

SUEN CORP– ชูน คอร์ป (SUEN)

22 ตุลาคม 2569

IPO

ราคาเป้าหมายปี 2570	6.56 บาท
ปริมาณหุ้น (พาร์ 0.50 บาท)	760 ล้านหุ้น

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด อาจเป็นผู้จัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ SUEN ในครั้งนี้ โดยการจัดทำเอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข้อมูลและบทวิเคราะห์เท่านั้น ทั้งนี้ การตัดสินใจลงทุนขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของนักลงทุน

ระยะเวลาห้ามเผยแพร่รายงานฉบับนี้ ตั้งแต่วันที่ 29 ตุลาคม 2569 เป็นต้นไปจนถึงวันสุดท้ายของการเสนอขาย (Black out period) ผู้ลงทุนควรอ่านรายละเอียดในหนังสือชี้ชวนก่อนตัดสินใจลงทุน

นักวิเคราะห์
เอกรินทร์ วงษ์ศิริ, CFA
เลขทะเบียนนักวิเคราะห์: 055680
ekkarin@trinitythai.com

SUEN ธุรกิจครบวงจรตั้งแต่เหมืองหินถึงค้าปลีก สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

- SUEN ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างแบบครบวงจร โดย SUEN มุ่งเน้นพื้นที่จังหวัดระยอง ชลบุรี และพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ
- เร่งขยายสาขา We MAKE และ Riki Riki พร้อมเพิ่มกำลังการผลิตคอนกรีต เปิดโอกาสสร้างรายได้ใหม่จากธุรกิจค้าปลีก และรองรับความต้องการก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นในพื้นที่ EEC
- กำไรเติบโตโดดเด่น คาดเพิ่มขึ้นราว 66% ในปี 2570 โดยคาดการณ์ส่วนของบริษัทใหญ่เพิ่มจาก 187 ล้านบาทในปี 2569 เป็น 311 ล้านบาทในปี 2570 หนุนจากการขยายธุรกิจ รายได้ที่ได้เติบโต และประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนที่ดีขึ้น
- ประเมินมูลค่าเหมาะสมของ ณ สิ้นปี 2570 ที่ 6.56 บาทต่อหุ้น อิง PER 16 เท่า

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ชูน คอร์ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “SUEN”) ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างแบบครบวงจร ครอบคลุม 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่ 1) ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ขายภายในบ้าน ผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ภายใต้แบรนด์ “We MAKE” ซึ่งปัจจุบันมี 8 สาขา และธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์และของใช้ภายในบ้านภายใต้แบรนด์ “Riki Riki” 2) ธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป และ 3) ธุรกิจเหมืองหินแกรนิตสำหรับอุตสาหกรรมก่อสร้าง ซึ่งผลิตและจำหน่ายหินก่อสร้างประเภทต่างๆ รวมถึงเป็นแหล่งวัตถุดิบให้แก่ธุรกิจคอนกรีตของกลุ่มบริษัท

ความน่าสนใจในการลงทุน

- ดำเนินธุรกิจในพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงของประเทศ โดย SUEN มุ่งเน้นพื้นที่จังหวัดระยอง ชลบุรี และพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP) อยู่ในระดับต้นๆ ของประเทศ โดยเฉพาะระยองที่มี GPP ต่อหัว (GPP Per Capita) สูงที่สุดของประเทศ
- มีโครงสร้างธุรกิจครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ครอบคลุมธุรกิจเหมืองหินซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบ ธุรกิจผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป ไปจนถึงธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง
- มีโอกาสเติบโตจากการขยายสาขาและกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง

แนวโน้มผลการดำเนินงานและการเติบโต

คาดการณ์รายได้ของ SUEN จะเพิ่มขึ้นจาก 3,578 ล้านบาทในปี 2568 เป็น 3,885 ล้านบาทในปี 2569 ก่อนเพิ่มเป็น 6,143 ล้านบาทในปี 2570 และ 6,529 ล้านบาทในปี 2571 หรือเติบโตร้อยละ 8.6, 58.1 และ 6.3 ตามลำดับ โดยมีแรงหนุนจากการขยายสาขา We MAKE และ Riki Riki การเพิ่มกำลังผลิตคอนกรีต และการเติบโตของธุรกิจเหมืองหิน เพื่อบริการรองรับการลงทุนในพื้นที่ EEC ขณะที่กำไรสุทธิของบริษัทใหญ่คาดว่าจะเพิ่มจาก 159 ล้านบาทในปี 2568 เป็น 187 ล้านบาทในปี 2569, 311 ล้านบาทในปี 2570 และ 338 ล้านบาทในปี 2571 หรือเติบโตร้อยละ 17.6, 66.3 และ 8.7 ตามลำดับ จากรายได้ที่เพิ่มขึ้นและการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ

ประเมินมูลค่าเหมาะสมปี 2570 ที่ 6.56 บาท

ประเมินมูลค่าเหมาะสม ณ สิ้นปี 2570 ที่ 6.56 บาทต่อหุ้น อิง PER 16 เท่า ให้ Premium สูงกว่ากลุ่มเพื่อสะท้อนศักยภาพการเติบโตจากการขยายสาขาค้าปลีก การเพิ่มกำลังการผลิต และความได้เปรียบจากการดำเนินธุรกิจครบวงจรในพื้นที่ EEC

Financial Highlights

Year-End:	2567A	2568A	2569F	2570F	2571F
Sales and Services (Bt mn)	3,297	3,578	3,885	6,143	6,529
EBITDA (Bt mn)	459	490	569	798	852
Net Profit (Bt mn)	165	159	187	311	338
EPS (Bt)	0.29	0.28	0.25	0.41	0.44
EV/EBITDA (x)	12.29	11.91	8.30	5.93	5.07
PER(x)	22.47	23.24	26.69	16.00	14.75
P/BV (x)	4.84	4.86	2.81	2.54	2.30
DPS(Bt)	0.23	0.29	0.10	0.16	0.18
Div Yield (%)	4%	4%	1%	3%	3%
ROE (%)	20%	18%	12%	14%	13%

Source: Company, Trinity Research * Stock price based on target price @ 6.56

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันหรือการรับประกันใดๆ และความสมบูรณ์ของข้อมูลนั้นๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการชี้นำหรือชักชวนให้นักลงทุนทำการซื้อขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ชูณ คอร์ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “SUEN”) และบริษัทย่อย (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัท”) ประกอบธุรกิจหลัก 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป และธุรกิจเหมืองหินแกรนิตสำหรับอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยมีฐานการดำเนินงานธุรกิจหลักในพื้นที่ภาคตะวันออก โดยเฉพาะจังหวัดระยองและชลบุรี

โดยกลุ่มบริษัทแบ่งธุรกิจออกเป็น 3 ธุรกิจ ได้แก่

- 1) ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ดำเนินงานผ่านบริษัท วี โคม ไซลูชั่น จำกัด (“WH”) ภายใต้ชื่อทางการค้า “We MAKE” และ “Riki Riki” ครอบคลุมวัสดุก่อสร้าง ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป และสินค้าทั่วไปภายในบ้าน ทั้งภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทและผู้ผลิตรายอื่น ปัจจุบันมีสาขาจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง 8 แห่ง ศูนย์กระจายสินค้า 1 แห่ง และร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไปภายในบ้าน 1 แห่ง ครอบคลุมพื้นที่ภาคตะวันออก
- 2) ธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีต ดำเนินงานโดยบริษัท ภายใต้ชื่อทางการค้า “SC” ครอบคลุมคอนกรีตผสมเสร็จ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป (SC Precast) ซึ่งจัดจำหน่ายผ่าน WH และการรับผลิตตามความต้องการของลูกค้า โดยมีโรงงานรวม 15 แห่งในจังหวัดระยองและชลบุรี ฐานลูกค้าหลัก ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรม ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และผู้รับเหมาก่อสร้างทั้งภาครัฐและเอกชน
- 3) ธุรกิจเหมืองหินแกรนิต ดำเนินงานผ่านบริษัท ศิลาธารา จำกัด (“ST”) มีเหมืองหิน 1 แห่งในจังหวัดระยอง กำลังการผลิตเฉลี่ยประมาณ 5 ล้านเมตริกตันต่อปี และได้รับอนุญาตให้ทำเหมืองรวม 80.50 ล้านเมตริกตัน โดยบริษัท คาดว่าจะสามารถผลิตหินได้จนถึงปี 2583 ผลผลิตใช้เป็นวัตถุดิบในธุรกิจคอนกรีตของกลุ่มบริษัทและจำหน่ายให้แก่ลูกค้าภายนอก ช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงการจัดจำหน่าย

สำหรับโครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทแยกตามประเภทธุรกิจ ในช่วงตั้งแต่ปี 2566 – 2568 และงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

Exhibit 1 โครงสร้างรายได้ปี 2566 – 2568 และงวด 6 เดือนแรก ปี 2569

รายได้รวม	ปี 2566		ปี 2567		ปี 2568		6M2569	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน	1,652.57	55.10	1,512.39	46.81	1,737.88	49.50	929.08	48.85
2. ธุรกิจคอนกรีต	1,246.05	41.55	1,406.73	43.54	1,286.34	36.64	698.17	36.71
3. ธุรกิจเหมืองหิน	100.63	3.36	311.99	9.66	486.95	13.87	274.72	14.44
รวมรายได้จากการขาย	2,999.25	100.00	3,231.11	100.00	3,511.17	100.00	1,901.97	100.00

Source: Company

ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทดำเนินธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ภายใต้ชื่อทางการค้า “We MAKE” และ “Riki Riki” รวมถึงธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป ภายใต้ชื่อทางการค้า “SC” ตลอดจนรับผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัท ยังดำเนินธุรกิจเหมืองหินแกรนิตสำหรับอุตสาหกรรมก่อสร้าง เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตคอนกรีตของกลุ่มบริษัทและจำหน่ายแก่ลูกค้าภายนอก โดยมีการดำเนินธุรกิจที่เชื่อมโยงกันตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบ การผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีต ไปจนถึงการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายสาขาของกลุ่มบริษัท ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและการให้บริการลูกค้าอย่างครบวงจร

การดำเนินธุรกิจของบริษัท สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่มประเภทธุรกิจ ดังนี้

1. ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน

ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน ดำเนินงานผ่านบริษัท วี โฮม โฮลดิ้ง จำกัด (WH) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ภายใต้แบรนด์ “We MAKE” (เดิมชื่อ We Home) โดยมุ่งเน้นการจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง อุปกรณ์ต่อเติมและตกแต่งบ้าน ผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เน้นความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า ราคาที่แข่งขันได้ และบริการจัดส่งที่รวดเร็ว ปัจจุบันมีสาขาเปิดดำเนินงานรวม 8 สาขา ครอบคลุม 4 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ ระยอง 3 สาขา ชลบุรี 3 สาขา ปราจีนบุรี 1 สาขา และจันทบุรี 1 สาขา โดยแต่ละสาขามีพื้นที่ให้บริการประมาณ 1,000–3,500 ตารางเมตร พร้อมศูนย์กระจายสินค้าในจังหวัดระยอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารสินค้าคงคลังและลดต้นทุนการจัดเก็บสินค้า ทั้งนี้ We MAKE มีสินค้าจำหน่ายมากกว่า 10,000 รายการ แบ่งเป็น 11 กลุ่มหลัก ครอบคลุมวัสดุโครงสร้างทั่วไป ผลิตภัณฑ์เหล็ก ระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง ระบบประปา สีและเคมีภัณฑ์ วัสดุปูพื้นและผนัง กระเบื้อง สุขภัณฑ์ เครื่องมือช่าง และอุปกรณ์ภายในบ้าน โดยรายได้หลักมาจากกลุ่มวัสดุโครงสร้างและผลิตภัณฑ์เหล็กเป็นสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทยังจำหน่ายสินค้าทั้งภายใต้ตราสินค้าของตนเอง (House Brand) และตราสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น (Non-House Brand) โดยปัจจุบันสินค้า House Brand มีสัดส่วนรายได้ไม่เกิน 3% ของรายได้ธุรกิจดังกล่าว เนื่องจากยังอยู่ในช่วงพัฒนาและขยายประเภทสินค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทมีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนสินค้า House Brand ในระยะยาว เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ควบคุมต้นทุน และยกระดับความสามารถในการทำกำไร เนื่องจากสินค้า House Brand มีอัตรากำไรสูงกว่าสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น

นอกจากนี้ ในปี 2569 WH ได้ขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดค้าปลีกสินค้าของใช้ภายในบ้านและสินค้าไลฟ์สไตล์ ภายใต้แบรนด์ “Riki Riki” ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด “เรื่องง่ายของใช้ในบ้าน” โดยมุ่งจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันในราคาที่เข้าถึงได้ เพื่อเสริมธุรกิจ We MAKE ให้ครอบคลุมตั้งแต่การก่อสร้าง ต่อเติม และตกแต่งบ้าน ไปจนถึงการอยู่อาศัย โดย Riki Riki มีสินค้ามาตรฐานประมาณ 5,000–7,000 รายการ แบ่งเป็น 12 หมวดหลัก อาทิ ของใช้ภายในบ้าน เครื่องเขียนและของตกแต่ง สินค้าสุขภาพและความงาม อุปกรณ์ซ่อมแซมบ้าน สินค้าสัตว์เลี้ยง ขนมและเครื่องดื่ม ของเล่นเด็ก อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องแต่งกาย และอุปกรณ์กีฬา โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นครอบครัว คนทำงาน และผู้บริโภคในชุมชนที่มีรายได้ประมาณ 10,000–50,000 บาทต่อเดือน เน้นการจำหน่ายผ่านหน้าร้านเป็นหลัก และอาจพัฒนาช่องทางออนไลน์เพิ่มเติมในอนาคต เพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าและสนับสนุนการเติบโตของยอดขาย โดยบริษัทเปิดดำเนินงานสาขาแรกในเดือนมีนาคม 2569 ที่ตำบลบึง อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี และมีเป้าหมายเปิดให้

