โดยมีการมุ่งเน้นที่เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะของตลาด การให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และบริการหลังการขายที่แข็งแกร่งก็มักจะได้เปรียบในการแข่งขัน

ธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป

การแข่งขันในตลาดธุรกิจคอนกรีตสำเร็จรูปในประเทศไทย มีการแข่งขันสูงและเติบโตเนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมก่อสร้าง และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในภูมิภาคต่างๆ โดยเฉพาะในภาคตะวันออกที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมและโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ

ตลาดคอนกรีตสำเร็จรูปในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยได้รับการขับเคลื่อนจากการขยายตัวของโครงการก่อสร้างในหลายภาคส่วน รวมถึงการพัฒนาอาคารพาณิชย์และที่อยู่อาศัย การก่อสร้างถนนและโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ เช่น สะพาน รถไฟฟ้าสาธารณะ และท่าเรือ ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดอื่นๆ ทั่วประเทศ เช่น ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นพื้นที่สำคัญในภาคตะวันออกที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว จากการสำรวจพบว่าในตลาดคอนกรีตสำเร็จรูปนั้น มีการแข่งขันทั้งจากบริษัทขนาดใหญ่และผู้ผลิตท้องถิ่น โดยมีจุดเด่นทั้งด้านการผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปที่มีคุณภาพและการให้บริการที่รวดเร็วหลาย ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดลูกค้า นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการผลิตและการขนส่งคอนกรีตสำเร็จรูปยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต ซึ่งส่งผลให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ดี

แม้ตลาดคอนกรีตสำเร็จรูปจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังมีความท้าทายอยู่ เช่น การควบคุมคุณภาพของคอนกรีตที่ต้องการความแม่นยำในการผลิตและความทนทานในระยะยาว การพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการผลิตและการจัดส่งให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการปฏิบัติตามมาตรฐานการก่อสร้างที่เข้มงวดในแต่ละโครงการ โดยธุรกิจคอนกรีตสำเร็จรูปยังมีโอกาสในการเติบโตจากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่มีขนาดใหญ่ในอนาคต เช่น โครงการก่อสร้างสนามบินใหม่ ระบบขนส่งมวลชน และการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart Cities) ซึ่งจะเพิ่มความต้องการคอนกรีตสำเร็จรูปในตลาดได้มากขึ้น ทั้งนี้ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตและการขนส่งคอนกรีตสำเร็จรูปจะสามารถสร้างความได้เปรียบในตลาดได้มากกว่าผู้ประกอบการรายย่อย

รายละเอียดบริษัทที่ประกอบธุรกิจในลักษณะใกล้เคียงกับบริษัท สรุปตามตารางนี้

บริษัท	ตัวย่อ หลักทรัพย์ (ถ้ามี)	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	รายได้ ปี 2567 (ล้านบาท)	รายได้ ปี 2568 (ล้านบาท)
บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน)	SUEN	ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป	3,297.07	3,589.80
บริษัท ยงคอนกรีต จำกัด (มหาชน)	YONG	ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป	1,002.01	984.06
บริษัท เอสทีซี คอนกรีตโปรดักต์ จำกัด (มหาชน)	STC	ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป	560.79	542.63
บริษัท ศิรกร จำกัด (มหาชน)	SK	ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตอัดแรง และรับเหมาก่อสร้าง	543.07	551.94
บริษัท ผลิตภัณฑ์คอนกรีตชลบุรี จำกัด (มหาชน)	CCP	ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป	2,778.54	2,572.88
บริษัท สยามเทคนิคคอนกรีต จำกัด (มหาชน)	STECH	ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตอัดแรง และรับเหมาก่อสร้าง	2,096.15	2,197.56
บริษัท ทักษิณคอนกรีต จำกัด (มหาชน)	SCP	ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตอัดแรง ให้บริการขนส่งและต่อเสาเข็ม	2,220.96	2,282.90
บริษัท น้ำแอง คอนกรีต (1992) จำกัด		ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ ธุรกิจเหมืองหิน และธุรกิจโลจิสติกส์	3,977.22	N/A
บริษัท สามัคคี ผลิตภัณฑ์ คอนกรีต จำกัด		ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป	1,826.96	N/A

บริษัท	ตัวย่อ หลักทรัพย์ (ถ้ามี)	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	รายได้ ปี 2567 (ล้านบาท)	รายได้ ปี 2568 (ล้านบาท)
บริษัท เอส.เจ.ซี คอนกรีต จำกัด		ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป	2,023.35	N/A

ที่มา: เว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย <http://www.set.or.th> และ ข้อมูลจากระบบฐานข้อมูล Business Online (BOL) จาก CORPUS

1.2.2.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1.2.2.2.3.1 การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบสำคัญของการผลิตสินค้าคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป ประกอบด้วย ปูนซีเมนต์ หิน ทราย เถ้าลอย น้ำยาเร่งหรือน้ำยาหน่วงคอนกรีต และเหล็ก โดยบริษัทสั่งซื้อจากผู้ขายภายในประเทศทั้งหมด

- ปูนซีเมนต์ บริษัทสั่งซื้อปูนซีเมนต์ จากบริษัทผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายปูนซีเมนต์รายใหญ่ของประเทศ
- หิน บริษัทมีการใช้หินขนาดต่างๆ เช่น หินขนาด 3/4 และ 3/8 นิ้ว โดยกลุ่มบริษัทมีธุรกิจเหมืองหินประเภทเหมืองหินอุตสาหกรรมเพื่อใช้ในการก่อสร้าง ดำเนินงานโดย บริษัท ศิลาธารา จำกัด (บริษัทย่อย) ทำให้กลุ่มบริษัทสามารถจัดหาหินซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์คอนกรีตได้เองเป็นส่วนใหญ่ และมีการซื้อหินเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการโรงโม่หินและผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง
- ทราย สั่งซื้อจากผู้ประกอบการบ่อทรายและผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง โดยทรายที่จะใช้จะต้องมีคุณสมบัติทางเคมีตามที่บริษัทกำหนดไว้ และไม่มีสิ่งแปลกปลอมปะปน
- เถ้าลอย (Fly Ash) สั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งเป็นส่วนผสมสำหรับเติมแต่งคุณสมบัติคอนกรีตผสมเสร็จให้มีความชื้นเหลวตามความต้องการของลูกค้า
- น้ำยาผสมคอนกรีต (Admixtures) ซึ่งประกอบไปด้วย น้ำยาหน่วง กับน้ำยาเร่ง โดยน้ำยาหน่วงทำหน้าที่ในการปรับคุณสมบัติของคอนกรีตผสมเสร็จให้เกิดการแข็งตัวช้า และน้ำยาเร่งที่ส่งผลให้คอนกรีตผสมเสร็จแข็งตัวได้รวดเร็วขึ้น
- เหล็ก เหล็กที่บริษัทใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป เช่น เหล็กเส้น เหล็กข้ออ้อย เหล็กวงท่อ เหล็กรูปพรรณ เหล็กกล่อง ลวดเหล็กแรงดึงสูง PC-Wire โดยกลุ่มบริษัทมีธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ดำเนินงานโดย บริษัท วี โยม โซลูชั่น จำกัด (บริษัทย่อย) ทำให้กลุ่มบริษัทสามารถจัดหาเหล็กบางส่วนได้เองผ่านบริษัทย่อย และซื้อเหล็กบางส่วนจากผู้ผลิตเหล็กและผู้จำหน่ายเหล็กภายนอก โดยบริษัทจะสั่งซื้อเหล็กให้เพียงพอในการวางแผนการผลิต

ในการสั่งซื้อวัตถุดิบข้างต้นมีทั้งการสั่งซื้อเป็นรายครั้ง โดยมีการสั่งซื้อในปริมาณมาก และเรียกรับเข้าวัสดุเป็นรายวันตามความต้องการของแต่ละสาขา โดยการจัดซื้อวัตถุดิบทั้งหมดเป็นการจัดซื้อในประเทศ

ในการจัดหาวัตถุดิบ บริษัทมีการจัดหาผู้ขาย การคัดเลือกและเปรียบเทียบราคา รวมถึงการประเมินผู้ขาย เพื่อประเมินถึงคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตที่ต้องมีคุณภาพดีสม่ำเสมอ ปราศจากสิ่งเจือปน สามารถนำมาใช้ผลิตในกระบวนการผลิตของบริษัทได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ มีความเหมาะสมของราคา และมีเงื่อนไขทางการค้าที่ดี รวมถึงส่งมอบวัตถุดิบให้แก่

บริษัทได้อย่างสม่ำเสมอและตรงต่อเวลา โดยบริษัทมีการเปรียบเทียบราคาวัตถุดิบก่อนการสั่งซื้ออย่างน้อย 2-3 ราย มีการขึ้นทะเบียนผู้ขาย การคัดเลือกผู้ขาย เมื่อได้รับวัตถุดิบก็มีการสุ่มทดสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่ได้รับ และมีการประเมินผู้ขายภายหลังการสั่งซื้อ ตลอดจนรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถบริหารความเสี่ยงด้านการจัดหาวัตถุดิบได้อย่างดีและเพียงพอแล้ว

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทสามารถบริหารจัดการจัดหาวัตถุดิบได้อย่างเพียงพอและไม่ประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบแต่อย่างใด นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายการประเมินผู้ขาย/ผู้รับจ้าง และการทบทวนรายชื่อผู้ขายที่ได้รับการอนุมัติของบริษัทเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

ในปี 2566 – 2568 บริษัทมียอดการสั่งซื้อวัตถุดิบจากลูกค้าหลายราย โดยไม่มีผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ที่กลุ่มบริษัทมีส่วนการซื้อเกินกว่าร้อยละ 30 ของการสั่งซื้อรวม

สำหรับปี 2566 – 2568 บริษัทมีส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบในแต่ละประเภทเมื่อคิดจากมูลค่าการสั่งซื้อสำหรับดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตและคอนกรีตสำเร็จรูป ได้ดังนี้

สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบสำหรับธุรกิจคอนกรีต	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
ปูนซีเมนต์ผง	18.23%	20.83%	17.82%
หิน	10.89%	12.62%	9.29%
ทราย	6.32%	7.62%	5.94%
เถ้าลอย (Fly Ash)	1.36%	1.63%	1.28%
น้ำยาผสมคอนกรีต (Admixtures)	0.72%	0.94%	0.71%
เหล็ก	2.76%	2.50%	2.09%
อื่นๆ ^{1/}	9.75%	11.05%	11.39%

หมายเหตุ : ^{1/} อื่นๆ ประกอบด้วย การสั่งซื้อวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จคอนกรีตสำเร็จรูป การว่าจ้างบริการตอกเสาเข็มและปั๊มคอนกรีตซึ่งบริษัทว่าจ้างผู้รับจ้างภายนอกในการให้บริการตามความต้องการของลูกค้า อะไหล่ซ่อมบำรุงเครื่องจักรและรถยนต์

การตรวจสอบและควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ

เมื่อบริษัทมีการรับเข้าวัตถุดิบ เช่น หิน ปูน ทราย ซีเมนต์ผง น้ำยาผสมคอนกรีต จะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำเข้าคลังเก็บวัตถุดิบ ตามมาตรฐานที่กำหนดโดยฝ่ายควบคุมคุณภาพ เพื่อใช้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปให้มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานและความต้องการของลูกค้า ยกตัวอย่างเช่น การตรวจรับหิน รถขนส่งจะต้องขับเข้าไปในจุดฉีดล้างหิน เพื่อล้างทำความสะอาดก่อนนำไปเทในตำแหน่งที่เตรียมไว้ และมีการตรวจวัดด้วยสายตาตามตัวอย่างของหินพร้อมเก็บตัวอย่างส่งให้ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (QC) เพื่อตรวจสอบคุณภาพเกี่ยวกับปริมาณฝุ่นหิน ขนาดคละ และความต้านทานการสึกกร่อน นอกจากนี้ ทุกๆ 1-2 เดือนจะมีการใช้รถแบ็คโฮตักล้างหิน และใช้รถน้ำฉีดล้างทำความสะอาดหิน และสำหรับการตรวจรับทราย จะมีการตรวจสอบคุณภาพของทรายโดยใช้เครื่องมือวัด เพื่อทดสอบปริมาณฝุ่นทราย ขนาดคละ และปริมาณสารอินทรีย์ พร้อมเก็บตัวอย่างให้ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (QC) เช่นเดียวกันกับการตรวจรับหิน

1.2.2.3.2 กำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิต

กำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิตสำหรับคอนกรีตผสมเสร็จ

บริษัทมีนโยบายการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จตามการสั่งซื้อของลูกค้า โดยบริษัทจะมีการวางแผนการผลิตของแต่ละสาขา พิจารณาตามการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าและสถานที่จัดส่งสินค้า โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จทั้งหมด 15 แห่ง โดยข้อมูลกำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิตสำหรับปี 2566 – 2568 มีดังนี้

สาขา	กำลังการผลิต (Capacity) (คิว) และอัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) (%)		
	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
1. ปลวกแดง	118,272	118,272	118,272
2. อีสเทิร์นซีบอร์ด	168,960	168,960	168,960
3. ศรีราชา	118,272	118,272	118,272
4. อมตะซีดี 1	118,272	118,272	118,272
5. ปิ่นทอง	168,960	168,960	168,960
6. แทลมนั่ง	168,960	168,960	168,960
7. อมตะซีดี 2	118,272	118,272	118,272
8. ห้วยใหญ่ ^{1/}	72,000	-	-
9. นิคมพัฒนา	168,960	168,960	168,960
10. อุตะกา	118,272	118,272	118,272
11. มาบตาพุด	168,960	168,960	168,960
12. ทนงใหญ่ ^{2/}	118,272	282,432	287,232
13. โรจนะอยุธยา ^{3/}	135,168	28,800	-
14. บางนา – ตราด ^{4/}	90,240	135,168	97,536
15. นิคมพัฒนาซอย 9	168,960	168,960	168,960
16. บ้านค่าย 1 ^{5/}	-	84,480	135,168
17. บ้านค่าย 2 ^{6/}	-	44,016	118,272
รวมกำลังการผลิตสูงสุด (Full Capacity) (คิว)	2,020,800	2,180,016	2,243,328
กำลังการผลิตที่ผลิตได้ (Utilized Capacity) (คิว)	758,679	861,479	791,719
อัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) (%)	37.54%	39.52%	35.29%

หมายเหตุ : กำลังการผลิตสูงสุดคำนวณจากจำนวนวันในการทำงานอย่างต่อเนื่องจากวันทำงานทั้งหมด 352 วันต่อปี โดยโรงงานมีการดำเนินงาน 7 วันต่อสัปดาห์ และมีวันหยุด 13 วันตามประเพณีตามที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้แต่ละโรงงานมีการจัดสรรให้ทำงานวันละ 1 กะ และมีระยะเวลาทำงาน 8 ชั่วโมงต่อวัน โดยไม่คำนึงถึงระยะเวลาสูญเสียเปล่าในการผลิต ทั้งนี้ในการผลิตจริงไม่สามารถทำการผลิตได้อย่างต่อเนื่องในทันที ส่งผลให้อัตราการใช้กำลังการผลิตร้อยละ 70 – 80 จะถือเป็นกำลังการผลิตสูงสุดในทางปฏิบัติ

^{1/} โรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จสาขาห้วยใหญ่ได้หยุดดำเนินการผลิตในเดือนมิถุนายน 2566

^{2/} โรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จสาขาทนงใหญ่ มีการขยายกำลังการผลิตในเดือนมกราคม 2567

^{3/} โรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จสาขาโรจนะอยุธยาได้หยุดดำเนินการผลิตในเดือนมีนาคม 2567 เนื่องจากโครงการก่อสร้างในบริเวณพื้นที่โรงงานมีการก่อสร้างเรียบร้อยแล้ว

- 4/ โรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จสาขาบางนา – ตราด เป็นโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จที่ตั้งอยู่ในพื้นที่โครงการก่อสร้างของลูกค้าแห่งหนึ่ง ซึ่งในปี 2567 ได้มีการผลิตสินค้าครบตามสัญญาแล้ว โดยในปี 2568 บริษัทได้ยกเลิกสัญญาการขายคอนกรีตผสมเสร็จให้กับเจ้าของโครงการ และมีการเคลื่อนย้ายเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตออกจากพื้นที่แล้ว
- 5/ โรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จสาขาบ้านค่าย 1 ได้เปิดดำเนินการผลิตตั้งแต่วันที่ 24 พฤษภาคม 2567
- 6/ โรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จสาขาบ้านค่าย 2 ได้เปิดดำเนินการผลิตตั้งแต่วันที่ 21 สิงหาคม 2567

กำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป

บริษัทมีนโยบายการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ นอกจากนี้บริษัทจะนำข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าในอดีตมาวิเคราะห์ตามนโยบายการบริหารสินค้าคงคลัง สำหรับสินค้าแต่ละประเภท โดยสินค้าที่บริษัทผลิตประกอบด้วย เสาเข็มคอนกรีตสำเร็จรูป ท่อคอนกรีตสำเร็จรูป บ่อพักคอนกรีตสำเร็จรูป รางระบายน้ำคอนกรีตสำเร็จรูป ขอบคันหิน และอิฐบล็อก บริษัทมีโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป 1 แห่ง โดยข้อมูลกำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิตสำหรับปี 2566 – 2568 มีดังนี้

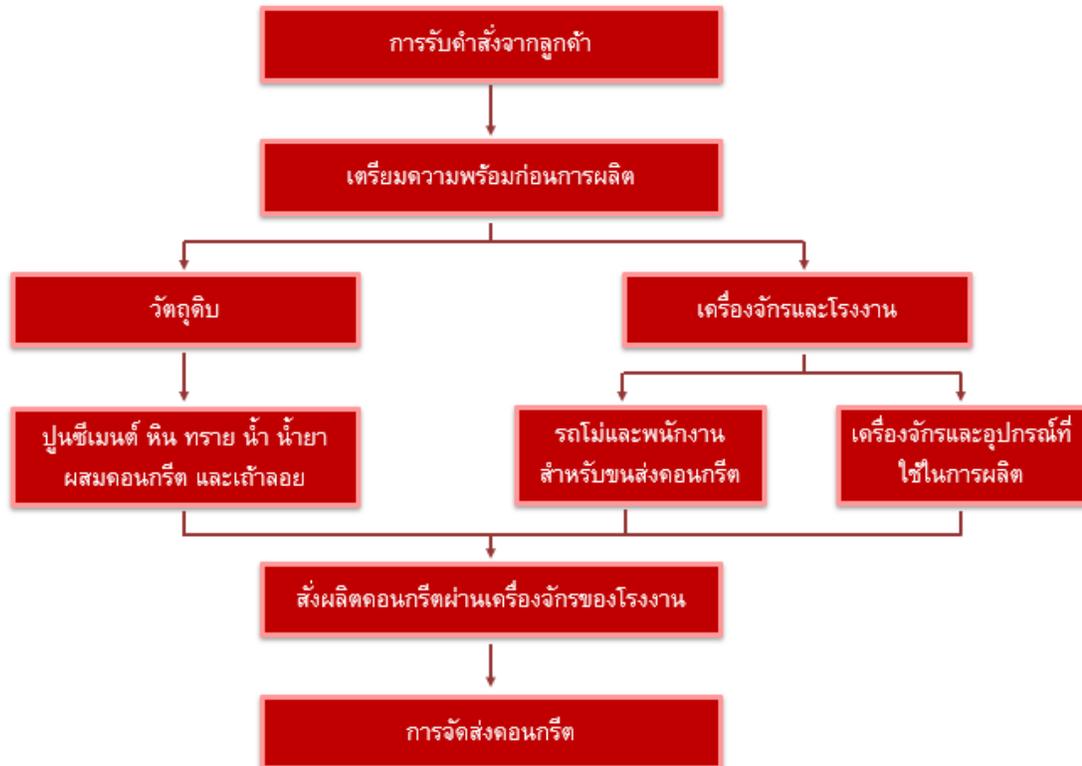
คอนกรีตสำเร็จรูป	กำลังการผลิต (Capacity) (คิว) และ อัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) (%)		
	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
รวมกำลังการผลิตสูงสุด (Full Capacity) (คิว)	146,298	150,048	219,926
กำลังการผลิตที่ผลิตได้ (Utilized Capacity) (คิว)	75,896	83,719	90,847
อัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) (%)	51.88%	55.79%	41.31%

หมายเหตุ : กำลังการผลิตสูงสุดคำนวณจากจำนวนวันในการทำงานอย่างต่อเนื่องจากวันทำงานทั้งหมด 352 วันต่อปี โดยโรงงานมีการดำเนินงาน 7 วันต่อสัปดาห์ และมีวันหยุด 13 วันตามประเพณีตามที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้ แต่ละโรงงานมีการจัดสรรให้ทำงานวันละ 1 กะ และมีระยะเวลาทำงาน 8 ชั่วโมงต่อวัน โดยไม่คำนึงถึงระยะเวลาสูญเสียไปในการผลิต

1.2.2.2.3.3 ขั้นตอนการผลิตสินค้า

คอนกรีตผสมเสร็จ

ณ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จทั้งหมด 15 แห่ง โดยโรงงานแต่ละแห่งจะให้บริการลูกค้าในพื้นที่รัศมีไม่เกิน 30 – 50 กิโลเมตร หรือใช้ระยะเวลาในการจัดส่งไม่เกิน 2 - 3 ชั่วโมง เนื่องจากข้อจำกัดด้านอายุของผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ขั้นตอนการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จของบริษัทมีขั้นตอนการผลิตดังนี้



การผลิตคอนกรีตผสมเสร็จมีรายละเอียดและขั้นตอนการผลิต ดังนี้

1) การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า

เมื่อลูกค้าสั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จมายังเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายคอนกรีตผสมเสร็จ เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายจะทำการสอบถามรายละเอียดของสินค้าที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงทำการตรวจสอบเครดิตลูกค้า จากนั้นเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายจะแจ้งข้อมูลไปยังฝ่ายวางแผนจัดส่งสินค้าซึ่งทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลคำสั่งซื้อจากลูกค้าเพื่อวางแผนการผลิตและการจัดส่งสินค้าโดยแจ้งการผลิตไปยังโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จแต่ละสาขา

2) การเตรียมความพร้อมก่อนการผลิต

ในแต่ละวันก่อนการปฏิบัติงาน ผู้จัดการสาขาจะทำการตรวจวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จคือปูนซีเมนต์ หิน ทราย น้ำ และเคมีภัณฑ์ (น้ำยาผสมคอนกรีต) โดยเอาข้อมูลวัตถุดิบจากระบบ มาลงในแบบฟอร์มการใช้วัตถุดิบ และจะมอบหมายให้พนักงานฝ่ายผลิตทำการเข้าตรวจเช็คเครื่องจักร ซึ่งมีทั้ง

การตรวจเช็คเครื่องจักรประจำสัปดาห์ ประจำ 2 สัปดาห์ และประจำเดือน ตรวจเช็คครัดก่อนการใช้งานทุกครั้ง รวมถึงตรวจสอบเครื่องมือและอุปกรณ์เป็นประจำทุกสิ้นเดือน และในทุกๆ วันก่อนการปฏิบัติงานผู้จัดการสาขาจะต้องทำการเช็คและสรุปจำนวนรถโม้ทั้งหมดที่พร้อมใช้งาน และจำนวนคนขับรถโม้ก่อนการปฏิบัติงาน

3) การผลิตคอนกรีต

เมื่อเจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตได้รับข้อมูลการผลิตผ่านโปรแกรมการผลิตของบริษัท โดยการโหลดข้อมูลการสั่งจองการผลิตคอนกรีตประจำวันที่ย่างวางแผนจัดส่งสินค้าป้อนเข้าระบบ และทำการจับคู่คำสั่งผลิตกับเบอร์รถสำหรับการขนส่ง ป้อนจำนวนคิวที่ต้องการผลิต จากนั้นจึงเริ่มผลิตโดยใช้เครื่องผสมคอนกรีต (Mixer) และควบคุมผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ระหว่างที่ดำเนินการนำวัตถุดิบเข้ามาในเครื่องจักร เครื่องจักรจะดำเนินการชั่งวัตถุดิบแบบอัตโนมัติ ในขณะที่เครื่องจักรกำลังทำงาน พนักงานฝ่ายผลิตก็จะตรวจสอบหน้าจอคอมพิวเตอร์ซึ่งแสดงกระบวนการผลิต และหน้าจอคอนโทรลแสดงสถานะและหน้าจอดิจิทัลแสดงมาตรวัดปริมาณวัตถุดิบที่ทำการชั่งและพร้อมที่จะผสม รวมถึงมีการตรวจสอบหน้าจอแสดงผลกับเอกสารการเปรียบเทียบความชื้นเหลวของ Slump เพื่อควบคุมให้คอนกรีตที่ได้มีความชื้นเหลวตรงตามสูตรการผลิต

4) การจัดส่งและตรวจสอบคุณภาพคอนกรีตผสมเสร็จ

หลังจากผสมคอนกรีตเสร็จแล้ว พนักงานฝ่ายผลิตจะทำการปล่อยคอนกรีตลงสู่รถโม้ โดยการเปิดประตูเครื่องผสมคอนกรีต ให้คอนกรีตไหลลงสู่รถโม้ที่ผ่านการทำความสะอาดก่อนเดินทางแล้ว ตามจำนวนคิวที่ระบุ เพื่อเตรียมการจัดส่งสินค้าตามหน้าที่กำหนด ทั้งนี้ก่อนการจัดส่ง จะมีการเก็บตัวอย่างคอนกรีตสดเบื้องต้นเพื่อทำการวัดค่า Slump และพนักงานรถโม้จะทำการตรวจสอบคอนกรีตเบื้องต้นทุกครั้งก่อนการจัดส่ง ฝ่ายวางแผนจัดส่งสินค้า จะประสานงานโทรหาลูกค้าเพื่อแจ้งวันและเวลาที่พนักงานขับรถโม้จะไปถึงหน้างาน รวมถึงทำการติดตามรถโม้ทุกคันในขณะที่ทำการจัดส่ง โดยใช้ระยะเวลาและระยะเวลาเพื่อแจ้งแก่ลูกค้า ผ่านโปรแกรม (Software) ติดตามรถโม้ โดยกำหนดระยะเวลาจัดส่งไม่เกิน 2-3 ชั่วโมง

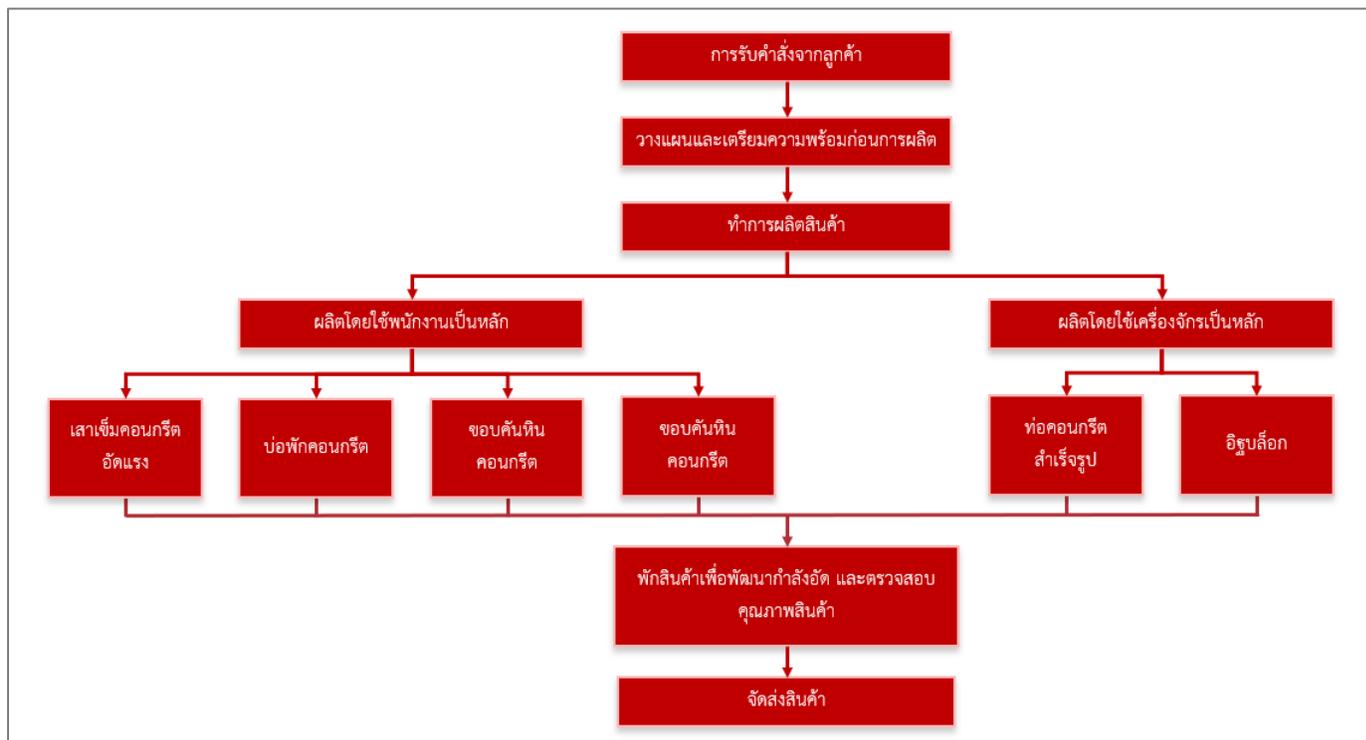
เมื่อไปถึงหน้างานของลูกค้า ก่อนการปล่อยคอนกรีตลงจากรถโม้ ในบางกรณีจะมีพนักงานฝ่ายควบคุมคุณภาพเข้าไปควบคุมคุณภาพในขณะที่มีการเทคอนกรีต ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า โดยมีการสุ่มเก็บตัวอย่างลูกปูน เพื่อนำมาบ่ม และตรวจวัดคุณสมบัติของคอนกรีตผสมเสร็จ อาทิ ค่าความยุบตัวของคอนกรีต (Slump Test) ค่ากำลังอัดของคอนกรีต (Strength Test) โดยมีรายละเอียดการตรวจสอบดังนี้

- การทดสอบหาค่าความยุบตัวของคอนกรีตผสมเสร็จ (Slump Test) ซึ่งเป็นการตรวจสอบถึงความชื้นเหลวของคอนกรีตผสมเสร็จในสถานะของเหลว หรือความสามารถในการไหลของคอนกรีตผสมเสร็จ โดยมีหน่วยระบุ มิลลิเมตร (mm.) โดยค่าความยุบตัวที่สูงแสดงถึงคอนกรีตมีความเข้มข้นต่ำหรือความสามารถในการไหลของคอนกรีตสูง
- การทดสอบกำลังต้านทานแรงอัดของคอนกรีต (Strength test) ซึ่งเป็นการตรวจสอบถึงความทนทานของคอนกรีตผสมเสร็จในสถานะของแข็ง หรือความสามารถในการรับน้ำหนักหรือแรงที่กดทับคอนกรีต โดยมีหน่วยระบุ เมกะปาสกาลหรือกิโลกรัมแรงต่อตารางเซนติเมตร (KSC.) โดยค่ากำลังต้านทานแรงอัดที่สูงแสดงถึงคอนกรีตมีความแข็งแรงสูง และสามารถรับน้ำหนักได้มาก

ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป

ณ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีโรงงานผลิตคอนกรีตสำเร็จรูป 1 แห่ง โรงงานมีที่ตั้งอยู่ที่ 888/8 หมู่ที่ 2 ตำบลพนานิคม อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง โดยขั้นตอนการผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปของบริษัทมีขั้นตอนการผลิตดังนี้

โดยการผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปมีรายละเอียดและขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้



1) การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า

ลูกค้าที่ต้องการสั่งซื้อคอนกรีตสำเร็จรูป จะทำการสั่งซื้อเข้ามาทางเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายคอนกรีตสำเร็จรูป โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายจะทำการสอบถามรายละเอียด เช่น ชื่อลูกค้า ประเภทสินค้า ขนาดสินค้า ปริมาณสินค้าที่ต้องการ วัน เวลา สถานที่จัดส่ง เป็นต้น ก่อนประสานงานกับฝ่ายการเงินเพื่อตรวจสอบเครดิตของลูกค้า หากเครดิตผ่านสามารถขายให้ลูกค้าได้ เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายจะแจ้งข้อมูลมาที่ผู้จัดการโรงงาน เพื่อดำเนินการวางแผนการผลิตต่อไป

หากลูกค้ามีสูตรเฉพาะที่ต้องการ ฝ่ายขายจะมีการส่งข้อมูลสูตรการผลิตตามความต้องการของลูกค้าให้กับฝ่ายวิจัยและพัฒนา เพื่อดูความเป็นไปได้ รวมถึงการออกแบบสูตรเพื่อให้ได้คุณสมบัติตามที่ลูกค้าต้องการ ก่อนนำไปทดสอบ โดยใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 7 วันจนถึง 1 เดือน

2) การวางแผนการผลิตและการเตรียมความพร้อมก่อนการผลิต

เมื่อได้รับข้อมูลและรายละเอียดการสั่งซื้อจากลูกค้าเรียบร้อยแล้ว ฝ่ายขายจะดำเนินการส่งข้อมูลและรายละเอียดการสั่งซื้อของลูกค้าให้แก่ผู้จัดการฝ่ายผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปและวิศวกรประจำโรงงาน เพื่อพิจารณาความสามารถในการผลิตต่อวันของแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยจะพิจารณาถึงกำลังการผลิตของโรงงาน

ปริมาณการสั่งซื้อ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต กำหนดการส่งมอบของลูกค้า ระยะเวลาในการจัดส่งตลอดจนปิดการขาย

ในแต่ละวันก่อนการปฏิบัติงาน วิศวกรประจำโรงงานจะทำการตรวจสอบสินค้าในคลังสินค้า ว่ามีเพียงพอสำหรับการจัดส่งหรือไม่ โดยที่วิศวกรประจำโรงงานจะมีการกำหนดปริมาณคงคลังสูงสุดและต่ำสุดของแต่ละสินค้า เพื่อทราบถึงปริมาณในคลังสินค้า และปริมาณสินค้าที่ต้องมีการผลิตเพิ่ม โดยมีการวิเคราะห์ปริมาณสินค้าตามเกณฑ์การวางแผนการผลิตสินค้ารายวัน

โดยหากสินค้ามีการจัดเก็บในคลังสินค้ามีปริมาณเพียงพอสำหรับการจัดส่ง วิศวกรประจำโรงงานสามารถทำการเบิกสินค้าเพื่อเตรียมการจัดส่งให้แก่ลูกค้า แต่หากสินค้ามีปริมาณไม่เพียงพอ วิศวกรประจำโรงงานจะดำเนินการวางแผนการผลิตและการจัดส่ง

ในกรณีที่สินค้าไม่เพียงพอ ผู้จัดการโรงงานจะทำการสั่งผลิต โดยในแต่ละวันก่อนการปฏิบัติงาน วิศวกรจะทำการตรวจเช็ควัตถุดิบคงเหลือเพื่อตรวจสอบความเพียงพอของวัตถุดิบสำหรับการผลิต โดยทำการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ รวมถึงวัสดุ-อุปกรณ์สิ้นเปลืองในการผลิต พร้อมทั้งมีการมอบหมายให้พนักงานฝ่ายผลิตทำการเข้าตรวจเช็คเครื่องจักร เครื่องมือ เครื่องวัด และเครื่องทดสอบทางวิศวกรรมที่มีการตรวจสอบประจำสัปดาห์ ประจำ 2 สัปดาห์ และประจำเดือน โดยพนักงานฝ่ายผลิตจะต้องมีการตรวจสอบเครื่องมือและอุปกรณ์ตามมาตรฐาน พร้อมบำรุงรักษาให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ

3) การผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป

เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตจะรับข้อมูลการสั่งผลิตจากวิศวกรประจำโรงงานเพื่อดำเนินการผลิต โดยจะมีการจัดเตรียมแบบพิมพ์สำหรับแม่พิมพ์ที่ต้องใช้ในการผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปพร้อมตรวจสอบความถูกต้อง แล้วจึงดำเนินการผลิตตามขั้นตอนการผลิตสินค้าคอนกรีตสำเร็จแต่ละชนิด เมื่อพนักงานฝ่ายผลิตได้รับข้อมูลการสั่งผลิตจากวิศวกรประจำโรงงานแล้ว จะเริ่มดำเนินการจัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการผลิตแต่ละชนิดของสินค้า โดยมีรายละเอียดการผลิตแบ่งตามวิธีการผลิต แบ่งได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. การผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปโดยให้ฝ่ายผลิตดำเนินการเป็นหลัก ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าเสาเข็ม คอนกรีตอัดแรงสำเร็จรูป บ่อพักคอนกรีตสำเร็จรูป ขอบคันหินคอนกรีต รางระบายน้ำคอนกรีต
2. การผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปโดยใช้เครื่องจักรผลิตเป็นหลัก ซึ่งเป็นการผลิตสินค้า ท่อคอนกรีตอัดแรงสำเร็จรูป อิฐบล็อก

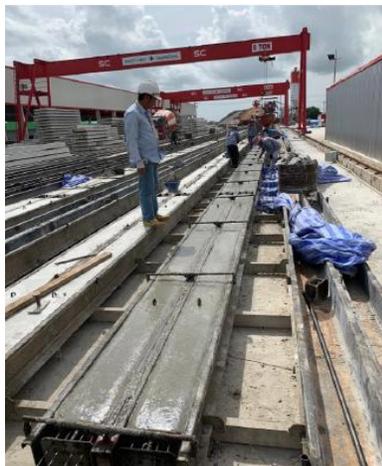
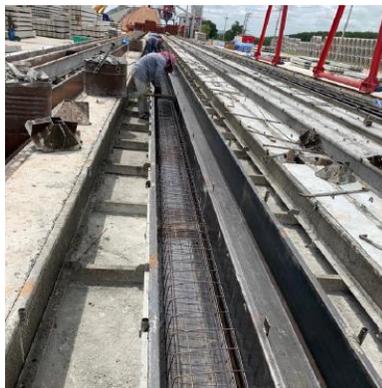
เมื่อพนักงานฝ่ายผลิตดำเนินการเทคอนกรีตผสมเสร็จลงในแบบพิมพ์เพื่อหล่อคอนกรีตสำเร็จรูปนั้น พนักงานฝ่ายผลิตจะทำการเก็บตัวอย่างคอนกรีตผสมเสร็จที่ใช้ในการหล่อทั้งหมด 6 ก่อน เพื่อทำการตรวจสอบค่ากำลังอัดของคอนกรีต โดยแบ่งรอบการตรวจสอบตามระยะเวลาในการบ่ม แบ่งเป็น 14 – 16 ชั่วโมง 3 วัน 7 วัน และ 28 วัน ตามลำดับ

การผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปโดยพนักงานฝ่ายผลิตเป็นหลัก

▪ เสาค้ำคอนกรีตสำเร็จรูป

พนักงานฝ่ายผลิตจะเริ่มติดตั้งรางหรือแบบหล่อ พร้อมทำความสะอาดและตรวจสอบความเรียบร้อย ติดตั้งพิมพ์หัวเสาเข็มตามลักษณะการสั่งซื้อของลูกค้า ติดตั้งลวดเหล็ก (ลวด PC wire) จากหัวเสาเข็มจนถึงปลาย ติดตั้งหุยกสำหรับการขนย้ายเสาเข็มคอนกรีตเมื่อการผลิตเสร็จสิ้น พร้อมพ่นน้ำยาทาแบบหล่อคอนกรีตเพื่อให้สามารถยกเสาเข็มคอนกรีตออกจากแม่พิมพ์สะดวกยิ่งขึ้น เมื่อมีการจัดเตรียมและตรวจสอบรางแม่พิมพ์เรียบร้อย พนักงานฝ่ายผลิตจึงจะเริ่มดำเนินการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ เพื่อเทลงแบบหล่อ พร้อมใช้เครื่องจี้เขย่าคอนกรีตเพื่อให้เนื้อคอนกรีตแน่นสม่ำเสมอ และทำให้ผิวชิ้นงานเรียบ จากนั้นดำเนินการตรวจสอบความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์ และทำการบันทึกข้อมูลผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยจะพักชิ้นงาน (บ่มคอนกรีต) เป็นระยะเวลา 1 วัน ก่อนทำการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์และจัดเก็บเข้าคลังสินค้า

กระบวนการผลิตเสาเข็มคอนกรีตอัดแรง



▪ บ่อพักคอนกรีต ขอบคันทิน และรางระบายน้ำคอนกรีต

พนักงานฝ่ายผลิตจะเริ่มจัดเตรียมแบบหล่อบ่อพักและเหล็กสำหรับการผลิตบ่อพักคอนกรีต โดยการเชื่อมเหล็กเส้นให้มีลักษณะของโครงเหล็กตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์ แล้วจึงเริ่มเทคอนกรีตในฐานหล่อบ่อพักและโครงของแบบพิมพ์ และใช้เครื่องจี้เขย่าด้วยแรงสั่นสะเทือนเพื่อให้เนื้อคอนกรีตแน่นสม่ำเสมอ ผิวขี้นงานเรียบ เมื่อพนักงานมีการเทคอนกรีตสำหรับฐานบ่อพักจนแล้วเสร็จ รอให้ฐานคอนกรีตแห้งซึ่งใช้ระยะเวลา 3 - 4 ชั่วโมง เพื่อให้ฐานบ่อพักคอนกรีตมีความแข็งแรงและเป็นตัวยึดกับโครงแบบ หลังจากนั้นจะดำเนินการประกอบแบบเข้ากับโครงเหล็กฐานที่เทไว้ โดยการประกอบแบบจากด้านในก่อน ตามด้วยด้านนอก เมื่อประกอบเสร็จใส่ที่ล็อกแบบ จากนั้น ทาน้ำยาทาแบบเพื่อป้องกันไม่ให้คอนกรีตติดกับแบบพิมพ์ แล้วจึงเริ่มเทคอนกรีตผสมเสร็จลงในแบบพิมพ์บ่อพัก และใช้เครื่องจี้เขย่าคอนกรีตให้แน่นด้วยแรงสั่นสะเทือนเพื่อให้ เนื้อคอนกรีตแน่นสม่ำเสมอ ผิวงานเรียบเนียน และทำการบ่มคอนกรีตเป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 12 ชั่วโมง แล้วจึงถอดแบบ ทำการตรวจสอบคุณภาพ และทำการบันทึกข้อมูลผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเข้าคลังหรือลานสต็อกสินค้า