ครบ 7 สาขาภายในปี 2569 โดยมุ่งขยายพื้นที่ให้บริการในจังหวัดชลบุรี ระยอง และสมุทรปราการ

Exhibit 2 ภาพศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน We MAKE



Source: Company

Exhibit 3 ภาพหน้าร้านค้า “Riki Riki” ที่จำหน่ายสินค้าที่ใช้ภายในบ้าน



Source: Company

บริษัทหลักทรัพย์ ตรีนิติ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลนั้นๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ตรีนิติ จำกัด ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการณต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการชี้นำหรือชักชวนให้นักลงทุนทำการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

Exhibit 4 รายละเอียดของสินค้าภายใต้การจัดจำหน่ายของ We MAKE แยกตามกลุ่มสินค้าซึ่งมี 11 กลุ่มสินค้า

กลุ่มสินค้า	รายละเอียดสินค้า	ภาพตัวอย่างสินค้า
1) สินค้ากลุ่มโครงสร้างทั่วไป	สินค้าพื้นฐานสำหรับใช้ในงานโครงสร้างสำหรับการก่อสร้างอาคาร สาธารณูปโภค งานถนน เช่น ปูนซีเมนต์ หิน ทราาย คอนกรีตผสมเสร็จ ขอบคัน หิน บ่อพัก อิฐมวลเบา อิฐบล็อก เป็นต้น	
2) สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เหล็ก	กลุ่มสินค้าที่มีเหล็กเป็นส่วนประกอบหลัก ใช้สำหรับงานก่อสร้างโครงสร้างต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกอาคาร เช่น เหล็กเส้น เหล็ก รูปพรรณ เหล็กขั้ว อ้อย เหล็กเส้นกลม เหล็กแป๊บแบน ลวดผูกเหล็ก เหล็กท่อดำ เหล็กตัวซี และหลังคาเมทัลชีท	
3) สินค้ากลุ่มงานระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง	สินค้าสำหรับใช้ในงานติดตั้งระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง เช่น หลอดไฟ โคมไฟ คัทเอาท์ ตู้ไฟ สายไฟ ท่อร้อยสายไฟ รางเก็บสายไฟ เป็นต้น	
4) สินค้ากลุ่มงานระบบประปาและสวนเกษตร	สินค้าวัสดุสำหรับใช้ในงานระบบประปาและอุปกรณ์ทำสวนและเกษตร เช่น ถังเก็บน้ำ บัมพ์น้ำ ท่อประปาพีวีซี ถังบำบัดน้ำเสีย ขวาน อุปกรณ์ขุดดิน เป็นต้น	
5) สินค้ากลุ่มสีและเคมีภัณฑ์	สินค้าสำหรับทาสี ทาไม้ รวมทั้งเคมีภัณฑ์สำหรับงานก่อสร้าง เช่น สีทาผนัง กาว น้ำยากันพื้นลื่น ไซตาไฟ น้ำยาประสานคอนกรีต ซิลิโคน คลอรีน เป็นต้น	
6) สินค้ากลุ่มพื้น ผนัง ฝ้า ประตู ไม้	สินค้าสำหรับตกแต่งและปรับปรุงพื้นที่ใช้สอย เช่น ผลิตภัณฑ์พื้น ผนัง ฝ้า แผ่นซีเมนต์บอร์ด แผ่นไม้สำเร็จรูป ประตู หน้าต่าง และอุปกรณ์ เป็นต้น	

Exhibit 4 รายละเอียดของสินค้าภายใต้การจัดจำหน่ายของ We MAKE แยกตามกลุ่มสินค้าซึ่งมี 11 กลุ่มสินค้า

7) สินค้ากลุ่มกระเบื้อง	สินค้าสำหรับปูพื้นและผนัง กระเบื้องพื้น กระเบื้องผนัง จมูกบันได เป็นต้น	
8) สินค้ากลุ่มสุขภัณฑ์และอุปกรณ์ห้องน้ำ	สินค้าประเภทสุขภัณฑ์ห้องน้ำต่างๆ เช่น ผักบัว และอุปกรณ์ สายฉีดชำระ อ่างล้างหน้า โถ ปัสสาวะ เป็นต้น	
9) สินค้ากลุ่มของใช้ภายในบ้าน	สินค้าสำหรับการใช้สอยภายในบ้าน เช่น เครื่องครัว อุปกรณ์ทำความสะอาด อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ชิงค์ล้างจาน ก๊อกซิงค์ อะไหล่และอุปกรณ์ซิงค์ เป็นต้น	
10) สินค้ากลุ่มเครื่องมือช่าง	สินค้าสำหรับงานช่างไฟฟ้าและเครื่องมือช่างทั่วไป เช่น เครื่องเป่าลมร้อน สว่านไร้สาย เครื่องเชื่อม กรรไกร ไส้ควง คีมลัดคอด ชุดประแจ ปืนยิงกาว เป็นต้น	
11) สินค้ากลุ่มอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์	สินค้าประเภทอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัย (Safety equipment) เช่น หมวกเซฟตี้ เชือกเซฟตี้คู แวนตานิรภัย เข็มขัดเซฟตี้ รองเท้าเซฟตี้ หน้ากากกันแสง เป็นต้น	

Source: Company

Exhibit 5 ภาพพื้นที่ร้านค้า “Riki Riki” ที่จำหน่ายสินค้าที่ใช้ภายในบ้าน



Source: Company

2. ธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ (Ready-mixed Concrete) และผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป

ธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป ภายใต้เครื่องหมายการค้า “SC” โดยบริษัทมีโรงงานผลิตรวม 15 แห่ง แบ่งเป็นโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ 14 แห่ง และโรงงานคอนกรีตสำเร็จรูป 1 แห่ง ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดระยอง 11 แห่ง และจังหวัดชลบุรี 4 แห่ง โดยผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ (Ready-mixed Concrete)

บริษัทผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับงานก่อสร้างหลากหลายประเภท ทั้งอาคารสูง โรงงานอุตสาหกรรม โครงการที่อยู่อาศัย ถนน และท่าเรือ โดยมีผลิตภัณฑ์ทั้งคอนกรีตโครงสร้างทั่วไปและคอนกรีตคุณสมบัติพิเศษ อาทิ คอนกรีตกันซึม คอนกรีตทนน้ำทะเล คอนกรีตเสริมเส้นใย คอนกรีตทนซัลเฟต และคอนกรีตความร้อนต่ำ นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถออกแบบสูตรคอนกรีตตามความต้องการของลูกค้า (Customized Concrete) เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะโครงการ เช่น การเพิ่มความแข็งแรง การควบคุมระยะเวลาการแข็งตัว และการเพิ่มความทนทานต่อสภาพแวดล้อมเฉพาะทาง โดยโรงงานได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2015 และผลิตภัณฑ์ผ่านมาตรฐาน มอก. 213-2560 พร้อมระบบควบคุมคุณภาพตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบจนถึงการจัดส่ง ทั้งนี้ บริษัทกำหนดระยะทางจัดส่งในรัศมีประมาณ 30-50 กิโลเมตร หรือภายใน 2-3 ชั่วโมงจากโรงงาน เพื่อรักษาคุณภาพคอนกรีตและประสิทธิภาพการให้บริการ ปัจจุบัน บริษัทมีโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ 14 แห่งในจังหวัดระยองและชลบุรี ซึ่งที่ตั้งของแต่ละสาขาดังขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Exhibit 6 ภาพแสดงคอนกรีตผสมเสร็จ



Source: Company

2.2 ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป (Precast Concrete)

บริษัทผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปผ่านโรงงานในจังหวัดระยองจำนวน 1 แห่ง โดยผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) และระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2015 สามารถผลิตสินค้าตามขนาดและคุณสมบัติที่ลูกค้ากำหนดเพื่อรองรับงานก่อสร้างอาคาร ระบบสาธารณูปโภค และโครงสร้างพื้นฐาน โดยแบ่งเป็น 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่

- เสาค้ำคอนกรีตอัดแรงสำเร็จรูป: ใช้สำหรับงานฐานรากอาคารและสิ่งปลูกสร้าง เพื่อรองรับน้ำหนักและถ่ายแรงลงสู่ชั้นดินที่แข็งแรง โดยผ่านกระบวนการอัดแรงเพื่อเพิ่มความทนทานต่อแรงดึงและแรงกระแทก ลดความเสี่ยงการแตกร้าวระหว่างติดตั้ง บริษัทผลิตเสาค้ำหน้าตัดสี่เหลี่ยมขนาด 0.18–0.40 เมตร ทั้งแบบท่อนเดี่ยวและสองท่อนพร้อมให้บริการต่อเสาค้ำ
- ท่อคอนกรีตสำเร็จรูป: ใช้ในงานระบบระบายน้ำ น้ำเสีย และระบบชลประทาน มีความแข็งแรง ทนทาน และอายุการใช้งานยาวนาน โดยผลิตทั้งแบบเสริมเหล็กและไม่เสริมเหล็ก แบ่งเป็นท่อทรงกลมสำหรับงานระบายน้ำทั่วไป และท่อทรงเหลี่ยมสำหรับโครงการระบายน้ำขนาดใหญ่หรือพื้นที่ที่ต้องรองรับน้ำหนักจากการจราจร
- ขอบคันหินคอนกรีตสำเร็จรูป: ใช้แบ่งกั้นพื้นที่และเสริมความมั่นคงของพื้นผิว เช่น ทางเท้า ถนน ลานจอดรถ สวนสาธารณะ และพื้นที่สาธารณูปโภค รวมถึงงานเกษตรและการควบคุมการไหลของน้ำ โดยช่วยป้องกันการแยกตัวของวัสดุปูพื้นและจัดระเบียบพื้นที่ให้เหมาะสมกับการใช้งาน
- บ่อพักคอนกรีตสำเร็จรูป: ใช้ในระบบระบายน้ำเพื่อเชื่อมต่อท่อ เปลี่ยนทิศทางการไหล และอำนวยความสะดวกในการตรวจสอบและบำรุงรักษาระบบ โดยสามารถปรับขนาดความหนา และรูปแบบให้เหมาะสมกับพื้นที่ติดตั้ง รวมถึงพื้นที่ที่ต้องรองรับแรงกดทับสูง เช่น ถนนและเขตอุตสาหกรรม
- รางระบายน้ำคอนกรีต: ผลิตในรูปแบบรางตัวยู (U-Ditch) เสริมเหล็ก เพื่อรองรับการรวบรวมและระบายน้ำในพื้นที่ถนน โรงงาน และโครงการก่อสร้าง มีความแข็งแรง ทนทานต่อการกัดกร่อน และสะดวกต่อการบำรุงรักษา โดยสามารถปรับขนาดความกว้าง ความลึก และความหนาตามความต้องการของลูกค้า
- อิฐบล็อกคอนกรีต: ใช้สำหรับก่อผนังอาคารทั่วไป โกดัง และโรงงานอุตสาหกรรม โดยมีจุดเด่นด้านต้นทุนที่แข่งขันได้และช่วยลดระยะเวลาการก่อสร้าง เหมาะสำหรับงานผนังที่ไม่ต้องรับน้ำหนักโครงสร้างสูง ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์อิฐบล็อกของบริษัทได้รับมาตรฐาน มอก. 58-2560

Exhibit 7 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป (Precast Concrete)

สินค้า	ภาพถ่ายอย่างสินค้า
1) เสาค้ำคอนกรีตอัดแรงสำเร็จรูป	
2) ท่อคอนกรีตสำเร็จรูป	
3) ขอบคันทันคอนกรีตสำเร็จรูป	
4) บ่อพักคอนกรีตสำเร็จรูป	
5) รางระบายน้ำคอนกรีต	
6) อิฐบล็อกคอนกรีต	

Source: Company

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลนั้นๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการชักชวนหรือชักชวนให้นักลงทุนทำการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

3. ธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง

ธุรกิจเหมืองหินแกรนิตดำเนินงานผ่านบริษัท ศิลาธรา จำกัด (ST) และบริษัท ศิลาธรา 2021 จำกัด (ST 2021) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดย ST ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายหินแกรนิตสำหรับอุตสาหกรรมก่อสร้างด้วยวิธีเหมืองเปิด (Surface Mining) ตั้งอยู่ที่อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง มีพื้นที่ประกอบธุรกิจรวมประมาณ 401 ไร่ และได้รับประทานบัตรเหมืองแร่ อายุ 30 ปี ตั้งแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2564 ถึงวันที่ 22 ธันวาคม 2594 ขณะที่ ST 2021 ยังอยู่ระหว่างศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจและยังไม่มีมีการประกอบกิจการ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์หินของบริษัทจำหน่ายให้แก่ลูกค้าในอุตสาหกรรมก่อสร้าง และนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูปภายในกลุ่มบริษัท ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารต้นทุน ลดการพึ่งพาวัตถุดิบจากภายนอก และเสริมความสามารถในการแข่งขัน โดยผลิตภัณฑ์หลักแบ่งออกเป็นดังนี้

3.1 หิน 3/4:

หินแกรนิตขนาดประมาณ 5–25 มิลลิเมตร มีขนาดเฉลี่ย 20 มิลลิเมตร ผลิตตามมาตรฐาน ASTM C33 เหมาะสำหรับงานผสมคอนกรีตทั่วไป เช่น งานเทพื้น คาน เสา ถนน และโครงสร้างที่ต้องรองรับน้ำหนักสูง เนื่องจากมีความแข็งแรงและทนทานต่อแรงกด