สำหรับการผลิตขอบคันทินและรางระบายน้ำ มีขั้นตอนการผลิตคล้ายกับการผลิตบ่อพักคอนกรีตทั้งหมด และมีการเปลี่ยนแบบพิมพ์ให้มีลักษณะตรงกับรูปแบบของขอบคันทินและรางระบายน้ำคอนกรีต

กระบวนการผลิตบ่อพัก ขอบคันทิน รางระบายน้ำคอนกรีตสำเร็จรูป



การผลิตคอนกรีตสำเร็จโดยใช้เครื่องจักรผลิตเป็นหลัก

■ อิฐบล็อกคอนกรีต

เมื่อพนักงานฝ่ายผลิตได้รับข้อมูลการผลิต จะเริ่มดำเนินการจัดเตรียมเครื่องจักรให้พร้อมสำหรับการผลิต และเริ่มการผลิตโดยเริ่มจากการปล่อยวัตถุดิบหิน ทราย และปูนซีเมนต์ ลงสู่สายพานลำเลียง เพื่อผลิตเป็นคอนกรีตผสมเสร็จ เครื่องจักรจะลำเลียงคอนกรีตผสมเสร็จไปยังจุดอัดคอนกรีตบล็อก แล้วจึงนำคอนกรีตบล็อกที่ขึ้นรูปแล้วย้ายไปเก็บไว้ให้ได้อายุตามกำหนดเป็นระยะเวลา 24 ชั่วโมง เมื่อครบระยะเวลาตามกำหนดจึงทำการตรวจสอบคุณภาพ แล้วจึงนำรถยกเคลื่อนย้ายชิ้นงานไปยังจุดแพ็คสินค้า โดยหุ้มด้วยพลาสติกใส และนำไปจัดเก็บเข้าคลังหรือลานสต็อกสินค้า

กระบวนการผลิตอิฐบล็อกคอนกรีต



■ ท่อคอนกรีตสำเร็จรูป

พนักงานฝ่ายผลิตจะทำการตรวจเช็คสภาพเครื่องเชื่อมโครงท่อ และเครื่องผลิตท่อคอนกรีต และเครื่องอัดท่อคอนกรีตก่อนการปฏิบัติงานทุกครั้ง แล้วจึงนำเหล็กวงท่อและเหล็กขาตั้งเชื่อมประกอบเป็นโครงท่อ พร้อมทาน้ำยาแบบคอนกรีตที่ขารองท่อ เพื่อให้ชิ้นงานไม่ติดกับขารองท่อ(ฝังท้าย) แล้วจึงนำขารองท่อและโครงเหล็กไปใส่ตำแหน่งผลิตที่เครื่องผลิต เครื่องจักรจะดำเนินการเทคอนกรีตและหมุน เพื่ออัดท่อคอนกรีต หลังจากนั้น เครื่องจักรจะทำการยกท่อคอนกรีตขึ้นมา พนักงานจะนำขาท่อไปปิดส่วนหัวของท่อ พร้อมใช้รถโฟล์คลิฟเพื่อขนย้ายชิ้นงานมาวางเรียงกันเพื่อการ

เตรียมบ่มท่อคอนกรีตสำเร็จรูปและตรวจสอบความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์ พร้อมบันทึกรายละเอียดผลิตภัณฑ์ เมื่อบ่มท่อแล้วเสร็จ ทำการตรวจสอบคุณภาพ และจัดเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเข้าคลังหรือลานสต็อกสินค้า

กระบวนการผลิตท่อคอนกรีตสำเร็จรูป



4) การจัดส่งและตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานคอนกรีตสำเร็จรูป

หลังจากผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปแล้วเสร็จ เมื่อถึงเวลาทำการจัดส่งคอนกรีตสำเร็จรูป พนักงานฝ่ายควบคุมคุณภาพจะทำการตรวจสอบลักษณะและความเรียบร้อยของชิ้นงานอีกครั้งก่อนการจัดส่งสินค้า โดยจะมีการตรวจสอบลักษณะทั่วไป คุณสมบัติตามที่ลูกค้ากำหนด โดยมีรายละเอียดการตรวจสอบคุณภาพสินค้า (QC) ดังนี้

การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามกำหนดการสั่งผลิต ซึ่งจะตรวจสอบเมื่อคอนกรีตมีอายุการบ่มครบ 14 – 16 ชั่วโมง โดยบริษัทจะดำเนินการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลักษณะทั่วไป ลักษณะที่ลูกค้ากำหนด และรายละเอียดอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ลักษณะทั่วไปจะเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปในเรื่องของความเรียบเนียน รูพรุน รอยร้าว รอยบิ่น รูปทรงของผลิตภัณฑ์
- 2) ลักษณะที่ลูกค้ากำหนดจะเป็นการตรวจสอบ ขนาดและมิติของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามที่ลูกค้ากำหนด โดยแต่ละผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปจะมีการตรวจสอบที่แตกต่างกันตามรูปทรงและลักษณะสินค้า
- 3) รายละเอียดอื่นๆที่ตรวจสอบจะเป็นการตรวจสอบถึงความชัดเจนของเครื่องหมายที่มีการแจ้งไว้บนผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ชั้นคุณภาพ ขนาดระบุ วันที่ดำเนินการผลิต เครื่องหมายการค้า ที่จดทะเบียน สีของผลิตภัณฑ์

เมื่อดำเนินการตรวจสอบแล้วเสร็จ พนักงานจัดส่งสินค้าจะทำการขนย้ายชิ้นงานเพื่อการจัดส่ง โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของชิ้นงานในการจัดส่งอย่างรอบคอบ โดยมีการตรวจสอบเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการขนย้ายผลิตภัณฑ์อย่างถี่ถ้วน พร้อมใช้อุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักรที่เหมาะสมตามประเภท และขนาดสินค้า รวมถึงการใช้ไม้รองชิ้นงานเพื่อป้องกันการกระแทกระหว่างการจัดส่ง

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการตรวจสอบคุณภาพคอนกรีตผสมเสร็จโดยอ้างอิงค่ากำลังอัด (Strength Test) โดยค่ากำลังอัดของคอนกรีตผสมเสร็จนั้นแสดงถึงความแข็งแรงของคอนกรีต ซึ่งหากคอนกรีตผสมเสร็จมีค่ากำลังอัดสูงแสดงถึงความคงทนต่อการรับแรงกดทับหรือน้ำหนักได้มาก บริษัทมีการดำเนินการตรวจสอบผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปตามอายุการบ่มของคอนกรีต โดยมีการตรวจสอบคุณภาพเมื่อคอนกรีตมีอายุการบ่มครบ 3 วัน 7 วัน และ 28 วัน ตามลำดับ ซึ่งการตรวจสอบคุณภาพในแต่ละรอบ จะมีการบันทึกผลตรวจ และสามารถส่งผลการตรวจสอบให้แก่ลูกค้าตามความต้องการของลูกค้า

1.2.2.3.4 มาตรฐานการผลิตของสินค้า

บริษัทมีการผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูปที่ได้รับใบอนุญาตจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง ใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งบริษัทต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในการอนุญาตตามที่ได้ขออนุญาตกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดไว้ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับใบอนุญาตดังกล่าวประกอบด้วย คอนกรีตผสมเสร็จ ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสี่เหลี่ยม เสาเข็มคอนกรีตเสริมเหล็กอัดแรงหล่อสำเร็จรูป เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังมีการผลิตสินค้าตามมาตรฐานความต้องการของลูกค้าแต่ละรายเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์การใช้งานที่หลากหลายของลูกค้าในงานก่อสร้าง

บริษัทมีการบริหารการดำเนินธุรกิจและมีการปฏิบัติตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมทั้งด้านการผลิตภัณฑ์ และระบบการบริหารภายในองค์กรอย่างเคร่งครัด โดยบริษัทได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) และมาตรฐานสากลด้านระบบคุณภาพ (ISO 9001:2015) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการผลิตและระบบการบริหารในการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่าย

คอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป บริษัทยังมีนโยบายการผลิตสินค้าเป็นไปตามมาตรฐานระบบการผลิต ซึ่งมีรายละเอียดของมาตรฐานที่บริษัทได้รับ รายละเอียดดังตาราง

เครื่องหมาย/มาตรฐาน	มาตรฐานที่ได้รับ	สถาบันที่ให้การรับรอง มาตรฐาน	วันที่ได้รับ	ออกให้แก่
	Quality Management System – ISO 9001:2015 The Manufacture of Ready-mix concrete	British Standards Institution	10/1/2565	โรงงานผลิต คอนกรีตผสมเสร็จ ทุกสาขา
	Quality Management System – ISO 9001:2015 The Manufacture of precast concrete	British Standards Institution	9/7/2566	โรงงานผลิต คอนกรีตสำเร็จรูป
	มาตรฐานเลขที่ มอก. 1165-2559 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสี่เหลี่ยม สำหรับงานระบายน้ำใต้ผิวจราจรวัสดุผสมน้อยกว่า 0.6 เมตร	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	15/1/2567	โรงงานผลิต คอนกรีตสำเร็จรูป
	มาตรฐานเลขที่ มอก. 1164-2559 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสี่เหลี่ยม สำหรับงานระบายน้ำใต้ทางเท้าวัสดุผสมไม่เกิน 3 เมตร	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	24/7/2567	โรงงานผลิต คอนกรีตสำเร็จรูป
	มาตรฐานเลขที่ มอก. 1166-2559 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสี่เหลี่ยม สำหรับงานระบายน้ำใต้ผิวจราจรวัสดุผสม ระหว่าง 0.6 เมตร ถึง 3.0 เมตร	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	24/7/2567	โรงงานผลิต คอนกรีตสำเร็จรูป
	มาตรฐานเลขที่ มอก. 213-2560 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมคอนกรีต ผสมเสร็จ	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	14/1/2564	โรงงานผลิต คอนกรีตผสมเสร็จ สาขาแหลมฉบัง
	มาตรฐานเลขที่ มอก. 128-2560 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูป ระบายน้ำ	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	24/7/2567	โรงงานผลิต คอนกรีตสำเร็จรูป

เครื่องหมาย/มาตรฐาน	มาตรฐานที่ได้รับ	สถาบันที่ให้การรับรอง มาตรฐาน	วันที่ได้รับ	ออกให้แก่
	มาตรฐานเลขที่ มอก. 396-2549 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเสาเข็ม คอนกรีตเสริมเหล็กอัดแรงหล่อสำเร็จ	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	24/7/2567	โรงงานผลิต คอนกรีตสำเร็จรูป
	มาตรฐานเลขที่ มอก. 58-2560 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมคอนกรีต บล็อกกลวงไม่รับน้ำหนัก	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	24/1/2567	โรงงานผลิต คอนกรีตสำเร็จรูป

1.2.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สำหรับธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง

1.2.2.3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ และการพัฒนานวัตกรรม

ธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง ดำเนินธุรกิจโดยบริษัท ศิลาธारा จำกัด (ST) และบริษัท ศิลาธारा 2021 จำกัด (ST 2021) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดย ST ผลิตและจำหน่ายหินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิต เพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้างโดยวิธีเหมืองเปิด (Surface Mining) โดยมีการผลิตและจำหน่ายหินขนาดต่างๆ อาทิ หิน3/4 หิน3/8 หินคลุกเอ หินคลุกบี หินคลุกซี หินฝุ่น เป็นต้น ให้แก่ลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทมีการใช้หินดังกล่าวเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูปของกลุ่มบริษัท เนื่องจากหินเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีต การมีเหมืองหินของ ST จึงช่วยส่งเสริมให้กลุ่มบริษัทสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์คอนกรีตและวัสดุก่อสร้างได้อย่างยั่งยืน และสำหรับ ST 2021 ยังอยู่ระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ของการดำเนินธุรกิจเหมืองแร่หิน ซึ่งปัจจุบัน ST 2021 ยังไม่มีการประกอบธุรกิจ

ST เป็นผู้ได้รับประทานบัตรเลขที่ 31024/16461 ชนิดแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง ซึ่งออกโดยกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ (กพร.) มีอายุประทานบัตร 30 ปี นับแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2564 ถึงวันที่ 22 ธันวาคม 2594 เหมืองหินตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 6 ตำบลหนองไร่ อำเภอบางพลาย จังหวัดระยอง บนเนื้อที่ 365 ไร่ 3 งาน 1 ตารางวา โดยมีแผนภาพแสดงแผนที่ตั้งโครงการและสรุปรายละเอียดของประทานบัตร ดังนี้ ปรากฏตามเอกสารแนบ 8 รายละเอียดเกี่ยวกับประทานบัตรและสิทธิในการประกอบธุรกิจเหมืองแร่


สรุปรายละเอียดของประทานบัตร

ผู้ถือประทานบัตร	:	บริษัท ศิลาธรา จำกัด (บริษัทย่อย) หรือ “ST”
เลขที่ประทานบัตร	:	31024/16461
วันที่ออกประทานบัตร	:	วันที่ 23 ธันวาคม 2564
ประเภทหิน	:	หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง
ที่ตั้ง	:	หมู่ที่ 6 ตำบลหนองไร่ อำเภอบลวกแดง จังหวัดระยอง
อายุประทานบัตร	:	อายุ 30 ปี นับแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2564 - วันที่ 22 ธันวาคม 2594
เนื้อที่ดินตามประทานบัตร	:	365 ไร่ 3 งาน 1 ตารางวา ซึ่งเป็นที่ดินกรรมสิทธิ์ของบริษัท ศิลาธรา จำกัด
รูปแบบการทำเหมือง	:	วิธีเหมืองเปิด (Surface Mining)
ปริมาณสำรองหินทั้งสิ้น	:	80,500,000 เมตริกตัน ¹
วันที่เปิดการทำเหมือง	:	วันที่ 25 พฤษภาคม 2565

หมายเหตุ :

- ST ได้ยื่นคำขอเปลี่ยนแปลงแผนผังโครงการทำเหมืองต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง สำหรับประทานบัตรเลขที่ 31024/16461 เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2567 เพื่อผลิตหินก่อสร้างให้เพียงพอกับความต้องการของอุตสาหกรรมก่อสร้างที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการสำรวจทางธรณีวิทยาแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของแหล่งแร่ที่สามารถผลิตได้ โดยมีการเปลี่ยนแปลงแผนผังโครงการทำเหมือง ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลลักษณะทางธรณีวิทยาแหล่งแร่ ข้อมูลเกี่ยวกับชนิดแร่ ปริมาณสำรอง มูลค่าแร่ ปริมาณสำรองแร่ที่สามารถทำเหมืองได้ รวมถึงข้อมูลและรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำเหมืองในพื้นที่เสนอต่อกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการ

เหมืองแร่ และได้รับอนุญาตให้เปลี่ยนแปลงแผนผังโครงการทำเหมืองจากกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ แล้วเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2568 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือ ปริมาณสำรองแร่ที่สามารถทำเหมืองได้เพิ่มขึ้นจากเดิม 9.6 ล้านตัน เป็น 80.5 ล้านตัน และอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นจากเดิม 320,000 ตัน/ปี เป็น 2,713,400 ตัน/ปี พื้นที่ทำเหมืองลดลงจากเดิม 275-0-3 ไร่ เป็น 251-2-51 ไร่ และระดับก้นบ่อสุดท้าย (Final bottom pit elevation) จากเดิมอยู่ที่ระดับ 40 เมตรจากประต่อน้ำทะเลปานกลาง เป็นระดับ -60 เมตรจากประต่อน้ำทะเลปานกลาง

- รายละเอียดของประทานบัตร ปรากฏตามเอกสารแนบ 8 รายละเอียดเกี่ยวกับประทานบัตรและสิทธิในการประกอบธุรกิจเหมืองแร่

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ST ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตสำหรับอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยหินแกรนิตมีคุณสมบัติที่มีเนื้อหยาบ เป็นผลึกที่เกาะแน่น ทำให้มีเนื้อหินที่เหนียวและทนทานต่อการผุ สึก กร่อน ทำให้เหมาะกับการใช้งานก่อสร้างหลากหลายประเภท เช่น การใช้งานผสมคอนกรีต การใช้งานทำถนน การใช้ทำคันทางของถนนหรือเขื่อน เป็นต้น นอกจากนี้หินแกรนิตยังมีความหนาแน่น มีความแข็งแรงทนทานต่อรอยขีดข่วนและการผุกร่อนได้ดี จึงเป็นวัสดุก่อสร้างที่ได้รับความนิยมและใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้ รายละเอียดผลิตภัณฑ์หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิต สามารถแบ่งได้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์หิน

1. **หิน3/4** เป็นหินที่มีลักษณะเม็ดเหลี่ยมคล้ายลูกเต๋ามีขนาดตั้งแต่ 5 – 25 มิลลิเมตร โดยมีขนาดเฉลี่ยประมาณ 3 ส่วน 4 นิ้ว หรือประมาณ 20 มิลลิเมตร และมีสัดส่วนคละขนาดของเม็ดหินตามมาตรฐานอุตสาหกรรมก่อสร้าง ASTM C33 เหมาะสำหรับการใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง เช่น งานผสมคอนกรีต สำหรับเทพื้น คาน เสา งานทำถนน และงานก่อสร้างที่ต้องการรองรับน้ำหนักแรงกดที่สูง เพื่อเพิ่มความคงทนให้กับโครงสร้าง



2. **หิน3/8** เป็นหินที่มีลักษณะเม็ดเหลี่ยมคล้ายลูกเต๋ามีขนาดตั้งแต่ 5 – 10 มิลลิเมตร มีส่วนคละขนาดของเม็ดหินตามมาตรฐานอุตสาหกรรมก่อสร้าง ASTM C33 เหมาะสำหรับงานหล่อคอนกรีตเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปที่มีความหนาไม่มาก อาทิเช่น งานหล่อท่อระบายน้ำ บ่อพักน้ำ เสาคอนกรีตขนาดเล็ก และแผ่นพื้นสำเร็จ เป็นต้น เนื่องจากหิน3/8 มีขนาดเล็ก หล่อเข้าแบบได้เต็มและแน่นกว่าหิน3/4



ผลิตภัณฑ์อื่นๆ

1. **หินคลุก** เป็นหินที่คละขนาดหินกันและปนกับฝุ่นดิน ทำให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับการใช้ในงานถมปรับพื้นที่อัดพื้นที่แน่น งานปรับพื้นถนน พื้นอาคาร เป็นต้น โดยหินคลุกนิยมใช้แทนดินลูกรัง เนื่องจากดินลูกรังมีอนุภาคยึดเกาะที่น้อยกว่า เมื่อโดนน้ำและอาจทำให้รับน้ำหนักได้ต่ำและอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้รถจมหรือติดหล่มได้ง่ายกว่าการใช้หินคลุก

หินคลุกแบ่ง 3 ประเภท ตามคุณภาพของหินหรือเกรดของหิน โดยแต่ละเกรดจะมีการใช้งานที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการและต้นทุนของผู้ใช้ ดังนี้

- (1) **หินคลุกเอ (Road Base A : RBA)** เป็นหินที่มีขนาดเล็กกว่า 50 มิลลิเมตร โดยมีเม็ดหินส่วนคละตามมาตรฐานกรมทางหลวง และขนาดเม็ดหินขนาดใหญ่กว่า 10 มิลลิเมตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 35 ของขนาดคละรวมทั้งหมด ราคาจึงสูงกว่าหินคลุกเกรดอื่น เพราะคุณภาพหินจะมีฝุ่นน้อย และเม็ดหินเยอะกว่า ใช้บนงานเทพื้นในส่วนสุดท้าย หรือส่วนบนของพื้นถนน เพื่อทำการบดอัดให้พื้นที่แน่นๆ มีสภาพแน่น และแข็งแรง โดยที่ฝุ่นจะไม่กระจายตัวเยอะขณะที่มียานพาหนะเคลื่อนที่ผ่านบนผิวพื้นถนนที่ทำการเทหรือบดอัดแล้ว



- (2) **หินคลุกบี (Road Base B : RBB)** เป็นหินที่มีขนาดเล็กกว่า 50 มิลลิเมตร โดยมีเม็ดหินส่วนคละตามมาตรฐานกรมทางหลวง และขนาดเม็ดหินขนาดใหญ่กว่า 10 มิลลิเมตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของขนาดคละรวม

ทั้งหมด มีปริมาณเศษหินและฝุ่นมากขึ้น เหมาะสำหรับใช้ในการเทพื้นในพื้นที่ที่ไม่ค่อยมีการเดินผ่านหรือการสัญจรของยานพาหนะ เช่น งานจัดสวน หรือพื้นที่ที่ไม่ต้องรับน้ำหนักมาก

ภาพประกอบผลิตภัณฑ์หินคลุกบี (Road Base B : RBB)



- (3) หินคลุกซี (Road Base C : RBC) เป็นหินที่มีขนาดเล็กกว่า 25 มิลลิเมตร โดยมีเม็ดหินส่วนคละตามมาตรฐานกรมทางหลวง และขนาดเม็ดหินขนาดใหญ่กว่า 10 มิลลิเมตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของขนาดคละรวมทั้งหมด หินคลุกประเภทนี้มีส่วนผสมของดินและฝุ่นปริมาณมาก ราคาจึงต่ำกว่าหินคลุกเกรดอื่น ส่วนใหญ่นิยมใช้ในงานถมพื้นที่ทางชั้นล่างสุดให้แน่นก่อนที่จะเทหินคลุกเกรดอื่นทับด้านบน

ภาพประกอบผลิตภัณฑ์หินคลุกซี (Road Base C : RBC)



2. หินฝุ่น (Crushed Dust) เป็นหินที่มีลักษณะเป็นฝุ่นผงที่มีขนาดเล็กกว่า 5 มิลลิเมตรโดยประมาณ หินฝุ่นสามารถใช้เป็นวัสดุเสริมในงานก่อสร้างหลายประเภท เช่น การอัดอิฐบล็อก อิฐทางเท้า อิฐประสาน รวมถึงการใช้ในงานพื้นถนนหรือการทำฐานราก หินฝุ่นสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ มีราคาไม่สูง และยังสามารถช่วยเพิ่มความหนาแน่นและความแข็งแรงให้กับวัสดุที่ใช้ในงานก่อสร้าง



1.2.2.3.2 การตลาดและการแข่งขัน

1.2.2.3.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) การกำหนดราคาขาย

การกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตของ ST อ้างอิงตามราคาตลาดของสมาคมผู้ประกอบการโรงโม่หินในท้องถิ่น (ชมรมโรงโม่หินจังหวัดชลบุรี) โดยราคาขายขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดและปัจจัยต่างๆ เช่น ขนาดของหิน คุณภาพของหิน สภาพการแข่งขัน เป็นต้น ซึ่ง ST จะปรับราคาอ้างอิงตามราคารมาตรฐานในตลาด เนื่องจากหินเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาเพื่อความสามารถในการแข่งขันในตลาด และการเสนอราคาที่เป็นธรรมเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

2) การควบคุมและรักษามาตรฐานคุณภาพ

ST ให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตที่จำหน่ายให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ส่งมามีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานและตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ก่อนขายให้ลูกค้ารวมถึงรับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นจากลูกค้า เพื่อนำมาพิจารณาและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ปัจจุบัน ST มีการผลิตหินเพื่อใช้ภายในกลุ่มบริษัทเองบางส่วน เนื่องจากหินเป็นหนึ่งในวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูปของกลุ่มบริษัท และมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หินให้กับลูกค้าภายนอกในรัศมีโดยรอบประมาณ 50 กิโลเมตรจากเหมืองหิน เนื่องจากราคาของหินจากแต่ละแห่งไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก แต่จะมีความแตกต่างที่ต้นทุนค่าขนส่งเป็นหลัก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จาก ST โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังนี้

1. **ลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีต:** เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของ ST เนื่องจากผลิตภัณฑ์หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเป็นหนึ่งในวัตถุดิบสำคัญในการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทก็มีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์หินจาก ST เพื่อใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตของ SUEN เพื่อช่วยเสริมสร้างความมั่นคงด้านวัตถุดิบ การผลิต

และการควบคุมคุณภาพอย่างครบวงจร รวมถึงสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้มีประสิทธิภาพและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มบริษัท

2. ลูกค้าย่อยอื่นๆ: กลุ่มลูกค้าอื่นๆ ได้แก่ ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมคอนกรีต ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจด้านการขนส่งซึ่งมีศักยภาพในการรับซื้อผลิตภัณฑ์หินจาก ST เพื่อนำไปจำหน่ายต่อในพื้นที่ปลายทาง ผู้รับเหมาก่อสร้าง ลูกค้ารายย่อยในท้องถิ่น ทั้งนี้ ลูกค้าในกลุ่มนี้มักนำผลิตภัณฑ์หินไปใช้ในงานถมที่ ปรับปรุงสภาพพื้นที่ หรือเสริมความมั่นคงให้แก่โครงสร้างต่างๆ ตามลักษณะการใช้งานที่หลากหลายที่มีความต้องการในงานก่อสร้างและปรับพื้นที่ต่างๆ โดยลูกค้าในกลุ่มนี้มักนำหินไปใช้ในงานถมที่ ปรับพื้นที่ดิน เพื่อปรับปรุงพื้นผิวให้เรียบและแข็งแรง รวมถึงการเสริมความมั่นคงของโครงสร้างต่างๆ

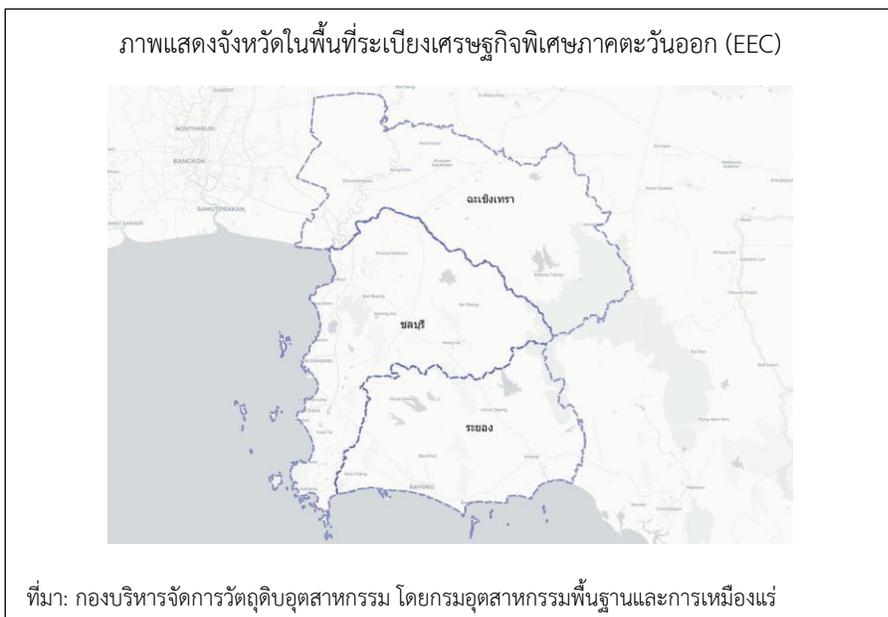
การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ST เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตโดยตรงให้แก่ลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถติดต่อสั่งซื้อผ่านทางฝ่ายขาย หรือติดต่อสั่งซื้อได้โดยตรงที่โรงงาน ทั้งนี้ ST มีการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าหน้าโรงงานเท่านั้น โดยไม่มีบริการขนส่งสินค้าให้ลูกค้า ลูกค้าจึงต้องจัดการบรรทุกเพื่อมารับสินค้าเอง ทั้งนี้ ST ยังมีแนวทางในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าอย่างเป็นระบบผ่านการเตรียมพื้นที่สำหรับจอดรถบรรทุกและระบบควบคุมการจัดคิวรับสินค้า เพื่อให้การรับสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและลดความแออัดภายในพื้นที่โรงงาน

1.2.2.3.2.2 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

1. ภาพรวมสถานการณ์หินอุตสาหกรรมในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

ความเป็นมาของโครงการ EEC: โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม 2561 เป็นโครงการภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยที่กำหนดให้มี “ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี” ในการพัฒนาประเทศในระยะยาว ภายใต้นโยบาย Thailand 4.0 ซึ่งจะช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและภาคบริการ บนฐานของเทคโนโลยีสมัยใหม่และนวัตกรรม โดยเน้นการพัฒนาใน 12 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกซึ่งเป็นที่รู้จักกว่า 30 ปี หรือที่เรียกว่า อีสเทิร์นซีบอร์ด มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา โดยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาพื้นที่ ทั้งทางกายภาพและทางสังคม เพื่อเป็นการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ



แผนพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ที่ถูกบรรจุในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประกอบไปด้วย

- (1) แผนปฏิบัติการการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
- (2) แผนปฏิบัติการการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล
- (3) แผนปฏิบัติการการพัฒนาศูนย์กลางธุรกิจ และศูนย์กลางการเงิน
- (4) แผนปฏิบัติการการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมาย
- (5) แผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
- (6) แผนปฏิบัติการพัฒนาบุคลากร การศึกษา การวิจัย และเทคโนโลยี

โครงสร้างพื้นฐานหลักและเร่งด่วนในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ประกอบไปด้วย โครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน โครงการพัฒนาสนามบินอู่ตะเภาและเมืองการบินภาคตะวันออก โครงการท่าเรือแหลมฉบัง โครงการท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองในพื้นที่ภาคตะวันออก โดยคาดการณ์ว่าโครงการเหล่านี้มีความต้องการใช้หินอุตสาหกรรมเพื่อการก่อสร้างประมาณ 82.4 ล้านตัน และคาดการณ์ความต้องการใช้หินอุตสาหกรรมเพื่อการก่อสร้างโดยทั่วไปในแต่ละปีของกลุ่มจังหวัดในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ประมาณ 18.53 ล้านตัน โดยมีแนวโน้มความต้องการใช้เพิ่มขึ้นปีละประมาณ 0.176 ล้านตัน (คำนวณจากการชำระค่าภาคหลวงแร่หินอุตสาหกรรมเพื่อการก่อสร้างของประทานบัตรในช่วงปี พ.ศ. 2539 – 2564)

2. ภาพรวมหินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิต

การผลิต: หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตผลิตในพื้นที่บริเวณที่มีการใช้งานที่ต้องการหินที่มีความแข็งแรงเป็นพิเศษ เนื่องจากคุณลักษณะของหินมีความแข็ง ทำให้กระบวนการผลิตมีต้นทุนสูงกว่าหินชนิดอื่น โดยในช่วงปี 2562 พบว่ามีการผลิตเพิ่มขึ้นจากปี 2561 ที่ 11.28 ล้านตัน ที่มีมูลค่า 2,256.20 ล้านบาท และระหว่างปี 2562 – 2565 มีปริมาณการผลิตทรงตัวอยู่ในช่วง 13 – 15 ล้านตัน มีมูลค่าการผลิตอยู่ในช่วง 2,600 – 3,000 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ในปี 2566 พบว่ามีการผลิตเพิ่มขึ้นเป็น

16.7 ล้านตัน ที่มูลค่าการผลิต 3,235 ล้านบาท โดยการผลิตรายส่วนใหญ่จะอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงใต้ส่วนการผลิตอยู่ที่ร้อยละ 61.20 ซึ่งจังหวัดที่มีการผลิตมากที่สุดในประเทศ ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดสงขลา และจังหวัดระยอง

รายละเอียด	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ข้อมูลปริมาณการผลิตหินอุตสาหกรรมก่อสร้างชนิดแกรนิต (ล้านตัน)	13.81	14.76	14.51	13.30	16.17
ข้อมูลมูลค่าการผลิตหินอุตสาหกรรมก่อสร้างชนิดแกรนิต (ล้านบาท)	2,763.90	2,952.00	2,901.70	2,659.00	3,250.00

ที่มา: กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ และสำนักงานสถิติแห่งชาติ

การใช้: หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเป็นหินอุตสาหกรรมเพื่อการก่อสร้างที่มีการใช้มากรองลงมาจากหินปูน และระดับเดียวกับหินบะซอลต์ ซึ่งใช้ในพื้นที่ขาดแคลนหินปูน และใช้ในงานคอนกรีตที่ต้องการความแข็งแรงสูง เช่น ก่อสร้างฐานรากของโครงการตึกที่มีความสูง หินรองรับทางรถไฟ และนำมาทำเป็นพื้นสนามบิน โดยในช่วงปี 2562 – 2565 พบว่าการใช้งานหินแกรนิตอยู่ในระดับคงที่ในช่วงเฉลี่ย 12 ล้านตัน ที่มูลค่าการใช้งานจาก 2,400 – 2,500 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ในปี 2566 พบว่ามีปริมาณการใช้หินเพิ่มขึ้นเป็น 16.47 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 3,293.20 ล้านบาท

รายละเอียด	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ข้อมูลปริมาณการใช้หินอุตสาหกรรมก่อสร้างชนิดแกรนิต (ล้านตัน)	12.29	12.22	12.48	12.18	16.47
ข้อมูลมูลค่าการใช้หินอุตสาหกรรมก่อสร้างชนิดแกรนิต (ล้านบาท)	2,457.40	2,443.40	2,496.00	2,435.30	3,293.20

ที่มา: กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ และสำนักงานสถิติแห่งชาติ

ปริมาณสำรองหินอุตสาหกรรมในประเทศไทย: ประเทศไทยมีปริมาณสำรองแหล่งหินอุตสาหกรรมกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ ภูมิภาคของประเทศ โดยพื้นที่ที่ได้ถูกประกาศให้เป็นแหล่งหินอุตสาหกรรม ซึ่งถูกกำหนดโดยคณะกรรมการนโยบายบริหารจัดการแร่แห่งชาติ (คนร.) ภายใต้พระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510 ในประเทศไทยมีจำนวน 327 แห่ง เนื้อที่รวม 143,687 ไร่ ปริมาณสำรองรวมทั้งสิ้น 8,319.54 ล้านตัน โดยภาคเหนือและภาคกลางเป็นภาคที่มีปริมาณสำรองเยอะที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.61 และร้อยละ 31.51 ตามลำดับ รองลงมาเป็นภาคใต้ร้อยละ 13.77 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 9.16 ภาคตะวันออกร้อยละ 8.96 และภาคตะวันออกร้อยละ 4.99

ลำดับ	ภาค	จำนวนแหล่งหิน (แห่ง)	ขนาดพื้นที่ (ไร่)	ปริมาณสำรองหินอุตสาหกรรม	
				ล้านตัน	ร้อยละ
1	ภาคเหนือ	120	45,800	2,629.64	31.61
2	ภาคใต้	84	21,288	1,145.79	13.77
3	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	46	42,783	762.32	9.16
4	ภาคกลาง	31	17,478	2,621.80	31.51
5	ภาคตะวันออก	24	8,743	414.88	4.99
6	ภาคตะวันตก	22	7,595	745.11	8.96
	รวม	327	143,687	8,319.54	100.00

ที่มา: กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ ณ วันที่ 9 มีนาคม 2569

แหล่งหินอุตสาหกรรมในภาคตะวันออก มีการกระจายตัวอยู่บริเวณจังหวัดปราจีนบุรี ชลบุรี ระยอง สระแก้ว จันทบุรี และฉะเชิงเทรา มีจำนวนรวม 24 แห่ง เนื้อที่รวม 8,743 ไร่ ปริมาณสำรองรวมทั้งสิ้น 414.88 ล้านตัน โดยจังหวัดปราจีนบุรีและจันทบุรี เป็นจังหวัดที่มีปริมาณสำรองเยอะที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.09 และร้อยละ 25.34 ตามลำดับ รองลงมาเป็นชลบุรี ร้อยละ 22.14 สระแก้วร้อยละ 13.39 ระยองร้อยละ 7.24 และฉะเชิงเทราร้อยละ 3.78

ลำดับ	จังหวัดในภาคตะวันออก	จำนวนแหล่งหิน (แห่ง)	ขนาดพื้นที่ (ไร่)	ปริมาณสำรองหินอุตสาหกรรม	
				ล้านตัน	ร้อยละ
1	ปราจีนบุรี	8	2,185	116.56	28.09
2	ชลบุรี	6	2,750	91.86	22.14
3	ระยอง	3	766	30.05	7.24
4	สระแก้ว	3	955	55.57	13.39
5	จันทบุรี	2	1,294	105.14	25.34
6	ฉะเชิงเทรา	2	793	15.7	3.78
รวม		24	8,743	414.88	100.00

ที่มา: กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ ณ วันที่ 9 มีนาคม 2569

ข้อมูลภาพรวมประทานบัตรแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิต: ประทานบัตร คือ หนังสือสำคัญที่ออกให้ตามกฎหมายว่าด้วยแร่ เพื่อให้มีสิทธิทำเหมืองแร่ภายในเขตที่กำหนดในหนังสือสำคัญนั้น โดยมีกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ (กพร.) เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการออกใบประทานบัตรและอนุญาตให้ทำเหมือง ทั้งนี้ ข้อมูลประทานบัตรแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง มีรายละเอียดดังนี้

จังหวัด	จำนวนประทานบัตร (ฉบับ)	ขนาดพื้นที่ (ไร่)
ภาคตะวันออก	21	3,582
- ชลบุรี	14	2,966
- ระยอง	2	441
- ฉะเชิงเทรา	2	175
ภาคใต้	13	1,813
- สงขลา	7	893
- นราธิวาส	3	614
- ประจวบคีรีขันธ์	1	139
- พังงา	1	143
- ปัตตานี	1	24
ภาคเหนือ	2	576
- แพร่	1	288
- เชียงราย	1	288
ภาคกลาง	1	297
- นครสวรรค์	1	297
รวม	37	6,268

ที่มา: กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ ณ วันที่ 9 มีนาคม 2569

ข้อมูลประทานบัตรแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้างมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 44 ฉบับ คิดเป็นพื้นที่รวมประมาณ 6,484 ไร่ โดยในพื้นที่ภาคตะวันออกซึ่งเป็นพื้นที่ในบริเวณใกล้เคียงกับเหมืองแร่หินของ ST มีจำนวนประทานบัตรแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตรวม 28 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 63.64 ของจำนวนประทานบัตรแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตทั้งหมด

3. ภาวะตลาดและการแข่งขัน

ภาวะการแข่งขันในการประกอบธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง จะเป็นการแข่งขันกับผู้ประกอบการในบริเวณใกล้เคียงหรือในจังหวัดเดียวกันที่ระยะทางไม่เกิน 50 กิโลเมตรจากเหมืองของ ST เนื่องจากลักษณะและคุณสมบัติของหินในแต่ละแหล่งมีความคล้ายคลึงกันและสามารถใช้ทดแทนกันได้ ประกอบกับหินเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนัก จึงต้องใช้รถบรรทุกในการขนส่ง ส่งผลให้ปัจจัยสำคัญในการแข่งขันขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายในการขนส่งเป็นหลัก หากแหล่งผลิตหินอยู่ห่างไกลจากพื้นที่ของลูกค้า จะทำให้ต้นทุนการขนส่งสูงขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการจากผู้ผลิตที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงเพื่อให้สามารถลดต้นทุนในการขนส่งได้มากที่สุด

รายละเอียดผู้ประกอบการเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้างในพื้นที่ใกล้เคียงกับ ST สรุปตามตารางดังนี้

ลำดับ	บริษัท	พื้นที่ประทานบัตร	รายได้ ปี 2567 (ล้านบาท)	รายได้ ปี 2568 (ล้านบาท)
1	บริษัท ศิลาธารา จำกัด (ST)	ตำบลหนองไร่ อำเภอบลุกแดง จังหวัดระยอง	631.20	780.09
2	บริษัท ถาวรภูริวิศวาโยธา จำกัด	ตำบลห้วยโป่ง อำเภอมืองระยอง จังหวัดระยอง	304.92	N/A
3	บริษัท สยามสโตน แอ็กกริเกรท จำกัด	ตำบลคลองกิว อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี	491.28	N/A
4	บริษัท เจ.โอ.บี.คอนสตรัคชั่น จำกัด	ตำบลคลองกิว อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี	353.14	N/A
5	บริษัท ศิลาพรชัย จำกัด	ตำบลคลองกิว อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี	240.48	N/A

ที่มา: ข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการจากการวิเคราะห์ของบริษัทโดยอ้างอิงจากผู้ประกอบการรายที่มีการประกอบธุรกิจในบริเวณใกล้เคียงกัน และข้อมูลจากระบบฐานข้อมูล Business Online (BOL) จาก CORPUS

1.2.2.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

วิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์

1) การจัดหาผู้รับจ้างภายนอกเพื่อดำเนินงานในเหมืองหิน

ST มีการว่าจ้างผู้รับจ้างภายนอกเพื่อดำเนินงานในส่วนของ การเจาะ ระเบิด ขุดตัก และขนย้ายหิน โดยผู้รับจ้างจะรับผิดชอบตั้งแต่การพัฒนาหน้าเหมือง การเจาะรูเพื่อระเบิดหิน การระเบิดหิน การขุดตักหิน และการขนส่งหิน ก่อนเข้าสู่กระบวนการบดย่อยหิน ตลอดจนการบดย่อยหินให้ได้ตามปริมาณและคุณภาพที่กำหนด ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะเป็นผู้จัดหาแรงงาน วัสดุ เครื่องมือและเครื่องจักรที่ใช้ในการดำเนินงานภายในเหมืองหิน โดย ST จะเป็นผู้กำหนดแผนการระเบิดในแต่ละวันเพื่อควบคุมปริมาณและคุณภาพของหินที่ได้ให้สอดคล้องกับแผนการผลิตและความ

ต้องการใช้งานจริง อีกทั้ง ST ได้มอบหมายให้วิศวกรของบริษัทเป็นผู้ควบคุมดูแลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนปฏิบัติงานภายใต้มาตรฐานที่บริษัทกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

สำหรับงานไม้หรือบดย่อยหิน ST มอบหมายให้ผู้รับจ้างภายนอกดำเนินการไม้หินแกรนิตภายในพื้นที่เหมืองตามขอบเขตประทานบัตรที่ได้รับอนุญาต ผู้รับจ้างจะต้องไม่บดย่อยหินให้อยู่ในขนาดที่เหมาะสม โดย ST จะกำหนดแนวทางการควบคุมคุณภาพของหินอย่างชัดเจน รวมถึงให้มีการตรวจสอบคุณภาพของหินที่ผ่านกระบวนการไม้ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

นอกจากนี้ ST มีกระบวนการคัดเลือกผู้รับจ้างซึ่งเริ่มจากการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้รับจ้าง ผ่านการประเมินคุณภาพและความสามารถในการทำงาน โดยผู้รับจ้างต้องผ่านการอนุมัติจากรายชื่อผู้รับจ้างที่ได้รับการตรวจสอบคุณสมบัติจากบริษัท (Approved Vendor List) นอกจากนี้ ST ยังมีการทำสัญญาจ้างกับผู้รับจ้างเพื่อระบุข้อกำหนดและเงื่อนไขในการทำงานระหว่างผู้ว่าจ้างกับผู้รับจ้าง

ST ได้มีการว่าจ้างผู้รับจ้างภายนอกเพื่อดำเนินงานทำเหมือง ภายใต้การบริหารจัดการและควบคุมการดำเนินงาน โดย ST เพื่อให้สามารถควบคุมการผลิตให้สอดคล้องกับแผนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในเหมือง ทั้งนี้ ในปี 2567 เป็นต้นมา ST ได้มีการลงทุนในเครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ ยานพาหนะเพื่อการดำเนินงานภายในเหมืองด้วยทรัพยากรและบุคลากรของ ST เองมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะดำเนินงานเองในสัดส่วนที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต การเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารจัดการต้นทุน การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวจะพิจารณาตามความต้องการของตลาด ควบคู่กับนโยบายและแผนการลงทุนของ ST

2) การจัดการระเบิด

ในการดำเนินงานของเหมืองหิน วัตถุประสงค์เป็นอุปกรณ์สำคัญที่ใช้ในการเจาะและระเบิดชั้นหิน อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์จัดเป็นวัตถุอันตรายที่อยู่ภายใต้การควบคุมตามพระราชบัญญัติอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน วัตถุระเบิด ดอกไม้เพลิง และสิ่งเทียมอาวุธปืน พ.ศ. 2490 ซึ่งการครอบครอง จัดเก็บ และใช้ต้องได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นายทะเบียนท้องถิ่น โดยนายทะเบียนจะออกใบอนุญาตได้ต่อเมื่อได้รับอนุมัติจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย ST ได้ว่าจ้างผู้รับจ้างที่ผ่านการคัดเลือกและได้รับอนุญาตตามกฎหมาย เป็นผู้ดำเนินการในส่วนของการเจาะและระเบิดหิน รวมถึงงานตัก ขน และทุบหินก้อนใหญ่ การขนส่งหินจากหน้าเหมือง การพัฒนาพื้นที่หน้าเหมืองและเส้นทางเข้าสู่โรงโม่ การรดน้ำเพื่อลดฝุ่นละออง ตลอดจนการจัดการหาแรงงาน เครื่องจักร วัสดุ และอุปกรณ์ที่จำเป็นในการดำเนินงาน โดยสัญญาจ้างดังกล่าวกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานและคุณภาพของผลผลิต พร้อมทั้งข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายและบริษัทกำหนด ST ทำหน้าที่เป็นผู้วางแผน ควบคุม กำกับ และตรวจสอบการดำเนินงานของผู้รับจ้างในทุกขั้นตอน เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมที่กำหนดไว้

3) การจัดหาเชื้อเพลิง

สำหรับการดำเนินงานภายในพื้นที่เหมืองหิน ST จัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับยานพาหนะและเครื่องจักรที่ใช้ภายในพื้นที่เหมืองหิน โดยจัดซื้อจากผู้จำหน่ายที่ได้รับอนุญาตและมีมาตรฐานการขนส่งและการจัดส่งที่ปลอดภัย ทั้งนี้ ST มีใบอนุญาตสถานที่เก็บรักษาน้ำมันเชื้อเพลิงที่ออกโดยกรมธุรกิจพลังงาน เพื่อใช้ในการเก็บสำรองน้ำมันเชื้อเพลิงภายในพื้นที่ปฏิบัติการ โดยได้ติดตั้งถังเก็บและอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน และมีการดำเนินการตรวจสอบและสอบเทียบตู้จ่ายเชื้อเพลิงโดยหน่วยงานภายนอกที่ได้รับอนุญาตเป็นประจำ เพื่อให้มั่นใจในความถูกต้องของปริมาณการจ่ายน้ำมันและความปลอดภัยในการใช้งาน นอกจากนี้ ST ยังได้กำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยเพิ่มเติม เช่น การอบรมพนักงาน การจัดทำแผนเผชิญเหตุ และการติดตามการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันการรั่วไหล ลดความเสี่ยงต่ออุบัติเหตุ และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียและชุมชนโดยรอบ

การพัฒนาเหมืองหินใหม่

การพัฒนาเหมืองหินใหม่ ST จะดำเนินการสำรวจที่ดินเป้าหมายและตรวจสอบปริมาณสำรองของแหล่งหินที่มีอยู่ในบริเวณนั้นๆ หากพบว่าพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นเหมืองหินได้ ST จะเข้าพัฒนาเหมืองหินใหม่ โดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การขอประทานบัตรและใบอนุญาตต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การวางแผนการทำเหมือง และเริ่มทดลองการผลิต ทั้งนี้ ขั้นตอนการขออนุญาตใบประทานบัตรกับกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ (กพร.) ปรากฏตามเอกสารแนบ 8 รายละเอียดเกี่ยวกับประทานบัตรและสิทธิ์ในการประกอบธุรกิจเหมืองแร่ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทยังไม่มีแผนการพัฒนาเหมืองหินใหม่ในระยะเวลาดังกล่าว

การผลิตหินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง

ขั้นตอนการผลิตหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้างมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1) การเจาะรูระเบิด

กระบวนการเริ่มต้นจากการวางแผนการระเบิดในแต่ละวันโดย ST ซึ่งดำเนินการโดยวิศวกรของบริษัท เพื่อวางแผนการทำงานให้ได้ปริมาณและคุณภาพของหินสอดคล้องตามแผนการผลิต โดย ST จะมอบหมายให้ผู้รับจ้างภายนอกเป็นผู้ดำเนินการเจาะรูในบริเวณหน้าเหมืองด้วยเครื่องเจาะไฮดรอลิก โดยเจาะตามแนวและความลึกที่ได้จากการออกแบบทางวิศวกรรมเหมือง เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการบรรจุวัตถุระเบิด

2) การระเบิด

เมื่อเจาะรูในแนวที่กำหนดเสร็จเรียบร้อย ผู้รับจ้างจะทำการบรรจุวัตถุระเบิดและดำเนินการระเบิดหินในช่วงเวลาที่ได้รับอนุญาต ซึ่งจะมีการระเบิดวันละ 1 ครั้ง ในช่วงเวลาประมาณ 16.00 – 17.00 น. โดยรูปแบบการเจาะรูระเบิดและการระเบิดอาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของหน้างาน เพื่อให้สามารถควบคุมคุณภาพแร่ที่ได้จากการระเบิด แรงสั่นสะเทือนและเสียงดังจากการระเบิด ทิศทางการปลิวของหินได้ ภายใต้การออกแบบของวิศวกรควบคุมของ ST เพื่อให้มั่นใจว่าการระเบิดเป็นไปตามมาตรฐานด้านคุณภาพ ความปลอดภัย ไม่กระทบต่อชุมชนโดยรอบ และสอดคล้องตามข้อกำหนดของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ สำหรับแร่ที่ระเบิดแล้วแต่ยังมีขนาดใหญ่

เกินไปนั้น จะไม่ใช้การระเบิดย่อยในครั้งที่ 2 แต่จะใช้รถแบคโฮ (Backhoe) ติด Hydraulic Breaker เจาะกระแทก เพื่อให้มีขนาดเล็กลง



3) การขุดตัก และขนส่ง

เมื่อได้ขนาดหินที่เหมาะสม จากนั้นจะใช้รถขุด (Back Hoe) ตักหินขึ้นจากบริเวณหน้าเหมืองเข้าสู่กระบวนการขนส่งต่อไป โดยหินที่ได้จากการตักจะถูกลำเลียงโดยรถบรรทุกเทท้ายเข้าสู่พื้นที่โรงโม่ซึ่งตั้งอยู่ภายในพื้นที่เหมือง โดย ST ได้กำหนดเส้นทางขนส่งและจุดเทหินไว้ล่วงหน้าเพื่อความปลอดภัยและลดการกระจายของฝุ่น ผู้รับจ้างจะต้องร่น้ำบริเวณถนนและพื้นที่ทำงานตามแผนควบคุมฝุ่นของ ST

4) การโม่หรือบดย่อย และคัดขนาด

การโม่หรือบดย่อยเป็นการลดขนาดของหินให้มีขนาดเล็กลง โดยใช้เครื่องโม่หิน (Crusher) การบดย่อยหินจะใช้แรงบีบอัด และแรงกระแทกจากวัสดุแข็งในเครื่องโม่หินจนทำให้หินแตกและมีขนาดเล็กลงตามสัดส่วนที่ต้องการ โดยหินที่ได้จากการเปิดหน้าเหมืองที่มีขนาดน้อยกว่า 60 เซนติเมตร จะถูกตักใส่รถบรรทุกนำเข้ามาที่โรงโม่เพื่อย่อยลดขนาดของหิน และมีการคัดขนาดหินที่ต้องการด้วยตะแกรง โดยหินที่ผ่านการบดย่อยแล้วจะเคลื่อนที่ผ่านแผ่นตะแกรง หินที่มีขนาดเล็กกว่าช่องตะแกรงจะร่วงลงมาด้านล่างและถูกลำเลียงด้วยสายพานขึ้นกองสต็อก ส่วนหินที่มีขนาดใหญ่กว่าช่องตะแกรงจะถูกส่งกลับไปทำการบดย่อยอีกครั้งจนกว่าจะได้ขนาดที่ต้องการต่อไป การโม่หรือบดย่อยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

- (1) งานบดใหญ่ (Primary Crushing) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการผลิตหิน โดยหินดิบที่ได้จากการระเบิดหน้าเหมืองและมีขนาดใหญ่ จะถูกลำเลียงด้วยรถบรรทุกหรือรถตักเข้าสู่ปากเครื่องบดหลัก (Jaw Crusher) จากนั้นเครื่องจะทำการบีบอัดหินด้วยขากรรไกรเหล็กในห้องบดจนทำให้หินแตก หินที่แตกและมีขนาดเล็กกว่าช่องทางออกที่ตั้งไว้ในห้องบดจะร่วงลงสู่สายพาน และถูกส่งไปที่ตะแกรงเพื่อคัดหินคลุกออกกองสต็อกเพื่อขาย ส่วนหินที่มีขนาดใหญ่กว่าหินคลุกจะถูกลำเลียงส่งไปยังกระบวนการบดย่อยในขั้นถัดไป
- (2) งานบดย่อย (Secondary Crushing) เป็นกระบวนการต่อเนื่องจากงานบดใหญ่ โดยรับหินที่ผ่านการลดขนาดขั้นต้นเข้าสู่เครื่องบดย่อย (Cone Crusher) เครื่องบดจะถูกปรับตั้งช่องทางออก และรอบการหมุนให้เหมาะสมกับขนาดหินที่ต้องการ โดยทำการควบคุมอัตราการป้อนหินให้เต็มห้องบดอย่างสม่ำเสมอ จะทำให้เม็ดหินที่บดได้มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมลูกเต๋าเพิ่มพื้นที่ยึดเกาะกับปูนซีเมนต์ หรือน้ำยางมะตอย ทำให้อคอนกรีต

และหินผสมยางมะตอยที่ได้มีความแข็งแรงเพิ่มขึ้น หินที่ผ่านออกจากห้องบดจะถูกลำเลียงไปยังตะแกรงคัดขนาด (Screen) เพื่อแยกหินออกเป็น หิน 3/4 หิน 3/8 และหินฝุ่น ส่วนหินที่มีขนาดใหญ่กว่าหิน 3/4 จะถูกลำเลียงส่งกลับไปเครื่องบดย่อยเพื่อบดซ้ำจนกว่าจะได้ขนาดเล็กกว่าหิน 3/4 โดยมีพนักงานผู้เชี่ยวชาญในการควบคุมเครื่องจักร ปรับตั้งค่า หรือหยุดเพื่อตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้มีขนาดสม่ำเสมอและตรงตามมาตรฐานการผลิตหินเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง

ทั้งนี้ โรงโม่หินที่ตั้งอยู่ในเหมืองหินของกลุ่มบริษัทมีลักษณะเป็นโรงโม่แบบติดตั้งถาวร (Fixed Crusher) และโรงโม่เคลื่อนที่ (Mobile Crusher) เพื่อเป็นการเพิ่มความคล่องตัวในการทำงาน โดยกลุ่มบริษัทมีโรงโม่หินทั้งหมด 6 โรง แบ่งออกเป็น

- (1) โรงโม่หินที่ดำเนินการโดย ST จำนวน 2 โรง ซึ่ง ST จะเป็นผู้ดำเนินงานทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้คุณภาพหินตามมาตรฐานที่กำหนด
- (2) โรงโม่หินที่ดำเนินการโดยผู้รับจ้างเหมาภายนอกจำนวน 4 โรง โดย ST มีการทำสัญญาว่าจ้างผู้รับจ้างในการบดย่อยหิน ซึ่งผู้รับจ้างจะดำเนินการบดย่อยหินให้ได้ตามปริมาณและคุณภาพตามที่กำหนดในสัญญา โดยผู้รับจ้างเป็นผู้จัดหาคนงาน และเครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ในการดำเนินงานของผู้รับจ้าง รวมถึงดำเนินการต่างๆ ตามแผนงานที่บริษัทกำหนด ซึ่งรวมถึงข้อกำหนดในการควบคุมคุณภาพงานในแต่ละขั้นตอน เช่น ข้อกำหนดเรื่องปริมาณการผลิตขั้นต่ำ สัดส่วนของหินที่ผ่านการบดย่อยให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ในระยะยาว ST มีแผนที่จะเพิ่มสัดส่วนการดำเนินงานโดยใช้ทรัพยากรและบุคลากรของตนเองมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การควบคุมคุณภาพ และการบริหารจัดการต้นทุน



5) การขาย

เมื่อได้หินที่คัดขนาดเรียบร้อยแล้ว หินที่ได้จะถูกจัดเก็บในลานพักหินตามชนิดและขนาด เพื่อกองเก็บเป็นสต็อกสินค้าและเตรียมจำหน่ายให้แก่ลูกค้า โดยการส่งมอบสินค้าจะดำเนินการบริเวณด้านหน้าโรงงาน ซึ่งลูกค้าจะต้องนำรถบรรทุกมารับสินค้าด้วยตนเอง ภายหลังจากการบรรทุกหินทุกครั้ง รถบรรทุกทุกคันจะต้องผ่านจุดชั่งน้ำหนัก (ตาชั่ง) ทั้งก่อนและหลังการบรรทุก เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการคำนวณปริมาณหินที่จัดส่งและการออกไปส่ง

สินค้าอย่างถูกต้อง โดย ST มีระบบบันทึกข้อมูลการซ้มน้ำหนักอย่างเป็นระบบ เพื่อควบคุมความถูกต้องแม่นยำในการจัดจำหน่าย และมีเจ้าหน้าที่ขายคอยประสานงานกับลูกค้า รวมถึงดูแลความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ภาพแสดงการดำเนินงานในเหมืองหิน



กำลังการผลิตและนโยบายการผลิต

สำหรับการผลิตหินแกรนิตเพื่อรองรับอุตสาหกรรมก่อสร้าง กลุ่มบริษัทมีนโยบายการผลิตหินตามความต้องการของตลาดและลูกค้า โดยฝ่ายขายจะนำข้อมูลการสั่งซื้อมาวิเคราะห์ร่วมกับฝ่ายผลิตเพื่อกำหนดแผนการผลิตประจำปี นโยบายการผลิตของกลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการวางแผนที่เป็นระบบและครอบคลุม เริ่มตั้งแต่การประเมินกำลังการผลิตและทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อนำมาจัดทำแผนผลิตประจำปีที่กำหนดปริมาณการผลิต การใช้เครื่องจักร แผนซ่อมบำรุง และการจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ จากนั้นแผนจะถูกส่งต่อไปยังทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ฝ่ายผลิต ซ่อมบำรุง จัดซื้อ คลังพัสดุ และฝ่ายขาย เพื่อนำไปใช้วางแผนปฏิบัติงานร่วมกัน เมื่อได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทแล้ว แต่ละฝ่ายจะจัดทำแผนรายเดือนเพื่อควบคุมการผลิตจริง และเชื่อมโยงกับการจำหน่ายสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด กระบวนการทั้งหมดนี้มีเป้าหมายเพื่อให้การผลิตมีประสิทธิภาพสูงสุด ควบคุมต้นทุนได้มีประสิทธิภาพ และส่งมอบสินค้าได้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้า

ทั้งนี้ สำหรับปี 2566 – ปี 2568 กลุ่มบริษัทมีปริมาณการผลิตหินรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ประเภทผลิตภัณฑ์หิน	หน่วย	กำลังการผลิตและอัตรากำลังการผลิต		
		ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
กำลังการผลิตสูงสุด (Full Capacity)	ล้านตัน	3.27	5.04	6.03
ปริมาณการผลิตจริง (Actual Capacity)	ล้านตัน	1.64	3.73	4.71
อัตรากำลังการผลิต (Utilization Rate)	ร้อยละ	50.19	74.00	78.13

หมายเหตุ: กำลังการผลิตสูงสุด (Full Capacity) อ้างอิงจากกำลังการผลิตสูงสุดตามกำลังของเครื่องจักรหลัก ได้แก่ เครื่องบดย่อยหิน (Primary Crusher) ภายใต้สมมติฐานการดำเนินงานปกติของโรงงาน โดยคำนวณจากการทำงานเฉลี่ยวันละ 13 ชั่วโมง (ระหว่างเวลา 06.00 – 21.00 น.) ซึ่งได้หักระยะเวลาพักกลางวัน 1 ชั่วโมง และช่วงเวลาพักปฏิบัติการระเบิดหิน 1 ชั่วโมงแล้ว ทั้งนี้ บริษัทดำเนินงานเฉลี่ย

ประมาณ 352 วันต่อปี และได้พิจารณาที่ระยะเวลาหยุดซ่อมบำรุง (Maintenance downtime) ประมาณร้อยละ 15 ของกำลังการผลิต เพื่อแสดงกำลังการผลิตที่สามารถดำเนินการได้จริงในเชิงพาณิชย์

การควบคุมคุณภาพหิน

ST มีระบบการควบคุมคุณภาพหิน โดยมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ตั้งแต่การคัดเลือกและตรวจสอบหินที่หน้าเหมืองก่อนนำเข้าสู่กระบวนการผลิต จนถึงระหว่างการผลิตและขั้นตอนสุดท้ายก่อนส่งมอบหินให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลผลิตก้อนหินที่ผลิตออกมามีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด นอกจากนี้ ยังมีการสุ่มตรวจสอบคุณสมบัติทางกายภาพของหินอย่างละเอียด เช่น การวิเคราะห์ขนาดมวลคละของหิน (Sieve Analysis) ซึ่งช่วยประเมินความเหมาะสมการกระจายส่วนคละของหินขนาดต่างๆ รวมถึงการทดสอบการสึกกร่อนจากการเสียดสีของหิน (Los Angeles Abrasion Test) ซึ่งใช้เพื่อประเมินความทนทานและประสิทธิภาพของหินในการใช้งานจริง โดยผลการทดสอบเหล่านี้ช่วยให้ ST สามารถควบคุมคุณภาพหินได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมั่นใจได้ว่าหินที่ส่งมอบให้ลูกค้าจะมีคุณสมบัติที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับการใช้งาน ซึ่งการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดจะสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าได้