3.2 หิน 3/8:

หินแกรนิตขนาดประมาณ 5–10 มิลลิเมตร ผลิตตามมาตรฐาน ASTM C33 เหมาะสำหรับงานผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปที่มีความหนาไม่มาก เช่น ท่อระบายน้ำ บ่อพักน้ำ เสาคอนกรีตขนาดเล็ก และแผ่นพื้นสำเร็จรูป โดยมีจุดเด่นด้านขนาดเม็ดหินที่เล็ก สามารถเข้าแบบหล่อได้แน่นและสม่ำเสมอ

3.3 หินคลุก:

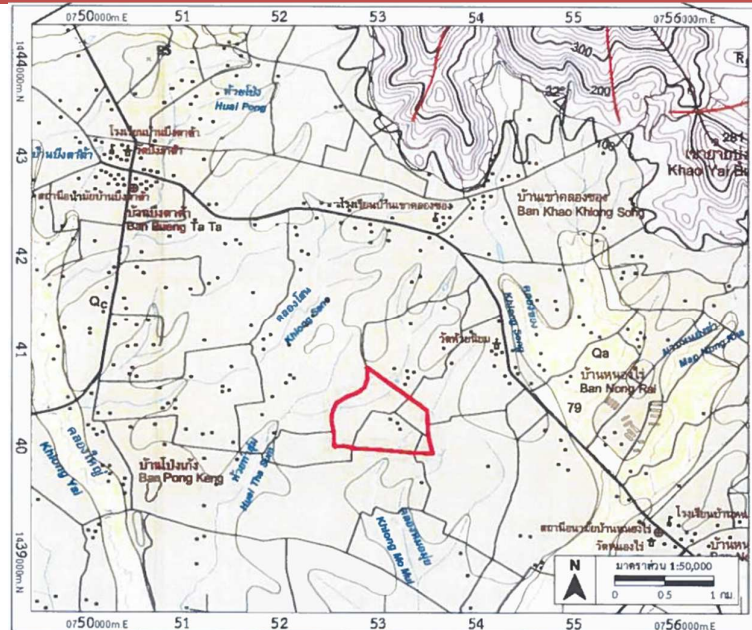
หินคลุก (Road Base): หินที่มีขนาดคละผสมกับเศษหินและฝุ่น ใช้สำหรับงานถมและปรับระดับพื้นที่ งานบดอัดพื้นถนน และงานฐานราก โดยแบ่งเป็น 3 เกรด ได้แก่ หินคลุก A (RBA) ซึ่งมีคุณภาพสูงและฝุ่นน้อย เหมาะสำหรับงานพื้นถนนชั้นบนที่ต้องการความแข็งแรง หินคลุก B (RBB) เหมาะสำหรับพื้นที่รองรับน้ำหนักไม่มาก เช่น งานจัดสวน และหินคลุก C (RBC) ซึ่งมีปริมาณฝุ่นและดินสูงกว่า เหมาะสำหรับงานถมและปรับพื้นที่ชั้นล่าง โดยมีต้นทุนต่ำกว่าเกรดอื่น

3.4 หินฝุ่น:

หินฝุ่น (Crushed Dust): ผลิตจากหินบดละเอียดขนาดเล็กลงกว่า 5 มิลลิเมตร ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอิฐบล็อก อิฐทางเท้า อิฐประสาน รวมถึงงานปรับพื้นถนนและฐานราก โดยมีจุดเด่นด้านต้นทุนที่ไม่สูง และช่วยเพิ่มความหนาแน่นและความแข็งแรงให้กับวัสดุก่อสร้าง

โดยรวม การมีเหมืองหินแกรนิตเป็นของตนเองช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไปจนถึงการผลิตคอนกรีต ลดความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบ และเพิ่มความมั่นคงในการจัดหาหินเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจวัสดุก่อสร้างในระยะยาว

Exhibit 8 แผนภาพแสดงแผนที่ตั้งโครงการเหมืองหิน



Source: Company

Exhibit 9 สรุปรายละเอียดของประทานบัตร

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

Source: Company

Exhibit 10 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง

สินค้า	ภาพตัวอย่างสินค้า		
1) หิน 3/4:			
2) หิน 3/8			
3) หินคลุก (Road Base)			
4) หินฝุ่น (Crushed Dust)			

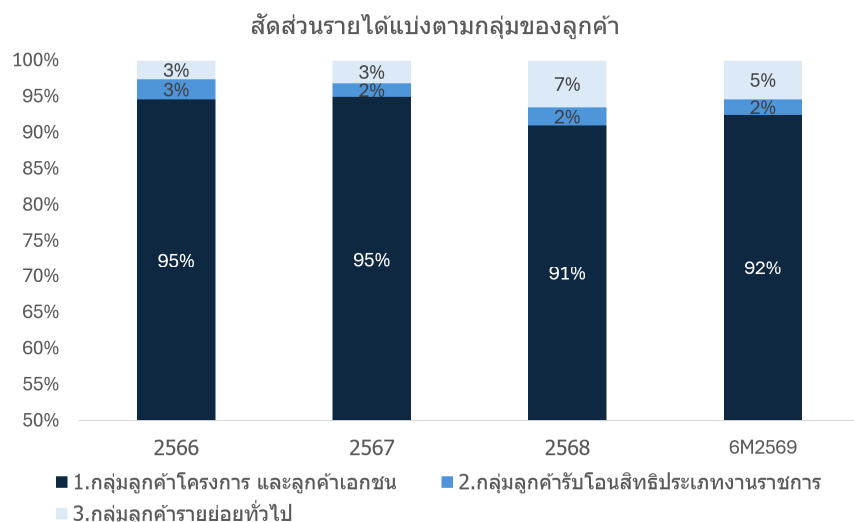
Source: Company

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัท ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป หินอุตสาหกรรมสำหรับการก่อสร้าง รวมถึงธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม และลูกค้ารายย่อยทั่วไป ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าโครงการและลูกค้าเอกชน คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 91 และร้อยละ 92 ของรายได้จากการขายและการให้บริการในปี 2568 และงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 ตามลำดับ โดยเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท ประกอบด้วยผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และผู้ประกอบการโครงการภาคอุตสาหกรรม ซึ่งมีความต้องการใช้คอนกรีตผสมเสร็จ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป หินก่อสร้าง และวัสดุก่อสร้างสำหรับโครงการต่างๆ ทั้งนี้ ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 รายได้จากกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามการฟื้นตัวของโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่และโครงการในพื้นที่อุตสาหกรรม ส่งผลให้ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ปรับตัวเพิ่มขึ้น
2. กลุ่มลูกค้ารับโอนสิทธิประเภทงานราชการ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 2 และร้อยละ 2 ของรายได้จากการขายและการให้บริการในปี 2568 และงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 ตามลำดับ โดยเป็นกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับงานโครงการภาครัฐผ่านการรับโอนสิทธิ ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มลูกค้าโครงการและลูกค้าเอกชน
3. กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 7 และร้อยละ 5 ของรายได้จากการขายและการให้บริการในปี 2568 และงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 ตามลำดับ ประกอบด้วยลูกค้าบุคคลทั่วไป ผู้รับเหมารายย่อย และลูกค้าในชุมชนที่ต้องการซื้อวัสดุก่อสร้างและสินค้าสำหรับการก่อสร้าง ต่อเติม และตกแต่งบ้าน โดยจำหน่ายผ่านศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างภายใต้แบรนด์ We MAKE เป็นหลัก ทั้งนี้ รายได้จากลูกค้ากลุ่มดังกล่าวในปี 2568 เพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของ และการรับรู้รายได้เต็มปีจากสาขา นิคม 304 จันทบุรี และศรีราชา ที่เปิดดำเนินงานในช่วงครึ่งหลังของปี 2567 รวมถึงการขายฐานลูกค้าและกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

Exhibit 11 สัดส่วนรายได้แบ่งตามกลุ่มลูกค้า



Source: Company

ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแบ่งได้เป็น 2 ช่องทาง ได้แก่ 1) การจำหน่ายผ่านศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง We MAKE และ 2) การจำหน่ายผ่านทีมขายงานโครงการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- การจำหน่ายผ่านศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง We MAKE บริษัท จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้านผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ภายใต้แบรนด์ We MAKE ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายหลักของธุรกิจ โดยปัจจุบันมีสาขา รวม 8 แห่ง ครอบคลุมพื้นที่ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดระยอง 3 สาขา ชลบุรี 3 สาขา ปราจีนบุรี 1 สาขา และจันทบุรี 1 สาขา แต่ละสาขามีพื้นที่ประมาณ 1,000-3,500 ตารางเมตร โดยมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย เข้าถึงง่าย และบริการจัดส่งที่รวดเร็ว นอกจากนี้ บริษัท ยังมีศูนย์กระจายสินค้าในจังหวัดระยอง เพื่อบริหารจัดการสินค้าคงคลังและกระจายสินค้าไปยังสาขาต่างๆ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่งและลดต้นทุนการดำเนินงาน
- การจำหน่ายผ่านทีมขายงานโครงการ บริษัท มีทีมขายที่ติดต่อและเสนอสินค้าโดยตรงแก่ลูกค้ากลุ่มโครงการ ได้แก่ ผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้ประกอบการโรงงาน อุตสาหกรรม และผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยทีมขายทำหน้าที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประสานงานกับฝ่ายวิศวกรรมสำหรับสินค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะ และวางแผนการจัดส่งให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละโครงการ ทั้งนี้ การมีช่องทางจำหน่ายทั้งผ่านหน้าร้านและทีมขายงานโครงการ ช่วยให้บริษัท สามารถเข้าถึงลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม รวมถึงใช้ประโยชน์จากทำเลสาขาและศูนย์กระจายสินค้าในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและรักษารฐานลูกค้าในระยะยาว

2. ธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแบ่งได้เป็น 2 ช่องทาง ได้แก่ 1) การจำหน่ายผ่านทีมขายของบริษัท และ 2) การจำหน่ายผ่านการติดต่อสั่งซื้อโดยตรงจากลูกค้า โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- การจำหน่ายผ่านทีมขายของบริษัท บริษัท จำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จผ่านทีมขายของบริษัท และจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปผ่านทีมขายของบริษัท วี โยม ไซลูชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดยทีมขายทำหน้าที่ติดต่อและนำเสนอผลิตภัณฑ์โดยตรงแก่ผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และผู้ประกอบการโครงการต่างๆ พร้อมติดตามข้อมูลโครงการก่อสร้างใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อขยายฐานลูกค้า และนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะงาน รวมถึงให้คำปรึกษาด้านเทคนิค และประสานงานการจัดส่งสินค้า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและรักษารฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- การจำหน่ายผ่านการติดต่อสั่งซื้อโดยตรงจากลูกค้า บริษัท เปิดให้ลูกค้าติดต่อสอบถามและสั่งซื้อผลิตภัณฑ์โดยตรงผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ Call Center โทรศัพท์ เว็บไซต์ของบริษัท และ Facebook ภายใต้ชื่อ SUEN CORP เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้า ทั้งนี้ บริษัท มีความได้เปรียบจากการดำเนินธุรกิจที่เชื่อมโยงกันตั้งแต่เหมืองหินซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบต้นน้ำ การผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป ไปจนถึงธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน ควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ และสร้างความต่อเนื่องในการจัดหาสินค้าให้แก่ลูกค้า

3. ธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ดำเนินการผ่านบริษัท ศิลาธรา จำกัด (ST) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดยแบ่งเป็น 2 ช่องทาง ได้แก่ 1) การจำหน่ายผ่านทีมขาย และ 2) การจำหน่ายผ่านการติดต่อสั่งซื้อโดยตรงที่โรงงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- การจำหน่ายผ่านทีมขาย บริษัท จำหน่ายผลิตภัณฑ์หินแกรนิตสำหรับอุตสาหกรรมก่อสร้างผ่านทีมขายของ ST โดยตรงให้แก่ลูกค้าในอุตสาหกรรมก่อสร้าง เช่น ผู้รับเหมาก่อสร้างและผู้ประกอบการที่ต้องการใช้หินเป็นวัตถุดิบในการผลิตวัสดุก่อสร้าง ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยหิน 3/4 หิน 3/8 หินคลุก และหินฝุ่น ซึ่งสามารถรองรับการใช้งานในโครงการก่อสร้างประเภทต่างๆ
- การจำหน่ายผ่านการติดต่อสั่งซื้อโดยตรงที่โรงงาน บริษัท เปิดให้ลูกค้าติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และรับสินค้าที่โรงงานโดยตรง โดยส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายแบบรับสินค้าหน้าโรงงาน ซึ่งลูกค้าต้องจัดเตรียมรถบรรทุกเพื่อรับสินค้าด้วยตนเอง ทั้งนี้ บริษัท มีระบบบริหารจัดการพื้นที่จอดรถและการจัดคิวรับสินค้า เพื่อลดความแออัดและเพิ่มความรวดเร็วในการส่งมอบ รวมถึงสามารถประสานหาผู้ให้บริการขนส่งตามความเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัท ยังมีระบบบริหารสินค้าคงคลัง โดยแยกจัดเก็บหินตามประเภทและขนาด พร้อมตรวจวัดปริมาณสินค้าด้วยเทคโนโลยี Drone เป็นประจำทุกเดือน และตรวจนับร่วมกับผู้ตรวจสอบภายนอกทุกไตรมาส เพื่อเพิ่มความถูกต้องในการบริหารสินค้าคงเหลือและรองรับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะเศรษฐกิจไทย และภาพรวมการลงทุนก่อสร้าง