ภาพประกอบการทดสอบการสึกกร่อนจากการเสียดสีของหิน (Los Angeles Abrasion Test)



การจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กลุ่มบริษัทความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยกลุ่มบริษัทได้ดำเนินการและควบคุมให้การกระบวนการผลิตหิน และการดูแลพื้นที่เหมืองและบริเวณโดยรอบเหมือง ให้เป็นไปตามมาตรการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด ซึ่งที่ผ่านมากลุ่มบริษัทได้มีการบริหารจัดการโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1. การป้องกันผลกระทบด้านคุณภาพอากาศ

- ในกระบวนการผลิตหินจะมีการตั้งเครื่องสเปรย์ละอองน้ำบริเวณปากโรงโม่หิน และมีการติดตั้งระบบฉีดสเปรย์น้ำบริเวณจุดที่กำเนิดฝุ่นละออง อีกทั้งการใช้รถบรรทุกน้ำฉีดพรมหน้าเหมืองตามเส้นทางในเขตประทานบัตร เพื่อป้องกันฝุ่นที่ฟุ้งกระจาย

- การใช้เครื่องเจาะรูระเบิดที่มีอุปกรณ์เก็บฝุ่นติดตั้งที่ตำแหน่งหัวเจาะ เพื่อป้องกันและลดการฟุ้งกระจายของฝุ่นละอองที่เกิดจากการเจาะรูระเบิด
- การจัดให้มีระบบลานล้างล้อรถยนต์ที่มีประสิทธิภาพและทำการล้างล้อรถบรรทุกหินก่อนออกนอกโรงโม่หิน เพื่อเป็นการลดการฟุ้งกระจายของฝุ่นละออง
- การออกกฎระเบียบให้รถบรรทุกหินทุกคันต้องปิดคลุมด้วยผ้าใบให้เรียบร้อย เพื่อป้องกันการฟุ้งกระจายของฝุ่นละออง
- การปลูกต้นไม้เป็นแนวกำแพงโดยรอบเขตประทานบัตรเพื่อลดผลกระทบจากการฟุ้งกระจายของฝุ่นที่เกิดขึ้น

ภาพประกอบบอกลางลอรรถบรรทุก



ภาพประกอบการปิดคลุมรถบรรทุก



ภาพประกอบหลังคาปิดคลุมสายพานลำเลียง



2. การป้องกันผลกระทบด้านเสียงและแรงสั่นสะเทือนจากการทำเหมือง

- การงดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดเสียงดังในเวลากลางคืน เนื่องจากเป็นเวลาพักผ่อนของประชาชนในชุมชนใกล้เคียง โดยให้ดำเนินการได้ในช่วงเวลา 08.00 – 18.00 น.
- การติดตั้งเต็นท์เขตการใช้วัตถุระเบิด พร้อมทั้งระบุเวลาในการระเบิดไว้บริเวณด้านหน้าโครงการ
- การกำหนดให้ทำการระเบิดไม่เกินวันละ 1 ครั้ง ในเวลาประมาณ 16.00 – 17.00 น. กรณีที่มีเหตุจำเป็นจะต้องเลื่อนเวลาระเบิดให้แจ้งหน่วยงานท้องถิ่นในท้องที่รับทราบ
- การกำหนดระยะห่างในการใช้วัตถุระเบิด เพื่อป้องกันผลกระทบของบ้านเรือนราษฎรบริเวณใกล้เคียงโครงการได้ รับความเสียหายจากการดำเนินกิจกรรมการใช้วัตถุระเบิด
- การปลูกต้นไม้เป็นแนวกันชนธรรมชาติ เพื่อป้องกันผลกระทบทางเสียงจากการทำเหมือง

ภาพประกอบป้ายเตือนเวลาการใช้วัตถุระเบิด



3. การป้องกันผลกระทบด้านการปลิวกระเด็นของหินจากการระเบิด

- การกำหนดรูปแบบการระเบิดโดยหันหน้าระเบิดไปในทิศทางที่ตรงข้ามกับแหล่งชุมชนและเสาไฟฟ้าแรงสูง
- การคำนวณรูปแบบใช้วัตถุระเบิดให้เหมาะสม ตามหลักวิชาวิศวกรรมเหมืองแร่

4. การป้องกันผลกระทบด้านคุณภาพน้ำ

- มีการสร้างแนวคันทำนบดิน และขุดร่องระบายน้ำไวด้านแนวประธานบัตร์ เพื่อป้องกันน้ำไหลชะล้างออกนอกพื้นที่โครงการ
- การขุดลอกตะกอนดินในร่องระบายน้ำและบอดักตะกอน พร้อมทั้งนำตะกอนที่ขุดลอกไปฟื้นฟูพื้นที่ภายในโครงการ และดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพดีเสมอ

ภาพประกอบแนวคันทำนบดิน



ภาพประกอบคูระบายน้ำ



1.2.3 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ตารางแสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีมูลค่าตามบัญชีสุทธิตามที่แสดงในงบการเงินรวมของบริษัท เท่ากับ 1,160.94 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 45.54 ของสินทรัพย์รวม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ลำดับ	รายการ	ลักษณะทรัพย์สิน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 (ล้านบาท)	การใช้ประโยชน์ทรัพย์สิน
1	ที่ดิน	โฉนดที่ดิน	SUEN	จดจำนองกับสถาบันการเงินบางส่วน	268.32	ที่ตั้งโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ โรงงานคอนกรีตสำเร็จรูป คลังสินค้า และอาคารสำนักงาน
		โฉนดที่ดิน	WH		16.79	ที่ตั้งร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ
		โฉนดที่ดิน	ST		46.38	ที่ตั้งสำนักงานในพื้นที่เหมืองหิน
2	ที่ดินเหมืองหิน	โฉนดที่ดิน	ST		122.64	ที่ตั้งบ่อเหมืองหิน
3	อาคาร ส่วนปรับปรุงอาคาร และส่วนปรับปรุงสินทรัพย์สิทธิการใช้	อาคารโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป คลังสินค้า และอาคารสำนักงาน	SUEN		158.83	อาคารโรงงานผลิต คลังสินค้า อาคารสำนักงาน
		อาคารสาขาจำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ คลังสินค้า และอาคารสำนักงาน	WH		130.34	อาคารจำหน่ายสินค้า คลังสินค้า และอาคารสำนักงาน
		อาคารโรงงานเหมืองหิน และอาคารสำนักงาน	ST	40.04	อาคารโรงงานผลิต และอาคารสำนักงาน	
4	เครื่องจักรโรงงาน	เครื่องจักรสำหรับใช้ในโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป	SUEN	ไม่มี	139.30	ใช้ในการดำเนินงาน
		เครื่องจักรสำหรับการใช้ในเหมืองหิน	ST	ไม่มี	77.93	ใช้ในการดำเนินงาน
5	เครื่องมือเครื่องใช้	เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับใช้ในโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป	SUEN	ไม่มี	11.17	ใช้ในการดำเนินงาน
		เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับใช้ในร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างฯ	WH	ไม่มี	3.02	ใช้ในการดำเนินงาน
		เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับการใช้ในเหมืองหิน	ST	ไม่มี	3.08	ใช้ในการดำเนินงาน
6	เครื่องตกแต่งสำนักงาน	เครื่องตกแต่งสำนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย	SUEN, WH, ST	ไม่มี	24.03	ใช้ในการดำเนินงาน

ลำดับ	รายการ	ลักษณะทรัพย์สิน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 (ล้านบาท)	การใช้ประโยชน์ทรัพย์สิน
7	เครื่องใช้สำนักงาน	เครื่องใช้สำนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย	SUEN, WH, ST	ไม่มี	26.34	ใช้ในการดำเนินงาน
8	ยานพาหนะ	ยานพาหนะที่ใช้ในการดำเนินงาน	SUEN, WH, ST	ไม่มี	56.04	ใช้ในการดำเนินงาน
9	งานระหว่างก่อสร้าง ¹	งานระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	SUEN, WH, ST	ไม่มี	36.70	ใช้ในการดำเนินงาน
รวมที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์					1,160.94	

หมายเหตุ: /1 งานระหว่างก่อสร้าง ประกอบด้วย อาคารสิ่งปลูกสร้างและส่วนปรับปรุงอาคารโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป รวมถึงร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน อาคารสิ่งปลูกสร้างและเครื่องจักรสำหรับโรงงานโมหิน

ทั้งนี้ รายละเอียดของสินทรัพย์หลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ปรากฏตามเอกสารแนบ 4 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจและรายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทและบริษัทย่อย มีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตน คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (software) ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 16.47 ล้านบาท

เครื่องหมายการค้า

บริษัทและบริษัทย่อยจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา โดยรายละเอียดของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วของบริษัทและบริษัทย่อย ปรากฏตามเอกสารแนบ 4 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจและรายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่มีศักยภาพในการเติบโต และสร้างผลตอบแทนที่ดีจากการลงทุน ซึ่งอาจเป็นธุรกิจที่สนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัท และธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับบริษัท เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ทำให้บริษัทมีผลประกอบการหรือผลกำไรเพิ่มขึ้น และเพื่อให้บริษัทบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

ทั้งนี้ บริษัท บริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมอาจพิจารณาลงทุนในธุรกิจอื่นเพิ่มเติมหากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการเติบโต หรือสามารถต่อยอดทางธุรกิจ หรือเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของกลุ่มบริษัท ซึ่งสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีในการลงทุน โดยการพิจารณาการลงทุนของบริษัท บริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมนั้น บริษัทจะทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุนและพิจารณาศักยภาพและปัจจัยความเสี่ยงจากการลงทุน โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์การลงทุนอย่างเหมาะสม ซึ่งจะต้องได้รับความเห็นชอบ และ/หรือ การอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการบริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท (แล้วแต่กรณี) ทั้งนี้ ในการขออนุมัติการลงทุนในบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมดังกล่าวจะต้องเป็นไปตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีมูลค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อย ดังนี้

บริษัท	ทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว	สัดส่วนเงินลงทุน (%)	มูลค่าเงินลงทุนตามราคาทุน ณ 31 ธันวาคม 2568 (ล้านบาท)
บริษัทย่อย			
1) บริษัท วิ โยม โซลูชั่น จำกัด (WH)	200.00	99.85	199.70
2) บริษัท ศิลาธารา จำกัด (ST)	100.00	40.00	40.00
3) บริษัท ศิลาธารา 2021 จำกัด (ST 2021)	1.00	44.00	0.44
รวมมูลค่าเงินลงทุนตามราคาทุน			240.14

หมายเหตุ: เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2565 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2565 มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าร่วมทุนกับ บริษัท ชันเทครีโซเคิล แอนด์ ดีคาร์บอน จำกัด, บริษัท บ้านค่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีต จำกัด และ บริษัท โรจนะ เวสต์ แมเนจเม้นท์ โฮลดิ้ง จำกัด เพื่อจัดตั้ง บริษัท รัชโยง รีโซเคิลเวสต์ จำกัด (RRW) เพื่อประกอบธุรกิจรับซื้อขยะอุตสาหกรรม เพื่อนำมาทำการคัดแยกและจำหน่าย โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 150

ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 1,500,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท และได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2565

เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2565 บริษัทได้ชำระค่าหุ้นสำหรับเงินลงทุนในหุ้นสามัญของ RRW จำนวน 150,000 หุ้น ในราคา 25 บาทต่อหุ้น รวมเป็นเงินลงทุนจำนวน 3.75 ล้านบาท ซึ่งส่งผลให้บริษัทถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2568 ฝ่ายบริหารของกลุ่มบริษัทพิจารณาว่า บริษัทสูญเสียสิทธิอย่างมีนัยสำคัญใน RRW ส่งผลให้การลงทุนในบริษัทดังกล่าวเปลี่ยนสถานะจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมเป็นสินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น

เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2569 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2569 มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าลงทุนเพิ่มเติมในบริษัท ศิลาธารา จำกัด และบริษัท ศิลาธารา 2021 จำกัด ส่งผลให้บริษัทถือหุ้นสามัญใน ST จำนวน 4,000,000 หุ้น และหุ้นบุริมสิทธิจำนวน 10,000 หุ้น โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 40.06 ของทุนที่จดทะเบียนชำระแล้ว และมีสิทธิออกเสียงใน ST คิดเป็นร้อยละ 75.01 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมด และถือหุ้นสามัญใน ST 2021 จำนวน 44,000 หุ้น และหุ้นบุริมสิทธิจำนวน 100 หุ้น โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 44.06 ของทุนที่จดทะเบียนชำระแล้ว และมีสิทธิออกเสียงคิดเป็นร้อยละ 75.00 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมด

นโยบายการกำกับดูแลการดำเนินงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทกำหนดนโยบายการกำกับดูแลและบริหารกิจการบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดมาตรการและกลไกทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้บริษัทสามารถกำกับดูแลและบริหารจัดการกิจการของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม เพื่อรักษาผลประโยชน์ในเงินลงทุนของบริษัทในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) บริษัทจะส่งบุคคลที่เป็นตัวแทนของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการในแต่ละบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วม ตามสัดส่วนการถือหุ้นในแต่ละบริษัท เท่าที่สามารถดำเนินการได้ เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลให้บริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วม ดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมาย นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งนโยบายอื่นๆ ของบริษัท องค์กรที่ดำเนินการส่งตัวแทนของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการในแต่ละบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมจะต้องได้รับการพิจารณาและเห็นชอบโดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของแต่ละบริษัท
- 2) หากในการเข้าทำรายการ หรือการดำเนินการใดๆ ของบริษัทย่อยที่เข้าข่ายหรือเป็นการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินตามประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน หรือรายการที่เกี่ยวข้องกันตามประกาศรายการที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้อง ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีหน้าที่ต้องขออนุมัติที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท และ/หรือ ขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท หรือขออนุมัติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกฎหมายก่อนการเข้าทำรายการ บริษัทย่อยจะเข้าทำรายการหรือดำเนินการนั้นได้ต่อเมื่อได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท และ/หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (แล้วแต่กรณี) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

นอกจากนี้ หากในการเข้าทำรายการหรือการเกิดเหตุการณ์บางกรณีของบริษัทย่อย อันทำให้บริษัทมีหน้าที่ต้องเปิดเผยสารสนเทศต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดประกาศที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรรมการผู้แทนของบริษัทย่อยดังกล่าวมีหน้าที่ต้องแจ้งมายังฝ่ายจัดการของบริษัท ในทันทีที่ทราบว่าบริษัทย่อยมีแผนจะเข้าทำรายการหรือเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

- 3) บริษัทจะกำหนดแผนงานและดำเนินการที่จำเป็นเพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทย่อยมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินให้แก่บริษัท และบริษัทจะดำเนินการที่จำเป็นและติดตามให้บริษัทย่อย มีระบบในการเปิดเผยข้อมูลและระบบควบคุมภายในที่เพียงพอและเหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ

นอกจากนี้ บริษัทจะติดตามอย่างใกล้ชิดถึงผลประกอบการและการดำเนินงานของบริษัทย่อยดังกล่าวและนำเสนอผลการวิเคราะห์ รวมถึงแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัท และ คณะกรรมการบริษัทย่อยนั้นๆ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยต่อไป

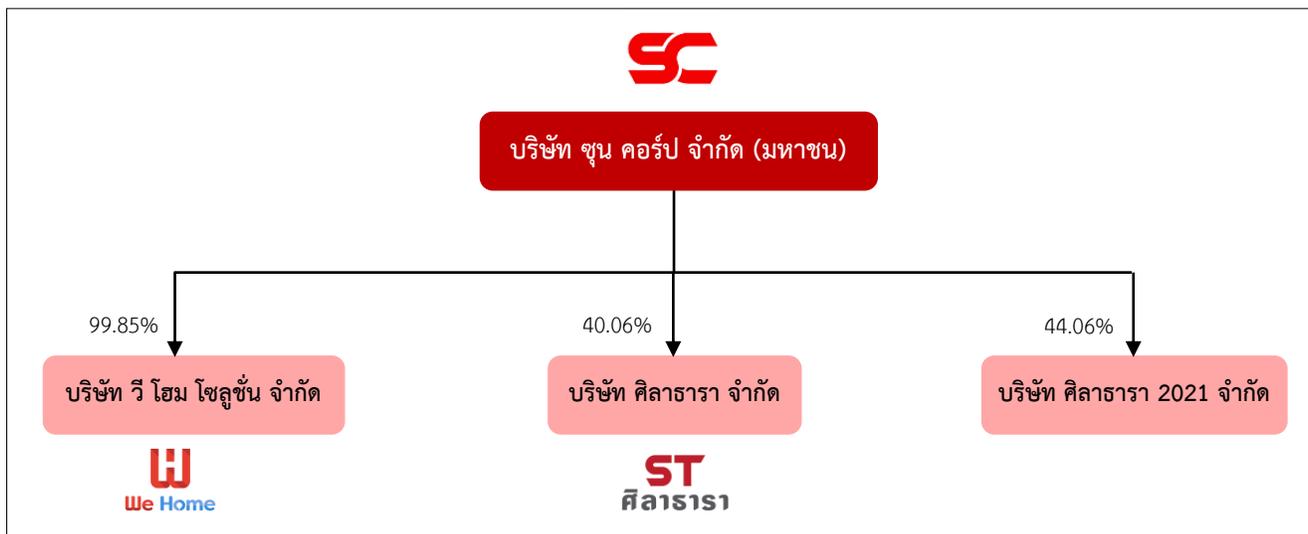
1.2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

1.3.1 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัทประกอบด้วยบริษัท บริษัทย่อยจำนวน 3 บริษัท แผนภาพต่อไปนี้แสดงโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 19 มีนาคม 2569



หมายเหตุ : บริษัทมีสัดส่วนสิทธิออกเสียงใน ST คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75.01 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมด และมีสัดส่วนสิทธิออกเสียงใน ST 2021 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75.00 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมด รายละเอียดโปรดพิจารณาในหัวข้อ 1.3.3.(2) ข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นใหญ่

1. บริษัท วี โฮม โฮลดิ้ง จำกัด (“WH”) (บริษัทย่อย)

วันที่จัดตั้ง	7 มีนาคม 2560
ประเภทธุรกิจ	จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	989/1-5 หมู่ที่ 4 ต.ปลวกแดง อ.ปลวกแดง จ.ระยอง

ทุนจดทะเบียน และทุนชำระแล้ว	200,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
กรรมการบริษัท	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา 2) นายสมเนตร ระเบียบพนา 3) นางสาวฉัตรธนรัตน์ โชติบรรเจ็ด
อำนาจกรรมการ	กรรมการสองคนลงลายมือชื่อร่วมกัน และประทับตราสำคัญของบริษัท
ความสัมพันธ์กับบริษัท	เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 1,997,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.85 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทย่อย
รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้น	1) บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 99.85 2) นางสาวกัญญณัช โชคอุดมโกศล ร้อยละ 0.10 3) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา ร้อยละ 0.05

2. บริษัท ศิลาดารา จำกัด (“ST”) (บริษัทย่อย)

วันที่จัดตั้ง	29 พฤษภาคม 2563
ประเภทธุรกิจ	เหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	8899 หมู่ที่ 4 ต.ปลวกแดง อ.ปลวกแดง จ.ระยอง 21140
ทุนจดทะเบียน และทุนชำระแล้ว	100,100,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 10,010,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท และหุ้นบุริมสิทธิ 10,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท
กรรมการบริษัท	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา 2) นายสมเนตร ระเบียบพนา
อำนาจกรรมการ	กรรมการสองคนลงลายมือชื่อร่วมกัน และประทับตราสำคัญของบริษัท
ความสัมพันธ์กับบริษัท	เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นสามัญจำนวน 4,000,000 หุ้น และหุ้นบุริมสิทธิจำนวน 10,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 40.06 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทย่อย ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นสามัญมีสิทธิออกเสียง 1 หุ้นต่อ 1 เสียงและผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิมีสิทธิออกเสียง 1 หุ้นต่อ 1,401 เสียง
รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้น	1) บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 40.06 2) นางนงนุช สุวรรณฤกษ์ ร้อยละ 19.98 3) นายชัตติยะ ปิตุเตชะ ร้อยละ 19.98 4) บริษัท นิมิตร โฮลดิ้ง จำกัด ร้อยละ 9.99 5) นายอัครชัย สิทธิบุศย์ ร้อยละ 9.99
สัดส่วนสิทธิออกเสียง	1) บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 75.01 2) นางนงนุช สุวรรณฤกษ์ ร้อยละ 8.33 3) นายชัตติยะ ปิตุเตชะ ร้อยละ 8.33 4) บริษัท นิมิตร โฮลดิ้ง จำกัด ร้อยละ 4.16 5) นายอัครชัย สิทธิบุศย์ ร้อยละ 4.16

3. บริษัท คีลาธรา 2021 จำกัด (“ST2021”) (บริษัทย่อย)

วันที่จัดตั้ง	28 มกราคม 2564
ประเภทธุรกิจ	เหมืองแร่หินอุตสาหกรรม
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	8899 หมู่ที่ 4 ต.ปลวกแดง อ.ปลวกแดง จ.ระยอง 21140
ทุนจดทะเบียน และทุนชำระแล้ว	1,001,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 100,100 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท
กรรมการบริษัท	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา 2) นายสมเนตร ระเบียบพนา
อำนาจกรรมการ	กรรมการสองคนลงลายมือชื่อร่วมกัน และประทับตราสำคัญของบริษัท
ความสัมพันธ์กับบริษัท	เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นสามัญจำนวน 44,000 หุ้น และหุ้นบุริมสิทธิ 100 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 44.06 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทย่อย ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นสามัญมีสิทธิออกเสียง 1 หุ้นต่อ 1 เสียงและผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิมีสิทธิออกเสียง 1 หุ้นต่อ 1240 เสียง
รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้น	1) บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 44.06 2) นายฉัตรชัย ปิตุเตชะ ร้อยละ 22.98 3) นายชัตติยะ ปิตุเตชะ ร้อยละ 22.98 4) นายอัครชัย สิทธิบุศย์ ร้อยละ 9.99
สัดส่วนสิทธิออกเสียง	1) บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 75.00 2) นายฉัตรชัย ปิตุเตชะ ร้อยละ 10.27 3) นายชัตติยะ ปิตุเตชะ ร้อยละ 10.27 4) นายอัครชัย สิทธิบุศย์ ร้อยละ 4.46
หมายเหตุ	ยังไม่ได้เริ่มดำเนินธุรกิจ

1.3.2 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท คือ (1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา (2) นายสมเนตร ระเบียบพนา และ (3) นายวีระ ระเบียบพนา โดยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 45.58 ร้อยละ 11.85 และร้อยละ 6.81 ของทุนจดทะเบียนก่อนการเสนอขายหลักทรัพย์ตามลำดับ ทั้งนี้ นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา นายสมเนตร ระเบียบพนา และนายวีระ ระเบียบพนา ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ กรรมการ และผู้บริหารของบริษัท รายละเอียดธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่ มีดังนี้

(1) บริษัท เอสซี เรียวเอสเตท ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“SCR”)

ชื่อบริษัท	บริษัท เอสซี เรียวเอสเตท ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ซื้อขายและจัดสรรที่ดิน และพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
วันที่ก่อตั้ง	18 ตุลาคม 2554
กรรมการบริษัท	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา 2) นายสมเนตร ระเบียบพนา
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	กรรมการหนึ่งคนลงลายมือชื่อและประทับตราสำคัญของบริษัท

ทุนจดทะเบียน	20,000,000 บาท
รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้นของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา ร้อยละ 65.70 2) นายสมเนตร ระเบียบพนา ร้อยละ 16.65 3) นายวีระ ระเบียบพนา ร้อยละ 5.40 4) นายอภิชาติ แสงฟุ้ง ร้อยละ 10.00 5) นายศรีชัย แซ่ไคว้ ร้อยละ 2.25

หมายเหตุ: ข้อมูลรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 เมษายน 2568

SCR มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือครอบครัวระเบียบพนา ประกอบด้วยนายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา นายสมเนตร ระเบียบพนา และนายวีระ ระเบียบพนา ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ และผู้บริหารของ SUEN โดยถือหุ้นรวมเป็นสัดส่วนร้อยละ 87.75 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของ SCR โดย SCR ประกอบธุรกิจซื้อขายและจัดสรรที่ดิน และพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยกลุ่มบริษัทมีธุรกรรมระหว่างกันที่สำคัญ คือ การขายสินค้าประเภทคอนกรีตผสมเสร็จผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป รวมถึงวัสดุก่อสร้างต่างๆ ให้แก่ SCR และกลุ่มบริษัทมีการเข้าพื้นที่จาก SCR สำหรับจัดเก็บเอกสารของกลุ่มบริษัท โดยการทำรายการระหว่างกันดังกล่าวเป็นราคาขายตามราคาตลาดและมีเงื่อนไขทางการค้าทั่วไป (รายละเอียดของรายการระหว่างกันดังกล่าว ปรากฏในส่วนที่ 2.3.9 การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน)

(2) บริษัท เอสซีพีลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (“SCP”)

ชื่อบริษัท	บริษัท เอสซีพีลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย
วันที่ก่อตั้ง	15 ธันวาคม 2560
กรรมการบริษัท	1) นายภคิน ชลรัตน์หิรัญ 2) นายสมเนตร ระเบียบพนา 3) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา 4) นายนรพัทธ์ แสงสิงแก้ว
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	(1) ทำนิติกรรมทางการเงินกับสถาบันการเงินให้ นายสมเนตร ระเบียบพนา หรือ นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายภคิน ชลรัตน์หิรัญ หรือ นายนรพัทธ์ แสงสิงแก้ว และประทับตราสำคัญของบริษัท (2) สำหรับคำขอหรือเอกสารใดๆ ที่เกี่ยวกับหน่วยงานของรัฐ หรือเอกชนให้ นายสมเนตร ระเบียบพนา หรือ นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา ลงลายมือชื่อและประทับตราสำคัญของบริษัท
ทุนจดทะเบียน	60,000,000 บาท
รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้นของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	1) บริษัท เอสซี เรียวเอสเตท ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ร้อยละ 42.00 2) บริษัท โรจนะ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ร้อยละ 42.00 3) นายปิยะ ปิตุเตชะ ร้อยละ 8.00 4) นางนงนุช สุวรรณฤกษ์ ร้อยละ 8.00

หมายเหตุ: ข้อมูลรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 29 เมษายน 2568

SCP มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือ บริษัท เอสซี เรียวเอสเตท ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (SCR) ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 42.00 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของ SCP โดย SCR มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือกลุ่มครอบครัวระเบียบพนาถือหุ้นรวมกันในสัดส่วนร้อยละ 87.75 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของ SCR โดย SCP ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย กลุ่มบริษัทมีการขายสินค้าประเภทคอนกรีตผสมเสร็จ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป รวมถึงวัสดุก่อสร้างต่างๆ ให้แก่ SCP การทำรายการระหว่างกันดังกล่าวเป็นราคาขายตามราคาตลาดและมีเงื่อนไขทางการค้าทั่วไป (รายละเอียดของรายการระหว่างกันดังกล่าว ปรากฏในส่วนที่ 2.3.9 การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน)

(3) บริษัท เอสซี แคร่ เมเนจเม้นท์ จำกัด (“SC Care”)

ชื่อบริษัท	บริษัท เอสซี แคร่ เมเนจเม้นท์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
วันที่ก่อตั้ง	7 พฤศจิกายน 2561
กรรมการบริษัท	1) นายวัชรพงษ์ พันธกุล 2) นายธนดล ผลสมบูรณ์ 3) นายฤทธิเกียรติ แซ่เต๋น
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	(1) ให้นายฤทธิเกียรติ แซ่เต๋น ลงลายมือชื่อร่วมกับกรรมการอื่นอีกหนึ่งคนและประทับตราสำคัญของบริษัทในธุรกรรม ทางด้านการเงิน สัญญาซื้อขายหรือจะซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ หรือสัญญาซื้อขายสังหาริมทรัพย์ (2) ให้กรรมการสองคนลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท สำหรับนิติกรรมอื่นใด
ทุนจดทะเบียน	1,000,000 บาท
รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้นของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา ร้อยละ 65.70 2) นายสมเนตร ระเบียบพนา ร้อยละ 16.65 3) นายวีระ ระเบียบพนา ร้อยละ 5.40 4) นายอภิชาติ แสงพุง ร้อยละ 10.00 5) นายศรีชัย แซ่ไคว่ ร้อยละ 2.25

หมายเหตุ: ข้อมูลรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 เมษายน 2568

SC Care มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือครอบครัวระเบียบพนา ประกอบด้วยนายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา นายสมเนตร ระเบียบพนา และนายวีระ ระเบียบพนา ที่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ และผู้บริหารของ SUEN โดยถือหุ้นรวมเป็นสัดส่วนร้อยละ 87.75 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของ SC Care โดย SC Care ประกอบธุรกิจให้คำปรึกษาเกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รวมถึงซ่อมแซมอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มบริษัทมีการขายสินค้าประเภทคอนกรีตผสมเสร็จ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป รวมถึงวัสดุก่อสร้างต่างๆ ให้แก่ SC Care อีกทั้ง กลุ่มบริษัทมีการว่าจ้าง SC Care ในการก่อสร้างรากฐานเพื่อติดตั้งเครื่องจักร โดยเป็นการทำรายการที่มีราคาตามราคาตลาดและมีเงื่อนไขทางการค้าทั่วไป (รายละเอียดของรายการระหว่างกันดังกล่าว ปรากฏในส่วนที่ 2.3.9 การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน)

(4) บริษัท เอสเตท คอนเน็กซ์ จำกัด (“ESTATE”)

ชื่อบริษัท	บริษัท เอสเตท คอนเน็กซ์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย
วันที่ก่อตั้ง	11 มีนาคม 2562
กรรมการบริษัท	1) นายฤทธิเกียรติ แซ่เต๋น 2) นายวีระ ระเบียบพนา 3) นายกุลธวัช ช่วยชู 4) นายริชาร์ดริคาร์โด คาร์เทอร์
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	(1) ทำนิติกรรมทางการเงินกับสถาบันการเงินให้ นายฤทธิเกียรติ แซ่เต๋น หรือ นายวีระ ระเบียบพนา ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายกุลธวัช ช่วยชู หรือ นายริชาร์ดริคาร์โด คาร์เทอร์ และประทับตราสำคัญของบริษัท (2) สำหรับคำขอหรือเอกสารใดๆที่เกี่ยวกับหน่วยงานของรัฐ หรือเอกชนให้ นายฤทธิเกียรติ แซ่เต๋น หรือ นายวีระ ระเบียบพนา ลงลายมือชื่อและประทับตราสำคัญของบริษัท
ทุนจดทะเบียน	1,000,000 บาท
รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้นของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	1) บริษัท เอสซีพีแอส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ร้อยละ 99.990 2) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา ร้อยละ 0.005 3) นายสมเนตร ระเบียบพนา ร้อยละ 0.005

หมายเหตุ: ข้อมูลรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 29 เมษายน 2568

ESTATE มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือบริษัท เอสซีพีแอส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ซึ่งมีครอบครัวระเบียบพนาเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ESTATE ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย กลุ่มบริษัทมีการขายสินค้าประเภทคอนกรีตผสมเสร็จ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป รวมถึงวัสดุก่อสร้างต่างๆ ให้แก่ ESTATE โดยเป็นการทำรายการที่เป็นราคาขายตามราคาตลาดและมีเงื่อนไขทางการค้าทั่วไป (รายละเอียดของรายการระหว่างกันดังกล่าว ปรากฏในส่วนที่ 2.3.9 การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน)

(5) บริษัท ไลน์ แอสเสท ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“Line Asset”)

ชื่อบริษัท	บริษัท ไลน์ แอสเสท ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	การจัดสรรที่ดิน และการซื้อและขายอสังหาริมทรัพย์
วันที่ก่อตั้ง	27 มีนาคม 2555
กรรมการบริษัท	1) นายวีระ ระเบียบพนา 2) นายฤทธิเกียรติ แซ่เต๋น
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	กรรมการหนึ่งคนลงลายมือชื่อและประทับตราสำคัญของบริษัท
ทุนจดทะเบียน	20,000,000 บาท
รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้นของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา ร้อยละ 65.70 2) นายสมเนตร ระเบียบพนา ร้อยละ 16.65 3) นายวีระ ระเบียบพนา ร้อยละ 5.40 4) นายอภิชาติ แสงฟุ้ง ร้อยละ 10.00 5) นายศรีชัย แซ่ไคว้ ร้อยละ 2.25

หมายเหตุ: ข้อมูลรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 เมษายน 2568

Line Asset มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือครอบครัวระเบียบพนา ประกอบด้วยนายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา นายสมเนตร ระเบียบพนา และนายวีระ ระเบียบพนา ที่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ และผู้บริหารของ SUEN โดยถือหุ้นรวมเป็นสัดส่วนร้อยละ 87.75 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของ Line Asset โดย Line Asset ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย กลุ่มบริษัทมีการขายสินค้าประเภทคอนกรีตผสมเสร็จ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป รวมถึงวัสดุก่อสร้างต่างๆ ให้แก่ Line Asset โดยเป็นการทำรายการที่เป็นราคาขายตามราคาตลาดและมีเงื่อนไขทางการค้าทั่วไป (รายละเอียดของรายการระหว่างกันดังกล่าว ปรากฏในส่วนที่ 2.3.9 การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน)

(6) บริษัท ซุน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (“SUEN Corporation”)

ชื่อบริษัท	บริษัท ซุน คอร์ปอเรชั่น จำกัด
ประเภทธุรกิจ	รับเหมาก่อสร้าง
วันที่ก่อตั้ง	16 ตุลาคม 2550
กรรมการบริษัท	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา 2) นายสมเนตร ระเบียบพนา
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	กรรมการหนึ่งคนลงลายมือชื่อและประทับตราสำคัญของบริษัท
ทุนจดทะเบียน	10,000,000 บาท
รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้นของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา ร้อยละ 46.00 2) นายสมเนตร ระเบียบพนา ร้อยละ 32.00 3) นายวีระ ระเบียบพนา ร้อยละ 7.00 4) นายธวัฒน์ แซ่จ้าว ร้อยละ 8.00 5) นายศรีชัย แซ่ไคว้ ร้อยละ 7.00 6) นายอาคม ทิฐินันท์ ร้อยละ 0.001

หมายเหตุ: ข้อมูลรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 เมษายน 2568

SUEN Corporation มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือครอบครัวระเบียบพนา ประกอบด้วยนายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา นายสมเนตร ระเบียบพนา และนายวีระ ระเบียบพนา ที่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ และผู้บริหารของ SUEN โดยถือหุ้นรวมเป็นสัดส่วนร้อยละ 85.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของ SUEN Corporation ปัจจุบันบริษัทดังกล่าวไม่ได้ดำเนินธุรกิจและไม่มีรายการระหว่างกันกับกลุ่มบริษัท

(7) บริษัท ซุน เจนเนอรัล คอนสตรัคชั่น จำกัด (“SUEN Gen”)

ชื่อบริษัท	บริษัท ซุน เจนเนอรัล คอนสตรัคชั่น จำกัด
ประเภทธุรกิจ	รับเหมาก่อสร้าง
วันที่ก่อตั้ง	18 ธันวาคม 2550
กรรมการบริษัท	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา 2) นายสมเนตร ระเบียบพนา 3) นางสาวสิทธิพร แสงพุง
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	กรรมการหนึ่งคนลงลายมือชื่อและประทับตราสำคัญของบริษัท
ทุนจดทะเบียน	10,000,000 บาท
รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้นของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา ร้อยละ 99.895 2) นางสาวสิทธิพร แสงพุง ร้อยละ 0.10 3) นางสาวอรรธยา แสงพุง ร้อยละ 0.001 4) นายอภิชาติ แสงพุง ร้อยละ 0.001 5) นายสมเนตร ระเบียบพนา ร้อยละ 0.001 6) นายวีระ ระเบียบพนา ร้อยละ 0.001 7) นายอุดม วานิชเทิดไทย ร้อยละ 0.001

หมายเหตุ: ข้อมูลรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 เมษายน 2568

SUEN Gen มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือครอบครัวระเบียบพนา ประกอบด้วยนายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา นายสมเนตร ระเบียบพนา และนายวีระ ระเบียบพนา ที่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ และผู้บริหารของ SUEN โดยถือหุ้นรวมเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.897 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของ SUEN Gen ปัจจุบันบริษัทดังกล่าวไม่ได้ดำเนินธุรกิจ และไม่มีรายการระหว่งกันกับกลุ่มบริษัท

1.3.3 ผู้ถือหุ้น
(1) รายชื่อผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 9 มกราคม 2569 มีรายละเอียด ดังนี้

	รายชื่อผู้ถือหุ้น	ก่อนการเสนอขาย IPO		หลังการเสนอขาย IPO	
		จำนวนหุ้น (หุ้น)	ร้อยละ	จำนวนหุ้น (หุ้น)	ร้อยละ
1.	กลุ่มครอบครัวระเบียบพนา	<u>379,033,600</u>	<u>67.23</u>	<u>379,033,600</u>	<u>49.87</u>
	1) นายวิเศษศักดิ์ ระเบียบพนา	273,873,800	48.58	273,873,800	36.04
	2) นายสมเนตร ระเบียบพนา	66,786,600	11.85	66,786,600	8.79
	3) นายวีระ ระเบียบพนา	38,373,200	6.81	38,373,200	5.05
2.	บริษัท สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จำกัด (มหาชน) ^{1/}	143,760,000	25.50	143,760,000	18.92
3.	บริษัท ปิยะระยองกรุ๊ป จำกัด ^{2/}	25,369,200	4.50	25,369,200	3.34
4.	นายศรีชัย แซ่ไคว่	9,959,600	1.77	9,959,600	1.31

	รายชื่อผู้ถือหุ้น	ก่อนการเสนอขาย IPO		หลังการเสนอขาย IPO	
		จำนวนหุ้น (หุ้น)	ร้อยละ	จำนวนหุ้น (หุ้น)	ร้อยละ
5.	นางสาวกุลธิดา ลีประพันธ์กุล	5,637,600	1.00	5,637,600	0.74
6.	เสนอขายประชาชนเป็นครั้งแรก	-	-	196,240,000	25.82
รวมทั้งสิ้น		563,760,000	100.00	760,000,000	100.00

หมายเหตุ: 1/ บริษัท สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จำกัด (มหาชน) (ROJNA) มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ณ วันที่ 6 พฤษภาคม 2568 เท่ากับ 2,020.46 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 2,020,461,863 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยมีรายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรกดังนี้

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วนร้อยละ
1	Nippon Steel Trading Corporation	418,960,446	20.74
2	นายดิเรก วินิชบุตร	375,576,028	18.59
3	นายชาย วินิชบุตร	303,154,145	15.00
4	SMK Asia Ltd	134,467,593	6.66
5	นางเซอร์รี จริญญาคน	101,040,650	5.00
6	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	78,458,231	3.88
7	นายสมศักดิ์ อมรรัตนชัยกุล	45,548,000	2.25
8	นายจิระพงษ์ วินิชบุตร	28,590,381	1.42
9	นาย จตุพล เกரியงชัยกิจกุล	21,971,700	1.09
10	นายบุญชัย พิพัฒน์ศิริกุล	19,275,000	0.95
11	ผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ	493,419,689	24.42
รวม		2,020,461,863	100.00

หมายเหตุ : ข้อมูลจากเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ข้อมูลผู้ถือหุ้นจากการปิดสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 6 พฤษภาคม 2568 ซึ่งมีจำนวนผู้ถือหุ้นรวมทั้งสิ้น 8,878 ราย

2/ บริษัท ปิยะระยองกรุ๊ป จำกัด มีทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 1 เมษายน 2568 เท่ากับ 900.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 9,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยมีรายชื่อผู้ถือหุ้นดังนี้

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วนร้อยละ
1	นายปิยวัชร ปิตุเตชะ	3,000,000	33.33
2	นายปิติ ปิตุเตชะ	1,500,000	16.67
3	นางสาวรัฐติยา ปิตุเตชะ	1,500,000	16.67
4	นายชัตติยะ ปิตุเตชะ	1,500,000	16.67
5	นางสาวชัตติยา ปิตุเตชะ	1,500,000	16.67
รวม		9,000,000	100.00

(2) ข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นใหญ่ (Shareholders' Agreement)

(2.1) สัญญาระหว่างผู้ถือหุ้นของบริษัท ศิลาดารา จำกัด (ST) (บริษัทย่อย) มีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