ภาวะเศรษฐกิจไทย เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อธุรกิจวัสดุก่อสร้าง โดยศูนย์วิจัยกรุงศรีคาดว่า เศรษฐกิจไทยในช่วงปี 2569-2571 จะเติบโตในระดับต่ำ จากปัญหาเชิงโครงสร้างและมาตรการกีดกันทางการค้า โดยมีปัจจัยกดดันหลัก ได้แก่ การฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปของภาคท่องเที่ยว การชะลอตัวของภาคส่งออกจากมาตรการภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ที่ร้อยละ 19 ความไม่แน่นอนทางการเมืองที่อาจทำให้การเบิกจ่ายงบลงทุนภาครัฐล่าช้า รวมถึงหนี้สาธารณะที่อยู่ในระดับสูงซึ่งจำกัดความสามารถในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ขณะที่หนี้ครัวเรือนยังสูงกว่าร้อยละ 86 ของ GDP ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2568 ประกอบกับรายได้ครัวเรือนที่ฟื้นตัวช้า ส่งผลกดดันกำลังซื้อและการบริโภคภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม การลงทุนภาคเอกชนยังมีสัญญาณเชิงบวก จากยอดขอรับส่งเสริมการลงทุน BOI ที่เพิ่มขึ้นสู่ระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ ซึ่งอาจช่วยสนับสนุนความต้องการวัสดุก่อสร้างจากโครงการลงทุนใหม่ในระยะข้างหน้า

ภาพรวมการลงทุนก่อสร้าง คาดว่ามูลค่าการก่อสร้างรวมในปี 2569 จะขยายตัวร้อยละ 2.00-2.50 ฟื้นตัวจากปี 2568 โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของภาครัฐ โดยเฉพาะโครงการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมทางรางและถนนที่เชื่อมโยงกับพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ครอบคลุมจังหวัดระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา ภายใต้แผนพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ พ.ศ. 2566-2570 ขณะที่ การก่อสร้างภาคเอกชนยังมีแนวโน้มฟื้นตัวในอัตราต่ำ ตามความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การลงทุนก่อสร้างนิคมอุตสาหกรรมและคลังสินค้ายังคงมีแนวโน้มขยายตัว ตามการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยเฉพาะพื้นที่ EEC กรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงเมืองเศรษฐกิจสำคัญในภูมิภาค ซึ่งจะช่วยสนับสนุนความต้องการวัสดุก่อสร้างในระยะข้างหน้า

แนวโน้มการก่อสร้างภาครัฐ คาดว่ามูลค่าการก่อสร้างในช่วงปี 2568-2570 จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.00-3.50 ต่อปี โดยปี 2568 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.00-2.50 ก่อนเร่งตัวเป็นร้อยละ 3.00-4.00 ต่อปีในช่วงปี 2569-2570 จากความคืบหน้าของโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ โดยเฉพาะโครงข่ายทางหลวง มอเตอร์เวย์ ระบบราง และระบบโลจิสติกส์ ทั้งนี้ รัฐบาลได้อนุมัติงบประมาณให้กระทรวงคมนาคมในปี 2569 จำนวน 185.3 พันล้านบาท เพื่อสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานตามแผนพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ พ.ศ. 2566-2570 ซึ่งครอบคลุม 77 โครงการ มูลค่าลงทุนรวม 337.8 พันล้านบาท โดยเฉพาะโครงการที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ EEC อาทิ โครงการพัฒนาศูนย์บินอู่ตะเภา และโครงการรถไฟทางคู่ช่วงศรีราชา-ระยอง ซึ่งคาดว่าจะเป็ปัจจัยสนับสนุนความต้องการวัสดุก่อสร้างและผลิตภัณฑ์คอนกรีตในระยะข้างหน้า

ภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง เป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่เชื่อมโยงกับภาคก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ โดยต้นทุนวัสดุก่อสร้างมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของมูลค่าการก่อสร้าง ส่งผลให้ความต้องการวัสดุก่อสร้างเปลี่ยนแปลงตามทิศทางการลงทุนก่อสร้างเป็นหลัก ทั้งนี้ วัสดุก่อสร้างแบ่งเป็นกลุ่มงานโครงสร้าง เช่น ปูนซีเมนต์และเหล็กก่อสร้าง ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 ของมูลค่าจำหน่ายวัสดุก่อสร้างทั้งหมด และกลุ่มงานตกแต่ง เช่น กระเบื้องเซรามิกและสุขภัณฑ์ มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 โดยตลาดส่วนใหญ่พึ่งพาความต้องการภายในประเทศ ขณะที่ผู้ผลิตรายใหญ่และรายกลางประมาณ 800 ราย มีความได้เปรียบด้านเงินทุน อำนาจต่อรองกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ และการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) เมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายเล็กกว่า 2,000 ราย ที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนและต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูงกว่า

แนวโน้มอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง ในปี 2568 ได้รับแรงสนับสนุนจากการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐและการเร่งเบิกจ่ายงบประมาณ ขณะที่วัสดุก่อสร้างกลุ่มงานตกแต่งยังเผชิญแรงกดดันจากภาคอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยซบเซา สำหรับระยะข้างหน้า ปริมาณการใช้วัสดุก่อสร้างหลักยังมีแนวโน้มอ่อนตัวจากหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง การอนุมัติสินเชื่อที่เข้มงวด และอุปทานที่อยู่อาศัยคงค้างจำนวนมาก ขณะที่การก่อสร้างภาครัฐอาจขยายตัวได้จำกัดจากงบลงทุนปี 2569 ที่ลดลงร้อยละ 5 จากปีก่อน รวมถึงความไม่แน่นอนทางการเมืองที่อาจกระทบการเบิกจ่ายงบประมาณและความคืบหน้าของโครงการก่อสร้างต่างๆ

แนวโน้มอุตสาหกรรมธุรกิจวัสดุก่อสร้าง

ความต้องการวัสดุก่อสร้างในช่วงปี 2569-2571 มีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง ตามการลงทุนก่อสร้างที่คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.5-2.7 ในปี 2569 ก่อนเร่งตัวเป็นร้อยละ 3.1-3.3 ในปี 2570 และร้อยละ 3.4-3.6 ในปี 2571 โดยวัสดุก่อสร้างกลุ่มงานโครงสร้าง เช่น ปูนซีเมนต์และเหล็กก่อสร้าง มีแนวโน้มฟื้นตัวเร็วกว่ากลุ่มวัสดุก่อสร้างตกแต่ง จากแรงสนับสนุนของโครงการโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐ โดยเฉพาะพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) และโครงการตามแผนพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ พ.ศ. 2566-2570 จำนวน 77 โครงการ มูลค่าลงทุนรวม 337.8 พันล้านบาท ซึ่งคาดว่าจะช่วยกระตุ้นการลงทุนภาคเอกชนในโครงการนิคมอุตสาหกรรม โรงงาน และอาคารเชิงพาณิชย์ ขณะที่วัสดุก่อสร้างตกแต่งยังถูกกดดันจากภาคที่อยู่อาศัยที่มีอุปทานคงค้างสูงและกำลังซื้อฟื้นตัวช้า

อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างยังเผชิญแรงกดดันด้านต้นทุนและการแข่งขัน โดยเฉพาะราคาพลังงานและค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นจากความตึงเครียดในตะวันออกกลาง ขณะที่ความสามารถในการปรับขึ้นราคาสินค้ายังจำกัดจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและมาตรการควบคุมราคาสินค้าบางประเภท นอกจากนี้ ยังมีการแข่งขันด้านราคาจากสินค้านำเข้าจากจีนที่มีอุปทานส่วนเกิน โดยเฉพาะเหล็กก่อสร้างและกระเบื้องเซรามิก ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ควบคุมต้นทุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ รวมถึงวัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ คาดว่ารายได้ของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจะทยอยปรับตัวดีขึ้นในช่วงปี 2570-2571 ตามการฟื้นตัวของการลงทุนภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะโครงการก่อสร้างในพื้นที่ EEC และนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ

ภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก ซึ่งมีมูลค่ารวมประมาณ 3.2 ล้านล้านบาทในปี 2568 หรือคิดเป็นร้อยละ 16.4 ของ GDP โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นรายใหญ่ที่มีเครือข่ายสาขาครอบคลุมหลายพื้นที่ และมีความได้เปรียบด้านการบริหารต้นทุน ระบบคลังสินค้าและการกระจายสินค้า รวมถึงการพัฒนาช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีแนวโน้มเติบโตจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย ความหลากหลายของสินค้า และราคาที่แข่งขันได้ ประกอบกับการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าและส่วนแบ่งตลาด

อย่างไรก็ตาม ในปี 2568 ธุรกิจค้าปลีกยังเผชิญแรงกดดันจากกำลังซื้อที่อ่อนแอและการแข่งขันที่รุนแรง โดยภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูงและค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีระดับการใช้จ่ายและให้ความสำคัญกับสินค้าราคาประหยัดมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มรายได้ปานกลางถึงล่าง ขณะที่ภาคท่องเที่ยวชะลอตัวจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลงร้อยละ 7.2 YoY โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลงร้อยละ 33.3 YoY ส่งผลกระทบต่อยอดขายร้านค้าปลีกในพื้นที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้ การแข่งขันจากแพลตฟอร์มออนไลน์และสินค้านำเข้าราคาถูกจากจีน ทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค ของใช้ในบ้าน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และสินค้าไลฟ์สไตล์ ยังเพิ่มแรงกดดันด้านราคาและส่วนแบ่งตลาด ทำให้ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุน การพัฒนาสินค้า และการเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางจำหน่ายเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน

ภาพรวมสถานการณ์หินอุตสาหกรรมในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม 2561 ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และนโยบาย Thailand 4.0 โดยมุ่งพัฒนาพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบคมนาคมและโลจิสติกส์ เทคโนโลยีดิจิทัล และ อุตสาหกรรมเป้าหมาย 12 อุตสาหกรรม ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการลงทุนภาครัฐและเอกชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

ความต้องการหินอุตสาหกรรมในพื้นที่ EEC มีแนวโน้มได้รับแรงสนับสนุนจากโครงการโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ ได้แก่ โครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน โครงการพัฒนาศูนย์บินอู่ตะเภาและเมืองการบินภาคตะวันออก โครงการท่าเรือแหลมฉบัง โครงการท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด และโครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง โดยมีการประเมินความต้องการใช้หินอุตสาหกรรมสำหรับโครงการดังกล่าวรวมประมาณ 82.4 ล้านตัน ขณะที่ความต้องการใช้หินอุตสาหกรรมเพื่อการก่อสร้างทั่วไปในพื้นที่ EEC อยู่ที่ประมาณ 18.53 ล้านตันต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 0.176 ล้านตันต่อปี สะท้อนโอกาสการเติบโตของธุรกิจเหมืองหินและการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในพื้นที่ระยะยาว

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

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 รองลงมาเป็นชลบุรีร้อยละ 22.14 สระแก้วร้อยละ 13.39 ระยองร้อยละ 7.24 และฉะเชิงเทราร้อยละ 3.78

ภาวะการแข่งขัน

ภาพรวมการแข่งขันและแนวโน้มธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง

ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งวัสดุก่อสร้าง ในปี 2566 มีผู้ประกอบการประมาณ 7,303 ราย แบ่งเป็น รายใหญ่ 280 ราย รายกลาง 1,172 ราย และรายเล็ก 5,851 ราย ตามข้อมูลศูนย์วิจัยกรุงศรี โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายกลางและรายใหญ่ มีความได้เปรียบด้านเงินทุน ระบบบริหารจัดการสินค้า ต้นทุน และเครือข่ายสาขา รวมถึงมีสินค้าหลากหลายและบริการหลังการขายครบวงจร และ 2) กลุ่มผู้ค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายเล็ก เน้นจำหน่ายวัสดุก่อสร้างพื้นฐานให้แก่ลูกค้าในพื้นที่ แม้จะมีการพัฒนาระบบบริหารจัดการและช่องทางออนไลน์มากขึ้น แต่ยังไม่สามารถแข่งขันด้านเงินทุน การตลาด และความแข็งแกร่งของแบรนด์

แนวโน้มธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในช่วงปี 2567-2569 คาดว่ากลุ่ม Modern Trade จะมีศักยภาพเติบโตสูงกว่ารายค้าดั้งเดิม โดยผู้ประกอบการมุ่งขยายสาขารูปแบบขนาดเล็กเข้าสู่ชุมชน เพิ่มสัดส่วนสินค้า House Brand เพื่อยกระดับอัตรากำไร และพัฒนาช่องทางจำหน่ายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และ Marketplace รวมถึงขยายสาขาทั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมยังเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงจากการขยายสาขาและกลยุทธ์ส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งกดดันความสามารถในการแข่งขันและอัตรากำไรของผู้ประกอบการ SMEs ขณะที่แนวโน้มความต้องการวัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังเพิ่มความจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และลงทุนด้านเทคโนโลยีเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด

ภาพรวมการแข่งขันธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป

ธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จในภาคตะวันออกมีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยเฉพาะจังหวัดระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นพื้นที่สำคัญของการลงทุนภาคอุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งโครงการนิคมอุตสาหกรรม ท่าเรือ ระบบขนส่ง และอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลให้ความต้องการคอนกรีตผสมเสร็จมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และดึงดูดผู้ประกอบการเข้ามาแข่งขันในพื้นที่มากขึ้น ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน ได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีการผลิต ความสามารถในการพัฒนาสูตรคอนกรีตตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงความรวดเร็วในการจัดส่งและประสิทธิภาพการให้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการที่สามารถควบคุมต้นทุนและรักษามาตรฐานคุณภาพได้อย่างต่อเนื่องจะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