คู่สัญญา	1) นางนงนุช สุวรรณฤกษ์ (“ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ก.”) 2) นายชัตติยะ ปิตุเตชะ (“ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ข.”) 3) นายอัศวชัย สิทธิบุศย์ (“ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ค.”) 4) บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) (“ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง.”) และ 5) บริษัท นิมิตร โฮลดิ้ง จำกัด (“ผู้ถือหุ้นกลุ่ม จ.”)
วันที่ลงนามในสัญญา	วันที่ [19] มีนาคม 2569
วัตถุประสงค์ของสัญญา	คู่สัญญาตกลงเข้าทำสัญญาดังนี้เพื่อยืนยันว่า ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการกิจการของ ST และกำหนดสิทธิและหน้าที่ระหว่างคู่สัญญา รวมถึงกำหนดขอบเขตและหน้าที่ในการบริหารจัดการกิจการของ ST
สัดส่วนการถือหุ้นและสิทธิออกเสียง	1) ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ก. ถือหุ้นสามัญในสัดส่วนร้อยละ 19.98 คิดเป็นสัดส่วนสิทธิออกเสียงร้อยละ 8.33 2) ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ข. ถือหุ้นสามัญในสัดส่วนร้อยละ 19.98 คิดเป็นสัดส่วนสิทธิออกเสียงร้อยละ 8.33 3) ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ค. ถือหุ้นสามัญในสัดส่วนร้อยละ 9.99 คิดเป็นสัดส่วนสิทธิออกเสียงร้อยละ 4.16 4) ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. ถือหุ้นสามัญในสัดส่วนร้อยละ 39.96 และหุ้นบุริมสิทธิในสัดส่วนร้อยละ 0.10 คิดเป็นสัดส่วนสิทธิออกเสียงร้อยละ 75.01 5) ผู้ถือหุ้นกลุ่ม จ. ถือหุ้นสามัญในสัดส่วนร้อยละ 9.99 คิดเป็นสัดส่วนสิทธิออกเสียงร้อยละ 4.16
สิทธิในหุ้นบุริมสิทธิ	1) ผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิมีสิทธิออกเสียงได้ 1 หุ้นต่อ 1,401 เสียง 2) ผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิมีสิทธิได้รับเงินปันผลแบบสะสม ในอัตราคงที่ร้อยละ 3 ต่อปีของมูลค่าหุ้นที่ชำระแล้วของหุ้นบุริมสิทธิ หากปีใด ST ไม่ประกาศจ่ายเงินปันผล ผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิจะมีสิทธิได้รับเงินปันผลตามที่กำหนดไว้ข้างต้นแบบสะสมไปทุกปีจนกว่า ST จะประกาศจ่ายปันผล และมีสิทธิในการรับเงินปันผลก่อนผู้ถือหุ้นสามัญ แต่จะไม่คลุมไปถึงสิทธิอื่นใดในการเข้ามีส่วนร่วมในผลกำไรของ ST 3) ในกรณีที่ ST มีการชำระบัญชีบริษัท ภายหลังจากที่ชำระหนี้ทั้งหมดแล้ว ผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิจะได้รับเงินปันผลที่ ST ยังไม่ได้จ่ายให้ และมีสิทธิได้รับคืนเงินทุนเต็มมูลค่าของหุ้นบุริมสิทธิก่อนผู้ถือหุ้นสามัญเท่านั้น ส่วนของผู้ถือหุ้นที่เหลือให้จัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นสามัญ
คณะกรรมการ	องค์ประกอบ: ที่ประชุมใหญ่ผู้ถือหุ้นเป็นผู้กำหนดจำนวนกรรมการ โดยกรรมการเกินกว่ากึ่งหนึ่งต้องได้รับการเสนอชื่อจากผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. และการแต่งตั้งกรรมการแต่ละรายต้องได้รับคะแนนเสียงสนับสนุนจากผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. นอกจากนี้ คู่สัญญาตกลงให้ประธานกรรมการต้องเป็นกรรมการที่ได้รับการเสนอชื่อจากผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. โดยทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุมคณะกรรมการ และที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม: กรรมการที่ได้รับการเสนอชื่อจากผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. เป็นกรรมการผู้มีอำนาจกระทำการแทน ST ทั้งนี้ ในกรณีที่มีการแต่งตั้งกรรมการรายอื่นให้เป็นกรรมการผู้มีอำนาจกระทำการแทน ST ด้วย กรรมการดังกล่าวจะต้องลงนามร่วมกับกรรมการที่ได้รับการเสนอชื่อจากผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง.

	<p>มติของที่ประชุม: ต้องได้รับการอนุมัติด้วยคะแนนเสียงข้างมาก ทั้งนี้ ในกรณีที่คะแนนเสียงเท่ากัน ประธานในที่ประชุมมีสิทธิออกเสียงชี้ขาด</p>
การประชุมผู้ถือหุ้น	<p>องค์ประชุม: ผู้ถือหุ้นหรือผู้รับมอบฉันทะซึ่งเข้าร่วมประชุมต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน และมีจำนวนหุ้นนับรวมกันได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของ ST ทั้งนี้ ต้องมีผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. เข้าร่วมประชุมด้วย</p> <p><u>สิทธิในการออกเสียงลงคะแนน:</u></p> <p>ผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิมีสิทธิออกเสียงได้ 1 หุ้นต่อ 1,401 เสียง</p> <p>ผู้ถือหุ้นสามัญมีสิทธิออกเสียงได้ 1 หุ้นต่อ 1 เสียง</p> <p>มติของที่ประชุม: เว้นแต่เรื่องที่ต้องได้รับมติพิเศษตามที่กฎหมายกำหนดไว้ มติของที่ประชุมผู้ถือหุ้นต้องได้รับการอนุมัติด้วยคะแนนเสียงข้างมากของผู้ถือหุ้นทั้งหมดที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน ทั้งนี้ ในกรณีที่คะแนนเสียงเท่ากัน ประธานในที่ประชุมมีสิทธิออกเสียงชี้ขาด</p>
การจ่ายเงินปันผล	<p>การจ่ายเงินปันผลของ ST ต้องพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) ผลประกอบการของ ST (2) กระแสเงินสดที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของ ST และ (3) แผนการลงทุนของ ST ในอนาคต <p>ทั้งนี้ ในกรณีที่ที่ประชุมคณะกรรมการหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นเห็นว่า ST มีกระแสเงินสดเพียงพอ ที่ประชุมคณะกรรมการหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น (โดยกรรมการที่เสนอชื่อโดยผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. หรือผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. แล้วแต่กรณี) พิจารณาจ่ายเงินปันผลโดยไม่คำนึงถึงหลักเกณฑ์ข้างต้นได้ แต่การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวต้องไม่เป็นเหตุให้ ST ผิดเงื่อนไขการชำระหนี้กับเจ้าหนี้ หรือขัดขวางการดำเนินงานของ ST</p>
ข้อจำกัดเกี่ยวกับหุ้น	<p><u>ข้อจำกัดการโอนหุ้น:</u> คู่สัญญาตกลงจะไม่จำหน่าย ฝาก โอนหุ้นของ ST ที่ตนถืออยู่ เว้นแต่ในกรณีดังต่อไปนี้ (ก) โอนหุ้นให้คู่สัญญาฝ่ายอื่น (ข) โอนหุ้นให้แก่บริษัทในเครือของคู่สัญญาแต่ละฝ่าย เนื่องจากการปรับโครงสร้างภายในกลุ่มของคู่สัญญาฝ่ายนั้น หรือ (ค) โอนหุ้นโดยได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากคู่สัญญาฝ่ายอื่นทั้งหมด</p> <p><u>สิทธิในการปฏิเสธก่อน (Right of First Refusal):</u> ในกรณีที่คู่สัญญาฝ่ายใดประสงค์จะโอนหรือขายหุ้นของ ST ที่ตนถืออยู่ให้แก่บุคคลภายนอก คู่สัญญาฝ่ายนั้นจะต้องเสนอขายหุ้นดังกล่าวให้แก่คู่สัญญาฝ่ายอื่นทุกรายก่อน โดยดำเนินการตามขั้นตอนและเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญา</p>
การสิ้นสุดสัญญา	<p>สัญญาระหว่างคู่สัญญาฉบับนี้จะสิ้นสุดลงเมื่อเกิดเหตุใดเหตุหนึ่งดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ในหุ้นของ ST ทั้งหมด 2) เมื่อ ST มีการเลิกบริษัท 3) คู่สัญญาทุกฝ่ายตกลงร่วมกันเป็นลายลักษณ์อักษรให้เลิกสัญญา
กฎหมายที่ใช้บังคับ	กฎหมายไทย

(2.2) สัญญาระหว่างผู้ถือหุ้นของบริษัท ศิลาดารา 2021 จำกัด (ST 2021) (บริษัทย่อย) มีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

คู่สัญญา	<ol style="list-style-type: none"> 1) นายฉัตรชัย ปิตุเตชะ (“ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ก.”) 2) นายชัตติยะ ปิตุเตชะ (“ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ข.”) 3) นายอักรชัย สิทธิบุศย์ (“ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ค.”) 4) บริษัท ชุน คอร์ป จำกัด (มหาชน) (“ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง.”)
วันที่ลงนามในสัญญา	วันที่ [19] มีนาคม 2569
วัตถุประสงค์ของสัญญา	คู่สัญญาตกลงเข้าทำสัญญาฉบับนี้เพื่อยืนยันว่า ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการกิจการของ ST 2021 และกำหนดสิทธิและหน้าที่ระหว่างคู่สัญญา รวมถึงกำหนดขอบเขตและหน้าที่ในการบริหารจัดการกิจการของ ST 2021
สัดส่วนการถือหุ้นและสิทธิออกเสียง	<ol style="list-style-type: none"> 1) ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ก. ถือหุ้นสามัญในสัดส่วนร้อยละ 22.98 คิดเป็นสัดส่วนสิทธิออกเสียงร้อยละ 10.27 2) ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ข. ถือหุ้นสามัญในสัดส่วนร้อยละ 22.98 คิดเป็นสัดส่วนสิทธิออกเสียงร้อยละ 10.27 3) ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ค. ถือหุ้นสามัญในสัดส่วนร้อยละ 9.99 คิดเป็นสัดส่วนสิทธิออกเสียงร้อยละ 4.46 4) ผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. ถือหุ้นสามัญในสัดส่วนร้อยละ 43.96 และหุ้นบุริมสิทธิในสัดส่วนร้อยละ 0.01 คิดเป็นสัดส่วนสิทธิออกเสียงร้อยละ 75.00
สิทธิในหุ้นบุริมสิทธิ	<ol style="list-style-type: none"> 1) ผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิมีสิทธิออกเสียงได้ 1 หุ้นต่อ 1,240 เสียง 2) ผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิมีสิทธิได้รับเงินปันผลแบบสะสม ในอัตราคงที่ร้อยละ 3 ต่อปีของมูลค่าหุ้นที่ชำระแล้วของหุ้นบุริมสิทธิ หากปีใด ST 2021 ไม่ประกาศจ่ายเงินปันผล ผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิจะมีสิทธิได้รับเงินปันผลตามที่กำหนดไว้ข้างต้นแบบสะสมไปทุกปีจนกว่า ST 2021 จะประกาศจ่ายปันผล และมีสิทธิในการรับเงินปันผลก่อนผู้ถือหุ้นสามัญ แต่จะไม่คลุมไปถึงสิทธิอื่นใดในการเข้ามีส่วนร่วมในผลกำไรของ ST 2021 3) ในกรณีที่ ST 2021 มีการชำระบัญชีบริษัท ภายหลังจากที่ชำระหนี้ทั้งหมดแล้ว ผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิจะได้รับเงินปันผลที่ ST 2021 ยังไม่ได้จ่ายให้ และมีสิทธิได้รับคืนเงินทุนเต็มมูลค่าของหุ้นบุริมสิทธิก่อนผู้ถือหุ้นสามัญเท่านั้น ส่วนของผู้ถือหุ้นที่เหลือให้จัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นสามัญ
คณะกรรมการ	<p>องค์ประกอบ: ที่ประชุมใหญ่ผู้ถือหุ้นเป็นผู้กำหนดจำนวนกรรมการ โดยกรรมการเกินกว่ากึ่งหนึ่งต้องได้รับการเสนอชื่อจากผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. และการแต่งตั้งกรรมการแต่ละรายต้องได้รับคะแนนเสียงสนับสนุนจากผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง.</p> <p>นอกจากนี้ คู่สัญญาตกลงให้ประธานกรรมการต้องเป็นกรรมการที่ได้รับการเสนอชื่อจากผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. โดยทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุมคณะกรรมการ และที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท</p> <p>กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม: กรรมการที่ได้รับการเสนอชื่อจากผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. เป็นกรรมการผู้มีอำนาจกระทำการแทน ST 2021 ทั้งนี้ ในกรณีที่มีการแต่งตั้งกรรมการรายอื่นให้เป็นกรรมการผู้มีอำนาจกระทำการแทน ST 2021 ด้วย กรรมการดังกล่าวจะต้องลงนามร่วมกับกรรมการที่ได้รับการเสนอชื่อจากผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง.</p> <p>มติของที่ประชุม: ต้องได้รับการอนุมัติด้วยคะแนนเสียงข้างมาก ทั้งนี้ ในกรณีที่คะแนนเสียงเท่ากัน ประธานในที่ประชุมมีสิทธิออกเสียงชี้ขาด</p>

การประชุมผู้ถือหุ้น	<p>องค์ประชุม: ผู้ถือหุ้นหรือผู้รับมอบฉันทะซึ่งเข้าร่วมประชุมต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน และมีจำนวนหุ้นนับรวมกันได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของ ST 2021 ทั้งนี้ ต้องมีผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. เข้าร่วมประชุมด้วย</p> <p><u>สิทธิในการออกเสียงลงคะแนน:</u> ผู้ถือหุ้นบริมสิทธิมีสิทธิออกเสียงได้ 1 หุ้นต่อ 1,240 เสียง ผู้ถือหุ้นสามัญมีสิทธิออกเสียงได้ 1 หุ้นต่อ 1 เสียง</p> <p><u>มติของที่ประชุม:</u> เว้นแต่เรื่องที่ต้องได้รับมติพิเศษตามที่กฎหมายกำหนดไว้ มติของที่ประชุมผู้ถือหุ้นต้องได้รับการอนุมัติด้วยคะแนนเสียงข้างมากของผู้ถือหุ้นทั้งหมดที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน ทั้งนี้ ในกรณีที่คะแนนเสียงเท่ากัน ประธานในที่ประชุมมีสิทธิออกเสียงชี้ขาด</p>
การจ่ายเงินปันผล	<p>การจ่ายเงินปันผลของ ST 2021 ต้องพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) ผลประกอบการของ ST 2021 (2) กระแสเงินสดที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจการของ ST 2021 และ (3) แผนการลงทุนของ ST 2021 ในอนาคต <p>ทั้งนี้ ในกรณีที่ที่ประชุมคณะกรรมการหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นเห็นว่า ST 2021 มีกระแสเงินสดเพียงพอที่ประชุมคณะกรรมการหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น (โดยกรรมการที่เสนอชื่อโดยผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. หรือผู้ถือหุ้นกลุ่ม ง. แล้วแต่กรณี) พิจารณาจ่ายเงินปันผลโดยไม่คำนึงถึงหลักเกณฑ์ข้างต้นได้ แต่การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวต้องไม่เป็นเหตุให้ ST 2021 ผิดเงื่อนไขการชำระหนี้กับเจ้าหนี้ หรือขัดขวางการดำเนินงานของ ST 2021</p>
ข้อจำกัดเกี่ยวกับหุ้น	<p><u>ข้อจำกัดการโอนหุ้น:</u> คู่สัญญาตกลงจะไม่จำหน่าย ฝาก โอนหุ้นของ ST 2021 ที่ตนถืออยู่ เว้นแต่ในกรณีดังต่อไปนี้ (ก) โอนหุ้นให้คู่สัญญาฝ่ายอื่น (ข) โอนหุ้นให้แก่บริษัทในเครือของคู่สัญญาแต่ละฝ่าย เนื่องจากการปรับโครงสร้างภายในกลุ่มของคู่สัญญาฝ่ายนั้น หรือ (ค) โอนหุ้นโดยได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากคู่สัญญาฝ่ายอื่นทั้งหมด</p> <p><u>สิทธิในการปฏิเสธก่อน (Right of First Refusal):</u> ในกรณีที่คู่สัญญาฝ่ายใดประสงค์จะโอนหรือขายหุ้นของ ST 2021 ที่ตนถืออยู่ให้แก่บุคคลภายนอก คู่สัญญาฝ่ายนั้นจะต้องเสนอขายหุ้นดังกล่าวให้แก่คู่สัญญาฝ่ายอื่นทุกรายก่อน โดยดำเนินการตามขั้นตอนและเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญา</p>
การสิ้นสุดสัญญา	<p>สัญญาฉบับนี้จะสิ้นสุดลงเมื่อเกิดเหตุใดเหตุหนึ่งดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ในหุ้นของ ST 2021 ทั้งหมด 2) เมื่อ ST 2021 มีการเลิกบริษัท 3) คู่สัญญาทุกฝ่ายตกลงร่วมกันเป็นลายลักษณ์อักษรให้เลิกสัญญา
กฎหมายที่ใช้บังคับ	กฎหมายไทย

1.4 จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

บริษัทมีทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 9 มกราคม 2569 เท่ากับ 380,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญทั้งสิ้น 760,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท โดยมีทุนที่ออกและชำระแล้วจำนวน 281,880,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 563,760,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท และภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ประชาชนในครั้งนี้อาจมีจำนวน 196,240,000 หุ้น ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.82 ของทุนจดทะเบียนของบริษัท ซึ่งจะทำให้บริษัทจะมีทุนชำระแล้วรวม 380,000,000 บาท แบ่งเป็นจำนวนหุ้นสามัญทั้งสิ้น 760,000,000 หุ้น

1.5 การออกหลักทรัพย์อื่น

- ไม่มี -

1.6 นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย และตระหนักถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ดังนั้น เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว บริษัทจึงกำหนดนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทและบริษัทย่อย ดังนี้

1.6.1 นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัท

บริษัทมีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิจากงบการเงินเฉพาะกิจการ ภายหลังจากหักภาษีเงินได้นิติบุคคล และการจัดสรรทุนสำรองต่างๆ ทุกประเภท ตามที่ได้กำหนดไว้ในกฎหมายและข้อบังคับของบริษัท ทั้งนี้ ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขว่าบริษัทมีผลกำไรสะสมเพียงพอ และไม่มีผลขาดทุนสะสมตามงบการเงินเฉพาะกิจการในช่วงเวลาที่มีการพิจารณาจ่ายเงินปันผล

อย่างไรก็ตาม การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ โดยคณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาอย่างรอบคอบจากหลายปัจจัย เช่น ภาวะเศรษฐกิจ กระแสเงินสด ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน แผนการลงทุนและการขยายธุรกิจ ภาระผูกพันทางการเงิน เงื่อนไขตามสัญญากู้ยืม และข้อจำกัดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถรักษาเสถียรภาพทางการเงิน และสร้างผลตอบแทนที่มั่นคงและยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้นได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

สำหรับการจ่ายเงินปันผลประจำปีจะต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่การจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ซึ่งคณะกรรมการบริษัทอาจอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลได้เป็นครั้งคราว หากเห็นว่าบริษัทมีผลกำไรและสภาพคล่องเพียงพอ โดยจะต้องรายงานการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมคราวต่อไป ทั้งนี้ การดำเนินการเกี่ยวกับการจ่ายเงินปันผลต้องไม่ขัดต่อกฎหมาย และข้อบังคับของบริษัท

ข้อมูลการจ่ายเงินปันผลของบริษัทสำหรับปี 2566 – ปี 2568

การจ่ายเงินปันผล	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
จำนวนเงินปันผลจ่าย (ล้านบาท)	70.47	130.09	162.08
อัตราเงินปันผลจ่ายต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	25.00	46.15	57.50
อัตรากำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	41.74	85.16	91.07
อัตราการจ่ายเงินปันผลต่อกำไรสุทธิ (%)	59.90	54.19	63.14

หมายเหตุ : การจ่ายเงินปันผลคำนวณจากจำนวนหุ้นสามัญ 2,818,800 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท

1.6.2 นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย

การพิจารณาจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อยอยู่ภายใต้อำนาจการพิจารณาอนุมัติของคณะกรรมการบริษัท และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อย โดยบริษัทย่อยมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิจากงบการเงิน เฉพาะกิจการของแต่ละบริษัทย่อย ภายหลังจากหักภาษีเงินได้นิติบุคคล และการจัดสรรทุนสำรองต่าง ๆ ตามที่ได้กำหนดไว้ใน กฎหมายและข้อบังคับของแต่ละบริษัท ทั้งนี้ บริษัทย่อยจะพิจารณาจ่ายเงินปันผลในกรณีที่ไม่มียอดขาดทุนสะสม และมีฐานะทางการเงินเพียงพอในการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี คณะกรรมการของบริษัทย่อยมีอำนาจในการพิจารณาปรับเปลี่ยนหรือยกเว้นการดำเนินการตามนโยบายดังกล่าวได้ตามความเหมาะสม โดยพิจารณาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ความจำเป็นในการลงทุนระยะยาว การบริหารสภาพคล่อง ในช่วงที่มีความผันผวน หรือข้อจำกัดที่อาจมีผลกระทบต่อกระแสเงินสดในอนาคต โดยมีเป้าหมายหลักในการสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น

ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลประจำปีของบริษัทย่อยจะต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อย เว้นแต่ในกรณีการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ซึ่งคณะกรรมการของบริษัทย่อยสามารถอนุมัติได้หากมีความเหมาะสม และต้องรายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อยทราบในการประชุมครั้งต่อไป การดำเนินการทั้งหมดต้องอยู่ภายใต้กฎหมายและข้อบังคับของบริษัทย่อยแต่ละแห่ง และไม่ขัดกับเงื่อนไขของบริษัทแม่ นโยบายการจ่ายเงินปันผลนี้