ธุรกิจคอนกรีตสำเร็จรูปมีการแข่งขันสูงทั้งจากผู้ผลิตรายใหญ่และผู้ประกอบการท้องถิ่น โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการลงทุนก่อสร้างอาคารพาณิชย์ ที่อยู่อาศัย โรงงานอุตสาหกรรม และโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคตะวันออกที่มีการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน ได้แก่ คุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ความแม่นยำในกระบวนการผลิต ต้นทุนการผลิต และประสิทธิภาพการขนส่งและติดตั้ง โดยผู้ประกอบการที่มีเทคโนโลยีการผลิตทันสมัยและสามารถผลิตสินค้าตามข้อกำหนดเฉพาะของโครงการจะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ขณะที่แนวโน้มการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ เช่น สนามบิน ระบบขนส่งมวลชน และโครงการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart Cities) จะเป็นปัจจัยสนับสนุนความต้องการผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปในระยะยาว

ภาพรวมการแข่งขันเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิต

ภาวะการแข่งขันในการประกอบธุรกิจเหมืองแร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินแกรนิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง จะเป็นการแข่งขันกับผู้ประกอบการในบริเวณใกล้เคียงหรือในจังหวัดเดียวกันที่ระยะทางไม่เกิน 50 กิโลเมตรจากเหมืองของ ST เนื่องจากลักษณะและคุณสมบัติของหินในแต่ละแหล่งมีความคล้ายคลึงกันและสามารถใช้ทดแทนกันได้ ประกอบกับหินเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนัก จึงต้องใช้รถบรรทุกในการขนส่ง ส่งผลให้ปัจจัยสำคัญในการแข่งขันขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายในการขนส่งเป็นหลัก หากแหล่งผลิตหินอยู่ห่างไกลจากพื้นที่ของลูกค้า จะทำให้ต้นทุนการขนส่งสูงขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการจากผู้ผลิตที่ตั้งอยู่ใกล้เคียง เพื่อให้สามารถลดต้นทุนในการขนส่งได้มากที่สุด

ข้อมูลสรุปการเสนอขายหุ้น IPO

บริษัทจะมีทุนจดทะเบียน 380 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ภายหลังการเสนอขายในครั้งนี้ โดยหุ้นสามัญที่เสนอขายในครั้งนี้มีจำนวน 196.24 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.82 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและจำหน่ายได้ทั้งหมดของบริษัท ภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญในครั้งนี้

บริษัทมีวัตถุประสงค์ที่จะนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน ดังนี้

1. ใช้เป็นเงินลงทุนในการขยายสาขาของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง We MAKE จำนวน 8 สาขา มูลค่าประมาณ 100 ล้านบาท
2. ใช้เป็นเงินลงทุนในการขยายสาขาของธุรกิจจำหน่ายสินค้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน Riki Riki จำนวน 12 สาขา มูลค่าประมาณ 100 ล้านบาท
3. ใช้เป็นเงินลงทุนในการขยายสาขาของธุรกิจผลิตคอนกรีตผสมเสร็จจำนวน 4 สาขา มูลค่าประมาณ 50 ล้านบาท
4. ใช้เป็นเงินลงทุนในการขยายสาขาของธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปจำนวน 2 สาขา มูลค่าประมาณ 40 ล้านบาท
5. ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ (Working Capital)

Exhibit 12 โครงสร้างผู้ถือหุ้นก่อน IPO

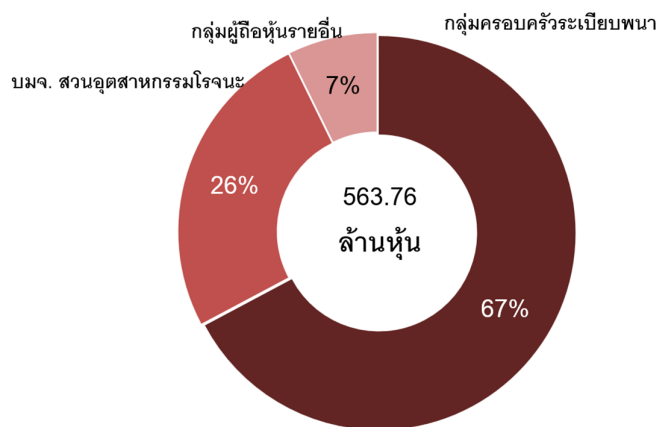
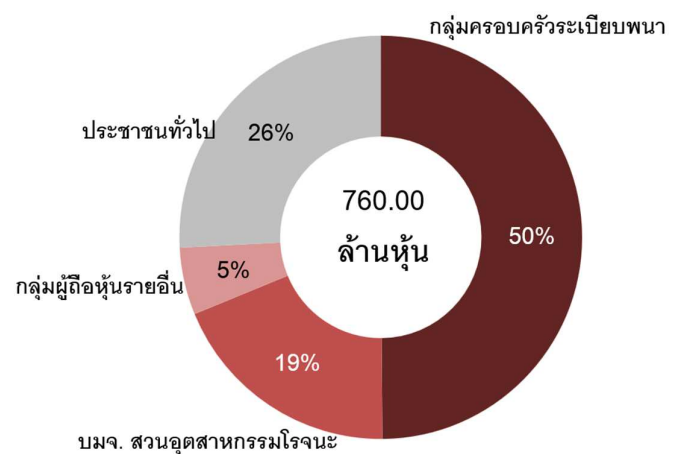


Exhibit 13 โครงสร้างผู้ถือหุ้นหลัง IPO



Source: Company

วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

ภาพรวมผลการดำเนินงานปี 2566-2568 และงวด 6 เดือนแรกของปี 2569

รายได้จากการขาย

ในปี 2567 บริษัทมีรายได้จากการขายเป็น 3,231.12 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 231.88 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.73 จากปีก่อนหน้า โดยได้รับแรงหนุนหลักจากธุรกิจเหมืองหินที่มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 210.05 จากการขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ขณะที่รายได้จากธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างปรับตัวลดลงจากยอดขายเหล็กและโครงเหล็กผ่านช่องทางค้าส่งที่ลดลง ตามการปรับนโยบายจำหน่ายสินค้าโดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นเหมาะสมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ขยายสาขาจำหน่ายวัสดุก่อสร้างเพิ่มเติม 3 สาขาในจังหวัดปราจีนบุรี จันทบุรี และชลบุรี เพื่อขยายฐานลูกค้าในพื้นที่ใหม่

ในปี 2568 บริษัทมีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นเป็น 3,511.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 280.05 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.67 จากปีก่อนหน้า โดยได้รับแรงหนุนจากธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.91 จากการรับรู้รายได้เต็มปีของสาขานิคม 304 จันทบุรี และศรีราชา ซึ่งเปิดดำเนินงานในช่วงครึ่งหลังของปี 2567 รวมถึงการเปิดสาขาใหม่ในจังหวัดระยอง ขณะที่ธุรกิจเหมืองหินมีรายได้เติบโตร้อยละ 56.08 จากการขยายกำลังการผลิตของโรงโม่หิน ส่งผลให้สามารถรองรับคำสั่งซื้อของลูกค้าได้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม รายได้จากธุรกิจคอนกรีตปรับตัวลดลงจากปีก่อนหน้า

สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทมีรายได้จากการขายจำนวน 1,901.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 251.64 ล้านบาท หรือร้อยละ 15.25 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีรายได้จากธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจคอนกรีต และธุรกิจเหมืองหิน จำนวน 929.08 ล้านบาท 698.17 ล้านบาท และ 274.72 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.05 ร้อยละ 36.11 และร้อยละ 14.21 ของรายได้รวม ตามลำดับ การเติบโตมีสาเหตุหลักจากการฟื้นตัวของโครงการก่อสร้างภาคเอกชนและการลงทุนในพื้นที่อุตสาหกรรม ส่งผลให้ความต้องการวัสดุก่อสร้างคอนกรีต และหินก่อสร้างเพิ่มขึ้น ประกอบกับการรับรู้รายได้จากสาขาจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่เปิดดำเนินงานในปีก่อนหน้า ซึ่งช่วยสนับสนุนการเติบโตของรายได้โดยรวมของบริษัท

ต้นทุนขายและบริการ

ในปี 2567 ต้นทุนขายและบริการลดลงมาอยู่ที่ 2,578.21 ล้านบาท ลดลง 35.53 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.36 จากปีก่อนหน้า แม้รายได้ยังเติบโต ส่งผลให้สัดส่วนต้นทุนต่อรายได้ลดลงจากร้อยละ 85.86 เหลือร้อยละ 78.20 สะท้อนประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม เงินเดือนและสวัสดิการพนักงานเพิ่มขึ้น 18.91 ล้านบาท หรือร้อยละ 15.43 จากการเพิ่มบุคลากรรองรับโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จสาขาบ้านค่าย 1 และบ้านค่าย 2 ขณะที่ค่าซ่อมบำรุงเพิ่มขึ้น 11.51 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.81 ตามการขยายกำลังการผลิตและจำนวนเครื่องจักรที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ค่าภาคหลวงเหมืองแร่เพิ่มขึ้น 16.27 ล้านบาท หรือร้อยละ 115.86 ตามปริมาณการผลิตและจำหน่ายหินที่เพิ่มขึ้น

สำหรับปี 2568 ต้นทุนขายและบริการเพิ่มขึ้นเป็น 2,827.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 248.81 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.65 จากปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักจากต้นทุนสินค้าและวัตถุดิบเพิ่มขึ้น 226.31 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.83 ตามการเติบโตของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและการขยายสาขา WH ขณะที่เงินเดือนและสวัสดิการพนักงานเพิ่มขึ้น 10.35 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.32 จากการรับรู้ค่าใช้จ่ายพนักงานเต็มปีของสาขาที่เปิดในปี 2567 และการขยายกำลังการผลิตของธุรกิจคอนกรีตและเหมืองหิน นอกจากนี้ ค่าภาคหลวงเหมืองแร่เพิ่มขึ้น 10.28 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.90 ตามปริมาณการผลิตหินที่สูงขึ้น ส่งผลให้สัดส่วนต้นทุนขายและบริการต่อรายได้เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 78.20 ในปี 2567 เป็นร้อยละ 79.01

ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทมีต้นทุนขายและบริการจำนวน 1,505.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 165.41 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.35 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยต้นทุนสินค้าและวัตถุดิบเพิ่มขึ้น 134.12 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.31 ตามปริมาณการจำหน่ายและการผลิตที่เพิ่มขึ้น ขณะที่เงินเดือนและสวัสดิการพนักงานเพิ่มขึ้น 15.49 ล้านบาท หรือร้อยละ 20.65 จากการเพิ่มบุคลากรในธุรกิจเหมืองหินเพื่อดำเนินการผลิตเองมากขึ้นและลดการพึ่งพาผู้รับจ้างภายนอก รวมถึงการเตรียมรองรับการขยายสาขาธุรกิจวัสดุก่อสร้าง นอกจากนี้ ค่าซ่อมบำรุงเพิ่มขึ้น 9.54 ล้านบาท หรือร้อยละ 29.87 ตามการใช้งานเครื่องจักรที่เพิ่มขึ้นในธุรกิจเหมืองหินและคอนกรีตสำเร็จรูป อย่างไรก็ตาม สัดส่วนต้นทุนขายและบริการต่อรายได้ลดลงจากร้อยละ 79.50 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เหลือร้อยละ 77.94 สะท้อนการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น แม้ปริมาณการดำเนินงานขยายตัว

กำไรสุทธิ

ในปี 2567 กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเป็น 240.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 122.40 ล้านบาท หรือร้อยละ 104.03 จากปีก่อนหน้า คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 7.26 โดยได้รับแรงหนุนจากธุรกิจคอนกรีตที่ยังคงสร้างกำไรอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างมีการปรับกลยุทธ์เน้นจำหน่ายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงขึ้น รวมถึงขยายสาขา WH เพิ่มเติม 3 สาขา นอกจากนี้ธุรกิจเหมืองหินมีผลการดำเนินงานดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากการขยายกำลังการผลิตและปริมาณจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ต้นทุนคงที่บางส่วนไม่ได้เพิ่มขึ้นตามรายได้ในสัดส่วนเดียวกัน ส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรโดยรวมปรับตัวดีขึ้น

สำหรับปี 2568 บริษัทมีกำไรสุทธิ 256.70 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16.64 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.93 จากปีก่อนหน้า คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 7.15 โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและธุรกิจเหมืองหิน โดยเฉพาะการขยายกำลังการผลิตของโรงโม่หินที่ช่วยเพิ่มปริมาณจำหน่ายและสัดส่วนรายได้จากธุรกิจที่มีอัตรากำไรสูง ประกอบกับการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการบริหารและต้นทุนทางการเงิน ส่งผลให้กำไรสุทธิเติบโตต่อเนื่อง แม้อัตรากำไรสุทธิจะลดลงเล็กน้อยจากปีก่อน

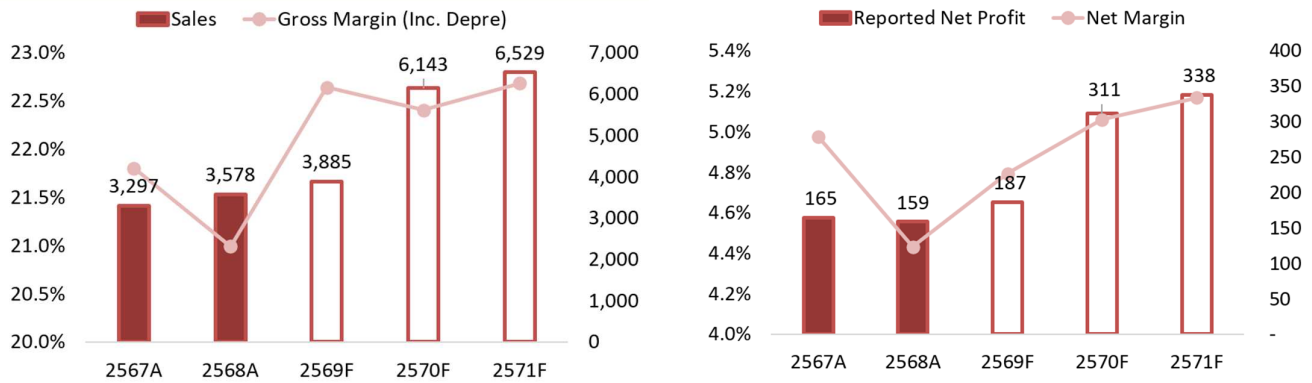
ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทมีกำไรสุทธิ 133.73 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.48 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.54 จากกำไรสุทธิ 108.25 ล้านบาทในช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 6.92 โดยได้รับแรงหนุนจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นในทั้ง 3 ธุรกิจหลัก ตามการฟื้นตัวของโครงการก่อสร้างภาคเอกชนและการลงทุนในพื้นที่อุตสาหกรรม ส่งผลให้ความต้องการวัสดุก่อสร้าง คอนกรีต และหินก่อสร้างปรับตัวเพิ่มขึ้น ประกอบกับการบริหารต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ แม้ค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายและบริหาร รวมถึงต้นทุนทางการเงินจะเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ แต่บริษัทยังคงสามารถรักษาความสามารถในการทำกำไรและสร้างการเติบโตของกำไรสุทธิได้อย่างต่อเนื่อง

คาดการณ์ดำเนินงานปี 2569-2570 เติบโตต่อเนื่อง

ฝ่ายวิเคราะห์หลักทรัพย์ฯ คาดว่ารายได้จากการขายและบริการของ SUEN จะเพิ่มขึ้นจาก 3,578 ล้านบาทในปี 2568 เป็น 3,885 ล้านบาทในปี 2569 หรือเติบโตร้อยละ 8.6 จากปีก่อน ก่อนเพิ่มขึ้นเป็น 6,143 ล้านบาทในปี 2570 และ 6,529 ล้านบาทในปี 2571 หรือเติบโตร้อยละ 58.1 และร้อยละ 6.3 ตามลำดับ โดยมีแรงสนับสนุนหลักจากการขยายสาขาธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างภายใต้แบรนด์ We MAKE และธุรกิจค้าปลีกสินค้าของใช้ภายในบ้านภายใต้แบรนด์ Riki Riki ซึ่งจะช่วยขยายฐานลูกค้า เพิ่มพื้นที่ให้บริการ และสร้างรายได้จากกลุ่มลูกค้ารายย่อยมากขึ้น โดยบริษัทมีแผนขยายสาขา We MAKE เพิ่มเติม 8 สาขาในช่วงปี 2570-2571 และขยายสาขา Riki Riki เพิ่มเติม 12 สาขาภายในปี 2570 ขณะเดียวกัน ธุรกิจคอนกรีตมีแผนขยายกำลังการผลิต (Capacity Expansion) ผ่านการเพิ่มโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จอีก 4 แห่ง และโรงงานคอนกรีตสำเร็จรูปอีก 2 แห่งในช่วงปี 2569-2571 เพื่อรองรับความต้องการจากโครงการก่อสร้างภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน การก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรม คลังสินค้า และการขยายตัวของนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) นอกจากนี้ ธุรกิจเหมืองหินยังมีแนวโน้มเติบโตตามความต้องการใช้หินก่อสร้างและการขยายกำลังการผลิตที่ผ่านมา ซึ่งช่วยสนับสนุนทั้งรายได้จากการจำหน่ายหินให้แก่ลูกค้าภายนอกและการจัดหาวัตถุดิบสำหรับธุรกิจคอนกรีตของกลุ่มบริษัท โดยคาดว่าจะการทยอยเปิดดำเนินงานของสาขาและโรงงานใหม่จะเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของรายได้ โดยเฉพาะในปี 2570 ที่คาดว่าจะเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

ด้านความสามารถในการทำกำไร ฝ่ายวิเคราะห์หลักทรัพย์ฯ คาดว่ากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่จะเพิ่มขึ้นจาก 159 ล้านบาทในปี 2568 เป็น 187 ล้านบาทในปี 2569 หรือเติบโตร้อยละ 17.6 จากปีก่อน ก่อนเพิ่มขึ้นเป็น 311 ล้านบาทในปี 2570 และ 338 ล้านบาทในปี 2571 หรือเติบโตร้อยละ 66.3 และร้อยละ 8.7 ตามลำดับ โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของรายได้และประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนที่ดีขึ้น โดยคาดว่าอัตรากำไรขั้นต้นจะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.0 ในปี 2568 เป็นร้อยละ 22.7 ในปี 2569 จากการเพิ่มสัดส่วนรายได้ของธุรกิจเหมืองหินซึ่งมีอัตรากำไรสูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มบริษัท รวมถึงประโยชน์จากการดำเนินธุรกิจที่เชื่อมโยงกันตั้งแต่เหมืองหินซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบต้นน้ำ ไปจนถึงการผลิตคอนกรีตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน ทั้งนี้ คาดว่าอัตรากำไรขั้นต้นจะอยู่ที่ร้อยละ 22.4 ในปี 2570 และร้อยละ 22.7 ในปี 2571 โดยยังคงอยู่ในระดับสูงกว่าปี 2568 ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการคาดว่าจะเพิ่มขึ้นตามการเปิดสาขาและโรงงานใหม่ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายพนักงานและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในช่วงเริ่มต้น อย่างไรก็ตาม การเติบโตของรายได้จะช่วยรองรับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้กำไรสุทธิเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในปี 2570 ทั้งนี้ คาดว่า อัตรากำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่จะอยู่ที่ร้อยละ 4.8 ในปี 2569 ร้อยละ 5.1 ในปี 2570 และร้อยละ 5.2 ในปี 2571 สะท้อนความสามารถในการทำกำไรที่ทยอยปรับตัวดีขึ้นตามการขยายธุรกิจและการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

Exhibit 14 ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาและการเติบโตในอนาคต



Source: Company, Trinity Research

การประเมินมูลค่าหุ้น

ประเมิน Fair value สิ้นปี 2570 ที่ 6.56 บาทต่อหุ้น

ฝ่ายวิเคราะห์หลักทรัพย์ ประเมินมูลค่าเหมาะสมของ SUEN ณ สิ้นปี 2570 ที่ 6.56 บาทต่อหุ้น โดยอิงวิธีเปรียบเทียบอัตราส่วนราคาต่อกำไร (PER) ที่ 16 เท่า เทียบกับ Forward PER ของกลุ่ม SET Commerce และบริษัทจดทะเบียนที่มีลักษณะธุรกิจใกล้เคียงกันที่ประมาณ 13-14 เท่า โดยให้อัตรา PER สูงกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ (Premium Valuation) เพื่อสะท้อนศักยภาพการเติบโตของ SUEN จากการขยายสาขา We MAKE และ Riki Riki รวมถึงการเพิ่มกำลังการผลิตของธุรกิจคอนกรีตและเหมืองหิน ตลอดจนความได้เปรียบจากการดำเนินธุรกิจครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และการมีฐานธุรกิจหลักในพื้นที่ EEC ซึ่งเป็นศูนย์กลางการลงทุนภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ โดยฝ่ายวิเคราะห์ ประเมินกำไรต่อหุ้น (EPS) ปี 2570 ที่ 0.41 บาทต่อหุ้น

Exhibit 15 SET Commerce PER Band



Source: Bloomberg

Exhibit 16 HMPRO PER Band



Source: Bloomberg

Exhibit 17 GLOBAL PER Band



Source: Bloomberg

บริษัทหลักทรัพย์ ตรีนิติ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลนั้นๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ตรีนิติ จำกัด ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการชี้นำหรือชักชวนให้นักลงทุนทำการซื้อขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

Exhibit 18 DOHOME PER Band



Source: Bloomberg

Exhibit 19 MRDIYT PER Band



Source: Bloomberg

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลนั้นๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการณต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการชี้นำหรือชักชวนให้นักลงทุนทำการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทมีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิจากงบการเงินเฉพาะกิจการภายหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล และการจัดสรรทุนสำรองต่างๆ ทุกประเภท ตามที่ได้กำหนดไว้ในกฎหมายและข้อบังคับของบริษัท ทั้งนี้ ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขว่าบริษัทมีผลกำไรสะสมเพียงพอ และไม่มีผลขาดทุนสะสมตามงบการเงินเฉพาะกิจการในช่วงเวลาที่มีการพิจารณาจ่ายเงินปันผล อย่างไรก็ตาม การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ โดยคณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาอย่างรอบคอบจากหลายปัจจัย เช่น ภาวะเศรษฐกิจ กระแสเงินสด ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน แผนการลงทุนและการขยายธุรกิจ ภาระผูกพันทางการเงิน เงื่อนไขตามสัญญากู้ยืม และข้อจำกัดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถรักษาเสถียรภาพทางการเงิน และสร้างผลตอบแทนที่มั่นคงและยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้นได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

ปัจจัยเสี่ยงจากการดำเนินงาน

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจและการลงทุนในภาคก่อสร้างทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนทางการเมือง สถานการณ์การค้าโลก ภาระหนี้ครัวเรือน และความเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อ ส่งผลให้ความต้องการวัสดุก่อสร้าง คอนกรีต และหินอุตสาหกรรมชะลอตัว และอาจกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยการกระจายการดำเนินธุรกิจไปยังธุรกิจที่มีฐานลูกค้าและปัจจัยขับเคลื่อนรายได้ที่แตกต่างกัน เพื่อลดการพึ่งพารายได้จากธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง ควบคู่กับการติดตามภาวะเศรษฐกิจและสถานการณ์ตลาดอย่างใกล้ชิด พร้อมปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ บริหารต้นทุน สินค้าคงคลัง แผนการผลิต และการจัดซื้อให้สอดคล้องกับภาวะตลาด เพื่อบรรเทาผลกระทบและรักษาเสถียรภาพของผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของกลุ่มบริษัท

2. ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขัน

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง สินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน คอนกรีตผสมเสร็จ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป และธุรกิจเหมืองหิน ซึ่งต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการในพื้นที่ ทั้งด้านราคา คุณภาพสินค้า ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง การให้บริการ และการขยายสาขา โดยการแข่งขันที่รุนแรงอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ อัตรากำไร และผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงด้วยการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้ตอบโต้ความต้องการของลูกค้า การขยายสาขาในรูปแบบที่เหมาะสม การพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ การบริหารต้นทุน และกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการยกระดับการให้บริการและการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และการจัดส่งสินค้า เพื่อสร้างความแตกต่าง รักษาฐานลูกค้า และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

3. ความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบและสินค้า

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบและสินค้าซึ่งเป็นต้นทุนหลักในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะปูนซีเมนต์ซึ่งมีสัดส่วนการจัดซื้อประมาณร้อยละ 35 – 38 ของยอดจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อผลิต และเหล็กซึ่งมีสัดส่วนการจัดซื้อประมาณร้อยละ 4 – 6 ของยอดจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อผลิต รวมทั้งเป็นสินค้าที่สร้างรายได้ประมาณร้อยละ 9 – 20 ของรายได้รวม โดยราคาวัตถุดิบดังกล่าวมีความผันผวนตามภาวะตลาดและอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรและผลการดำเนินงานหากไม่สามารถปรับราคาจำหน่ายได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงด้วยการติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด วางแผนจัดซื้อและบริหารสินค้าคงคลังให้เหมาะสม รวมถึงทบทวนและปรับราคาจำหน่ายให้สอดคล้องกับต้นทุน ภาวะตลาด และการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรและความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มบริษัท

4. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสัญญาซื้อขาย

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพา บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) (SCCC) ในฐานะผู้จัดหาปูนซีเมนต์ผงรายหลัก ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตคอนกรีตและเป็นสินค้าสำหรับจำหน่าย โดยในปี 2566–2568 และงวด 6 เดือนแรกปี 2569 กลุ่มบริษัทมีมูลค่าการจัดซื้อจาก SCCC จำนวน 444.40 ล้านบาท 598.37 ล้านบาท 679.04 ล้านบาท และ 377.15 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20.55 ร้อยละ 26.11 ร้อยละ 26.25 และร้อยละ 26.68 ของมูลค่าการจัดซื้อรวม ตามลำดับ ทั้งนี้ หาก SCCC เปลี่ยนแปลงนโยบายทางการค้า ปรับเงื่อนไขการจำหน่ายหรือการให้ส่วนลด ปรับขึ้นราคาสินค้า หรือมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขตามสัญญาซื้อขายปูนซีเมนต์ผงและสัญญาซื้อขายซีเมนต์ อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับ SCCC มาอย่างยาวนาน ไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขการสั่งซื้อสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง มีการติดตามสถานการณ์ด้านราคา วางแผนการจัดซื้อและบริหารสินค้าคงเหลืออย่างเหมาะสม รวมถึงสามารถจัดซื้อปูนซีเมนต์ผงจากผู้จำหน่ายรายอื่นได้โดยไม่ผิดเงื่อนไขสัญญาและไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของกลุ่มบริษัท

5. ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือ หากไม่สามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงิน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 – 2568 และวันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทมีสินค้าคงเหลือสุทธิ 148.60 ล้านบาท 201.06 ล้านบาท 253.45 ล้านบาท และ 263.95 ล้านบาท ตามลำดับ และมีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย 21 วัน 25 วัน 30 วัน และ 32 วัน ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงด้วยการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหารสินค้าคงคลัง กำหนดระดับสินค้าคงเหลือที่เหมาะสม ติดตามอายุและความเคลื่อนไหวของสินค้า ตรวจสอบสินค้าเป็นประจำ และตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าลดลงตามความเหมาะสม ส่งผลให้ผลต่างจากการตรวจนับสินค้าลดลงจาก 6.89 ล้านบาท ในปี 2566 เหลือ 1.08 ล้านบาท ในปี 2567 และ 0.36 ล้านบาท ในปี 2568 และไม่พบผลต่างที่มีนัยสำคัญ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 สะท้อนถึงประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายในและการบริหารสินค้าคงคลังที่ดีขึ้น

6. ความเสี่ยงจากการสูญหายของสินค้า

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการสูญหายของสินค้าจากการบริหารสินค้าคงคลังในธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน ซึ่ง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 มีสาขา We MAKE จำนวน 8 แห่ง และศูนย์กระจายสินค้า 1 แห่ง โดยในปี 2566 กลุ่มบริษัทรับรู้ค่าเผื่อสินค้าสูญหายจำนวน 3.48 ล้านบาท จากความคลาดเคลื่อนในการบริหารสินค้าคงคลังเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทได้ปรับปรุงระบบควบคุมภายในและกระบวนการตรวจนับสินค้า พร้อมเพิ่มมาตรการควบคุม เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิด การตรวจนับสินค้าเป็นประจำ และการกำหนดช่องทางรับแจ้งเบาะแส ส่งผลให้ในช่วงปี 2567 – ไตรมาส 2 ปี 2569 ไม่พบกรณีสินค้าสูญหายหรือผลต่างจากการตรวจนับที่มีนัยสำคัญ สะท้อนถึงประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายในที่ดีขึ้น

7. ความเสี่ยงจากการถูกเรียกร้องเกี่ยวกับความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการถูกเรียกร้องความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ ทั้งสินค้าที่จำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิต (Manufacturer Brand) และสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) ซึ่งอาจส่งผลให้ต้องเรียกคืนสินค้า ชดเชยค่าเสียหาย และกระทบต่อผลการดำเนินงาน รวมถึงภาพลักษณ์และชื่อเสียงของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยคัดเลือกผู้รับจ้างผลิต (OEM) ที่มีมาตรฐาน ตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนจำหน่าย และติดตามข้อร้องเรียนของลูกค้าอย่างใกล้ชิด โดยที่ผ่านมาไม่เคยมีกรณีเรียกคืนสินค้าหรือขอเรียกร้องความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ที่มีนัยสำคัญ และมีมูลค่าการเรียกคืนสินค้าภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัท (House Brand) จำนวน 0.001 ล้านบาท 0.03 ล้านบาท 0.12 ล้านบาท และ 0.003 ล้านบาท ในปี 2566 – 2568 และงวด 6 เดือนแรกปี 2569 ตามลำดับ

8. ความเสี่ยงจากการขยายสาขาของกลุ่มบริษัทไม่เป็นไปตามแผนที่คาดการณ์ไว้

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการขยายสาขาของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน และธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จ ซึ่งต้องใช้เวลาลงทุนและอาจได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ การลงทุนภาครัฐและเอกชน กำลังซื้อของผู้บริโภค และการแข่งขัน ส่งผลให้ผลตอบแทนจากการลงทุนอาจต่ำกว่าที่คาด โดยในช่วงที่ผ่านมา โรงงานคอนกรีตผสมเสร็จบางสาขาของบริษัทมีผลการดำเนินงานขาดทุน ได้แก่ สาขาห้วยใหญ่และสาขาโจนะอยุธยา ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบางสาขาอาจไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการและศักยภาพของทำเลก่อนการลงทุน รวมถึงให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติแผนลงทุนและติดตามผลการดำเนินงานของแต่ละสาขาอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลมาปรับกลยุทธ์และเพิ่มประสิทธิภาพในการขยายธุรกิจ

9. ความเสี่ยงจากการขยายธุรกิจจำหน่ายสินค้าทั่วไปที่ใช้ในบ้าน

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการขยายธุรกิจจำหน่ายสินค้าทั่วไปสำหรับใช้ภายในบ้านภายใต้ชื่อทางการค้า Riki Riki ซึ่งเริ่มเปิดสาขาแรกในเดือนมีนาคม 2569 และมีแผนขยายเป็น 7 สาขาภายในปี 2569 โดยธุรกิจยังอยู่ในช่วงเริ่มดำเนินงาน จึงอาจได้รับผลกระทบจากการตอบรับของลูกค้า การแข่งขัน ผลการดำเนินงานที่อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย รวมถึงการบริหารต้นทุน สินค้าคงคลัง และบุคลากร ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยศึกษาศักยภาพของพื้นที่และคัดเลือกทำเลที่เหมาะสมก่อนการลงทุน คัดเลือกสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า กำหนดกลยุทธ์ด้านราคา และติดตามผลการดำเนินงานของแต่ละสาขาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจและลดความเสี่ยงจากการลงทุนในธุรกิจใหม่

10. ความเสี่ยงจากการอยู่ระหว่างดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการที่เครื่องหมายการค้าบางส่วนยังอยู่ระหว่างการจดทะเบียน ซึ่งอาจส่งผลให้ไม่ได้รับการจดทะเบียนหรือจำเป็นต้องแก้ไขคำขอ หากไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของกฎหมาย โดยปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้ว 11 เครื่องหมาย และอยู่ระหว่างยื่นคำขอจดทะเบียน 9 เครื่องหมาย เพื่อรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทได้ดำเนินการตรวจสอบความเป็นไปได้ของการจดทะเบียนก่อนยื่นคำขอ และติดตามความคืบหน้าของการพิจารณาอย่างต่อเนื่อง เพื่อบริหารความเสี่ยงและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ

11. ความเสี่ยงจากการรับชำระเงินจากการจำหน่ายสินค้าผ่านสัญญาโอนสิทธิรับเงิน

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้รับเหมาก่อสร้างภายใต้สัญญาโอนสิทธิรับเงิน ซึ่งแม้จะช่วยลดความเสี่ยงด้านการรับชำระเงินจากการขายสินค้า แต่หากผู้รับเหมาไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามสัญญาและถูกเรียกเก็บค่าปรับจากเจ้าของโครงการ จนอาจส่งผลให้จำนวนเงินที่กลุ่มบริษัทได้รับต่ำกว่ามูลค่าสินค้าที่จำหน่าย อาจกระทบต่ออัตรากำไรของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยประเมินความน่าเชื่อถือและศักยภาพของผู้รับเหมาก่อนเข้าทำสัญญา ติดตามความคืบหน้าของโครงการอย่างต่อเนื่อง และกำหนดให้ผู้รับเหมาเป็นผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการส่งมอบงานล่าช้าตามเงื่อนไขของสัญญา ขณะที่กลุ่มบริษัทมีสถานะเป็นผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและไม่มีภาระผูกพันตามสัญญาจากก่อสร้าง

12. ความเสี่ยงจากข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จ ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ประมาณ ร้อยละ 34 – 43 ของรายได้รวม โดยผลิตภัณฑ์มีข้อจำกัดด้านระยะเวลาใช้งานประมาณ 2 – 3 ชั่วโมง หลังการผลิต หรือระยะทางประมาณ 30 – 50 กิโลเมตร จึงอาจได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศ การจราจร หรือเหตุการณ์ที่ทำให้การจัดส่งล่าช้าและส่งผลต่อคุณภาพสินค้า ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยจัดตั้งฝ่าย Call Center เพื่อยืนยันความพร้อมของลูกค้าและหน่วงงานก่อนเริ่มการผลิต วางแผนการขนส่งและติดตามสถานะรถขนส่งผ่านระบบ GPS Tracking แบบเรียลไทม์ เพื่อให้สามารถจัดส่งสินค้าได้ตามกำหนด โดยที่ผ่านมาไม่พบข้อพิพาทที่มีนัยสำคัญจากการจัดส่งสินค้านี้

13. ความเสี่ยงด้านการรักษามาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถรักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยกำหนดมาตรฐานและกระบวนการควบคุมคุณภาพตั้งแต่การตรวจรับวัตถุดิบ การควบคุมกระบวนการผลิต และการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย รวมถึงได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) สำหรับผลิตภัณฑ์หลายประเภท และมีการติดตามข้อร้องเรียนของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยที่ผ่านมาไม่พบข้อร้องเรียนด้านคุณภาพสินค้าที่มีนัยสำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

14. ความเสี่ยงจากการที่กลุ่มบริษัทเช่าที่ดินเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการเช่าที่ดินที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง We MAKE จำนวน 7 แห่ง ร้าน Riki Riki จำนวน 5 แห่ง และโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ 9 แห่ง ภายใต้สัญญาเช่าที่มีอายุ 3 – 15 ปี โดยหากไม่สามารถต่ออายุสัญญาเช่าหรือถูกยกเลิกสัญญาที่กำหนด อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและก่อให้เกิดต้นทุนในการย้ายหรือทดแทนทรัพย์สิน ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยติดตามอายุสัญญาเช่าและเจรจาต่ออายุล่วงหน้า พร้อมกำหนดระยะเวลาสัญญาเช่าให้สอดคล้องกับอายุการใช้งานของทรัพย์สินและศักยภาพของทำเล โดยที่ผ่านมาไม่เคยมีกรณีต้องยุติการดำเนินงานเนื่องจากไม่สามารถต่ออายุสัญญาเช่า

15. ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงปริมาณสำรองของหิน

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากปริมาณสำรองหินที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและการดำเนินธุรกิจเหมืองหิน หากปริมาณสำรองไม่เพียงพอหรือไม่สามารถนำมาใช้ได้ตามแผน อาจส่งผลกระทบต่อกำลังการผลิตและการดำเนินธุรกิจในระยะยาว ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยติดตามปริมาณสำรองหินและผลการผลิตอย่างต่อเนื่อง จัดให้มีการประเมินปริมาณสำรองโดยผู้เชี่ยวชาญภายนอกเป็นประจำทุกปี และดำเนินการทำเหมืองตามแผนที่ได้รับอนุมัติ รวมถึงได้รับความเห็นชอบให้เพิ่มปริมาณสำรองในประทานบัตรจาก 9.60 ล้านเมตริกตัน เป็น 80.50 ล้านเมตริกตัน โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 ได้ใช้ปริมาณสำรองไปแล้ว 12.67 ล้านเมตริกตัน และประเมินว่าสามารถรองรับการผลิตได้จนถึงปี 2583 ภายใต้แผนการดำเนินงานปัจจุบัน

16. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับจ้างไม่บดขยี้หิน

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้รับจ้างภายนอกในการดำเนินงานบางส่วนของธุรกิจเหมืองหิน ได้แก่ งานระเบิดหิน งานไม่หรือบดขยี้หิน และการบริหารจัดการโรงโม่ โดยหากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินงานได้ตามมาตรฐานหรือส่งมอบงานได้ตามกำหนด อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิต ต้นทุน และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยคัดเลือกผู้รับจ้างที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ จัดให้มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีวิศวกรของกลุ่มบริษัทควบคุมคุณภาพการปฏิบัติงาน และกำหนดเงื่อนไขความรับผิดชอบในสัญญาอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ตั้งแต่ปี 2567 กลุ่มบริษัทได้เริ่มพัฒนาทีมงานภายในเพื่อดำเนินงานบางส่วนของกระบวนการผลิตเอง เพื่อลดการพึ่งพาผู้รับจ้างภายนอกและเพิ่มความสามารถในการควบคุมคุณภาพและความต่อเนื่องของการดำเนินงานในระยะยาว

17. ความเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานในเหมืองหิน

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากอุบัติเหตุในการดำเนินธุรกิจเหมืองหิน ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง เช่น การเจาะและระเบิดหิน รวมถึงการทำงานกับเครื่องจักร โดยอาจส่งผลกระทบต่อชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สิน ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ และภาพลักษณ์ของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่และคณะกรรมการความปลอดภัย กำหนดมาตรฐานและขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัย จัดฝึกอบรมและกำหนดให้พนักงานใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) อย่างเคร่งครัด รวมถึงจัดทำประกันภัยกลุ่มสำหรับพนักงาน เพื่อยกระดับความปลอดภัยและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน

18. ความเสี่ยงด้านผลกระทบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและชุมชนจากการดำเนินธุรกิจเหมืองหินและธุรกิจคอนกรีต เช่น ฝุ่นละออง เสียง แรงสั่นสะเทือน และผลกระทบจากการขนส่ง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบ ภาพลักษณ์ และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด ติดตามและรายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการในรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องปีละ 2 ครั้ง จัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียนและกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยที่ผ่านมาไม่พบข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมที่นำไปสู่ข้อพิพาทหรือคดีความ และกลุ่มบริษัทยังได้รับการรับรองและรางวัลด้านคุณภาพ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดการสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสะท้อนถึงการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

19. ความเสี่ยงในการดำเนินงานตามประธานบัตร การต่ออายุประธานบัตร และใบอนุญาตในการประกอบกิจการเหมืองแร่หิน

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการปฏิบัติตามกฎหมายและการต่ออายุใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเหมืองหิน ซึ่งรวมถึงประธานบัตรและใบอนุญาตสำคัญต่างๆ โดยหากไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขของใบอนุญาตหรือต่ออายุได้ตามกำหนด อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ ในช่วงที่ผ่านมา บริษัทมีการนำส่งรายงานบัญชีวัตถุประสงค์ (ป.13 และ ป.14) ลาช้ากว่าระยะเวลาที่กำหนดในบางกรณี โดยในช่วงที่ผ่านมาบริษัทไม่ได้รับหนังสือแจ้งการกำหนดโทษอันเนื่องมาจากการนำส่งเอกสาร ป.13 และ ป.14 ลาช้าดังกล่าว และบริษัทได้กำหนดนโยบายและขั้นตอนการจัดทำและนำส่งรายงานดังกล่าวเป็นลายลักษณ์อักษรตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2569 เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังจัดทำทะเบียนควบคุมใบอนุญาต ติดตามวันครบกำหนด และดำเนินการต่ออายุใบอนุญาตล่วงหน้าประมาณ 3 เดือน รวมถึงติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามกฎหมายและไม่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงาน

20. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายต่างๆ ของรัฐ

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเหมืองหินและธุรกิจผลิตคอนกรีต ซึ่งครอบคลุมด้านการประกอบกิจการ สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และการกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐ โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ต้นทุนการดำเนินงาน และผลประโยชน์ของของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยติดตามและประเมินผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ พร้อมมอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยเฉพาะ รวมถึงติดตามข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและสมาคมอุตสาหกรรม เพื่อให้สามารถปรับการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

21. ความเสี่ยงจากการดำเนินการขยายกำลังการผลิตของโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จสาขาหนองใหญ่ซึ่งอยู่ระหว่างขอใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน

ในปี 2567 บริษัทได้มีการติดตั้งเครื่องจักรเพิ่มเติมในโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จแห่งหนึ่ง ส่งผลให้กำลังเครื่องจักรรวมเกินกว่าที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (รง.4) เดิม โดยบริษัทประเมินภายหลังว่าอาจเข้าข่ายการขยายโรงงานที่ต้องได้รับอนุญาตก่อนดำเนินการ จึงได้หยุดใช้งานเครื่องจักรในส่วนที่เกี่ยวข้องและยื่นคำขออนุญาตขยายโรงงานต่อสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี ทั้งนี้ บริษัทได้รับใบอนุญาตขยายโรงงานแล้วเมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2569 ส่งผลให้การดำเนินการเป็นไปตามกฎหมาย อย่างไรก็ตาม บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการถูกพิจารณาว่ามีการเปิดโรงงานในอัตรโดยมิได้รับใบอนุญาตขยายโรงงาน (รง.4) ซึ่งอาจมีบทกำหนดโทษตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามมาตรา 65 แห่งพระราชบัญญัติโรงงาน ทั้งนี้ ความผิดดังกล่าวเป็นความผิดที่สามารถเปรียบเทียบปรับได้โดยเจ้าพนักงานที่มีอำนาจ และเมื่อผู้กระทำความผิดได้ชำระค่าปรับครบถ้วนแล้วให้ถือว่าคดีอาญาลงกัน ทั้งนี้ บริษัทได้ปรับปรุงกระบวนการกำกับดูแลด้านใบอนุญาต โดยกำหนดให้มีการติดตามสถานะใบอนุญาตและให้ฝ่ายกฎหมายร่วมพิจารณาก่อนการติดตั้งหรือเปลี่ยนแปลงเครื่องจักร เพื่อป้องกันการเกิดเหตุในลักษณะเดียวกันในอนาคต

22. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ การรั่วไหลของข้อมูล หรือการหยุดชะงักของระบบที่อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยกำหนดนโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ จัดให้มีการควบคุมสิทธิการเข้าถึงข้อมูล การสำรองข้อมูล การประเมินความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงจัดทำและทดสอบแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) และแผนกู้คืนระบบสารสนเทศ (DRP) เป็นระยะ พร้อมทั้งให้ผู้เชี่ยวชาญภายนอกตรวจสอบระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง โดยที่ผ่านมาไม่พบเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ หรือเหตุขัดข้องของระบบที่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจหรือการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญของกลุ่มบริษัท

SUEN CORP PUBLIC COMPANY LIMITED
Income statement

Year End Dec (Btm)	2567A	2568A	2569F	2570F	2571F
Sales	3,297	3,578	3,885	6,143	6,529
Cost of goods sold	(2,578)	(2,827)	(3,006)	(4,767)	(5,048)
Gross Profit	719	751	880	1,376	1,481
SG&A	(378)	(390)	(447)	(737)	(783)
Equity Shares	(1)	(1)	0	0	0
Other Income	11	12	11	12	11
Other Expenses	0	0	0	0	0
EBITDA	459	490	569	798	852
Depreciation & Amortization	(109)	(118)	(125)	(147)	(143)
EBIT	351	372	444	651	709
Financial Costs	(47)	(48)	(48)	(50)	(43)
EBT	303	323	397	601	666
Tax	(63)	(66)	(79)	(120)	(133)
Net Profit before minority	240	257	317	481	533
Less Minority Interest	(75)	(98)	(131)	(169)	(195)
Net Profit before Extra.	165	159	187	311	338
Impairment loss on assets	0	0	0	0	0
Extraordinary items	0	0	0	0	0
Reported Net Profit	165	159	187	311	338
EPS (Bt)	0.29	0.28	0.25	0.41	0.44
Core (EPS)	0.29	0.28	0.25	0.41	0.44

Statements of Financial Position

Year End Dec (Btm)	2567A	2568A	2569F	2570F	2571F
Cash in hand & at banks	45	37	1,028	921	1,245
Short term investment	0	0	0	0	0
Accounts receivable -net	533	526	639	1,010	1,073
Inventories	201	253	276	443	470
Other current assets	17	20	22	34	36
Total Current Assets	795	837	1,965	2,408	2,825
Investments	11	63	63	63	63
Property, Plant & Equipment	1,021	1,161	1,136	1,339	1,296
Goodwill	0	0	0	0	0
Intangible assets	353	385	385	385	385
Deferred tax assets	0	0	0	0	0
Others	118	103	103	103	103
Total Assets	2,298	2,549	3,652	4,298	4,673
Loans and O/D from banks	276	428	385	346	312
Account payable-trade	538	547	631	1,013	1,075
Current portion 1 yr L/T loans	102	107	86	69	55
Other current liabilities	140	131	134	137	139
Total Current Liabilities	1,056	1,213	1,236	1,564	1,581
Long-term debt	326	351	299	254	216
Other	31	57	46	53	51
Total Liabilities	1,413	1,622	1,581	1,871	1,848
Capital	612	612	1,513	1,513	1,513
Legal reserve	28	28	38	38	38
Unappropriated	124	121	224	410	613
Others	0	0	0	0	0
Total Equity before MI	765	761	1,774	1,961	2,164
Minority Interest	120	166	297	466	661
Total Equity	884	928	2,071	2,427	2,825
Total Liabilities & Equity	2,298	2,549	3,652	4,298	4,673

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลนั้นๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการต่าง ๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการชักชวนให้ซื้อขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

SUEN CORP PUBLIC COMPANY LIMITED
Cash Flow Statement

Year End Dec (Btm)	2567A	2568A	2569F	2570F	2571F
EBIT (After Less Minority Interest)	275	274	314	481	514
Depreciation	109	118	125	147	143
Chg in working capital	17	(32)	(49)	(166)	(27)
Tax paid	(63)	(66)	(79)	(120)	(133)
Other operating activities	0	0	0	0	0
CF from Operating	337	294	311	343	497
Capital expenditure	(289)	(291)	(100)	(350)	(100)
Change in investments	3	(52)	0	0	0
Other investing activities	0	0	0	0	0
CF from Investment	(285)	(343)	(100)	(350)	(100)
Capital Increase	3	0	910	0	0
Debt Financing	63	182	(117)	(100)	(86)
Dividend (incl. tax)	(130)	(162)	(75)	(125)	(135)
Other financing activities	9	20	62	125	149
CF from Financing	(56)	40	781	(100)	(73)
Change in Cash	(4)	(8)	991	(107)	324
Beginning Cash	49	45	37	1,028	921
Ending Cash	45	37	1,028	921	1,245

Key Ratios

Year End Dec (Bt mn)	2567A	2568A	2569F	2570F	2571F
Per Share (Bt)					
EPS	0.29	0.28	0.25	0.41	0.44
DPS	0.23	0.29	0.10	0.16	0.18
BV	1.36	1.35	2.33	2.58	2.85
CF	0.60	0.52	0.41	0.45	0.65
* number of shares based on par 0.5 THB					
Liquidity Ratio (x)					
Current Ratio	0.75	0.69	1.59	1.54	1.79
Quick Ratio	0.56	0.48	1.37	1.26	1.49
Profitability Ratio (%)					
Gross Margin (Inc. Depre)	21.80%	20.99%	22.64%	22.40%	22.68%
EBITDA Margin	13.92%	13.69%	14.65%	12.99%	13.04%
EBIT Margin	10.63%	10.39%	11.44%	10.59%	10.86%
Net Margin	4.97%	4.43%	4.79%	5.06%	5.17%
ROE	19.61%	17.56%	12.46%	13.85%	12.87%
Efficiency Ratio					
ROA	7.16%	6.24%	5.11%	7.25%	7.23%
ROFA	16.12%	13.70%	16.44%	23.27%	26.08%
Leverage Ratio (x)					
IBD to Equity	0.80	0.96	0.37	0.28	0.21
Net Debt to Equity	0.75	0.92	-0.12	-0.10	-0.23
Interest Coverage Ratio	9.74	10.10	11.93	16.06	19.73
Growth					
Sales Growth	8.30%	8.53%	8.58%	58.11%	6.28%
EBITDA Growth	62.35%	6.68%	16.24%	40.17%	6.73%
Net Profit Growth	67.09%	-3.32%	17.39%	66.78%	8.51%
EPS Growth	67.09%	-3.32%	-12.92%	66.78%	8.51%
Valuation					
PER (x)	22.47	23.24	26.69	16.00	14.75
P/BV (x)	4.84	4.86	2.81	2.54	2.30
EV/EBITDA (x)	12.29	11.91	8.30	5.93	5.07
P/CF (x)	10.96	12.57	16.05	14.55	10.03
Dividend Yield (%)	3.52%	4.38%	1.50%	2.50%	2.71%
Dividend Payout Ratio (%)	79%	102%	40%	40%	40%

* Stock price based on target price @ 6.56

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลนั้นๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด ผู้จัดทำของสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการต่าง ๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการชักชวนหรือชักชวนให้นักลงทุนทำการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

Corporate Governance Report Rating

ช่วงคะแนน Score	สัญลักษณ์ Range Number of Logo	ความหมาย	Description
90 - 100		ดีเลิศ	Excellent
80 - 89		ดีมาก	Very Good
70 - 79		ดี	Good
60 - 69		ดีพอใช้	Satisfactory
50 - 59		ผ่าน	Pass
ต่ำกว่า 50	No logo given	N/A	N/A

Disclaimer : การเปิดเผยผลการสำรวจของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในเรื่องการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) นี้ เป็นการดำเนินการตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยการสำรวจของ IOD เป็นการสำรวจและประเมินจากข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็มเอไอ (MAI) ที่มีการเปิดเผยต่อสาธารณะ และเป็นข้อมูลที่ผู้ลงทุนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ ดังนั้น ผลสำรวจดังกล่าวจึงเป็นการนำเสนอในมุมมองของบุคคลภายนอก โดยไม่ได้เป็นการประเมินการปฏิบัติ และได้มีการใช้ข้อมูลภายในเพื่อการประเมิน ผลสำรวจดังกล่าวเป็นผลการสำรวจ ณ วันที่ปรากฏในรายงานการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทยเท่านั้น ดังนั้น ผลการสำรวจจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว หรือเมื่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด มิได้ยืนยัน ตรวจสอบ หรือรับรองถึงความถูกต้องครบถ้วนของผลการสำรวจดังกล่าวแต่อย่างใด

Anti-corruption Progress Indicators

บริษัทที่เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Thai CAC) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- ได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วม CAC
- ได้รับการรับรอง CAC

Disclaimer : การเปิดเผยผลการประเมินดัชนีชี้วัดความคืบหน้าการป้องกันการมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่จัดทำโดยสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งมีการเปิดเผยโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์นี้ เป็นการดำเนินการตามนโยบายและตามแผนพัฒนาความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน โดยผลการประเมินดังกล่าว สถาบันที่เกี่ยวข้องอาศัยข้อมูลที่ได้รับจากบริษัทจดทะเบียนตามที่บริษัทจดทะเบียนได้ระบุในแบบแสดงข้อมูลเพื่อการประเมิน Anti-Corruption ซึ่งได้อ้างอิงข้อมูลมาจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) รายงานประจำปี (แบบ 56-2) หรือในเอกสารและหรือรายงานอื่นที่เกี่ยวข้องของบริษัทจดทะเบียนนั้น แล้วแต่กรณี ดังนั้น ผลการประเมินดังกล่าวจึงเป็นการนำเสนอในมุมมองของสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นบุคคลภายนอก โดยมีได้เป็นการประเมินการปฏิบัติของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้ใช้ข้อมูลภายในเพื่อการประเมิน

เนื่องจากผลการประเมินดังกล่าวเป็นเพียงผลการประเมิน ณ วันที่ปรากฏในผลการประเมินเท่านั้น ดังนั้น ผลการประเมินจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว หรือเมื่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด มิได้ยืนยัน ตรวจสอบ หรือรับรองความถูกต้องครบถ้วนของผลการประเมินดังกล่าวแต่อย่างใด