

## ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ผลิตภัณฑ์คอนกรีตชลบุรี จำกัด (มหาชน) ผู้ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ และผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปอย่างครบวงจร ภายใต้เครื่องหมายการค้า “CCP” ผลิตภัณฑ์ทุกประเภทผลิตด้วยเครื่องจักรทันสมัย ภายใต้โรงงานที่ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐานโลก ISO 9001: 2000 , ISO 9001 : 2008 และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่

#### 1. คอนกรีตผสมเสร็จ

มีหลากหลายชนิดสำหรับงานก่อสร้างทุกประเภท ทุกขนาด ตั้งแต่งานก่อสร้างขนาดเล็กจนถึงโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ระดับประเทศ

#### 2. คอนกรีตสำเร็จรูปสำหรับงานโครงสร้างงานระบบ

เป็นผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำหรับงานโครงสร้าง และงานสาธารณูปโภค ประเภทถนนทางหลวง ระบบระบายน้ำ และโครงการก่อสร้างต่างๆ ของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปสำหรับงานโครงสร้าง ได้แก่ แผ่นพื้น บล็อกก่อผนัง ตัวกันถนน สำหรับผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปสำหรับงานระบายน้ำ ได้แก่ ท่อระบายน้ำรูปแบบต่างๆ ท่อดินลอด บ่อพักวางระบายน้ำ

#### 3. คอนกรีตสำเร็จรูปสำหรับงานตกแต่ง

เป็นผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำหรับงานตกแต่งพื้นถนน และลานอเนกประสงค์ต่างๆ ได้แก่ บล็อกประสานปูพื้น แผ่นทางเท้า บล็อกหญ้า และขอบคันหิน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังรับจ้างผลิตคอนกรีตที่มีรูปแบบและคุณสมบัติเฉพาะตามคำสั่งลูกค้า (Made to order) อีกด้วย โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ (Ready-mixed Concrete Plant) จำนวน 24 แห่ง ตั้งกระจายอยู่ในภาคกลาง และภาคตะวันออก และต่างประเทศ เช่น หนองช้างคอก อ่างศิลา หนองไผ่แก้ว Segment ศรีราชา พัทยา พานทอง หนองขาม บ่อวิน มาบตาพุด มาบยางพร เขียงราก ลาดกระบัง ทำนันทน์ พระราม 9 รัตนวิเบศร์ เป็นต้น และมีโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป (Precast Concrete Plant) ทั้งหมด 3 แห่งตั้งอยู่ในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี

ทั้งนี้ นอกจากธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีต บริษัทฯ ยังลงทุนจัดตั้งบริษัทย่อย 4 แห่ง ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานบริษัทภายในกลุ่ม ได้แก่

1. บริษัท ชลบุรีกันยง จำกัด ประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ทั้งค้าปลีกและค้าส่ง ภายใต้ชื่อ “กันยงโฮมสโตร์”

2. บริษัท ตะวันออกการขนส่ง จำกัด ประกอบธุรกิจให้เช่ายานพาหนะแก่บริษัทในเครือ เพื่อขนส่งวัสดุก่อสร้าง อาทิ หิน ปูน ทราวย คอนกรีต

3. บริษัท ชลประทีปสินทรัพย์ จำกัด ประกอบธุรกิจให้เช่าทรัพย์สินที่ดิน อาคารสำนักงาน และโรงงานแก่บริษัทในเครือ

4. บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตมวลเบา ระบบอบไอน้ำภายใต้ความดันสูง (Autoclaved Aerated Concrete: AAC) ภายใต้ชื่อ “สมาร์ท บล็อกเย็น”

## 1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัทฯ หรือกลุ่มบริษัทในภาพรวม ตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

### วิสัยทัศน์

คณะกรรมการบริษัทมีการกำหนดบทบาทเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดีในเรื่องต่อไปนี้

- การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ กลยุทธ์ เป้าหมาย แผนธุรกิจและงบประมาณของบริษัทฯ
- การกำกับดูแล และติดตามผลการปฏิบัติของฝ่ายบริหารอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามแผนงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้
- การดูแลระบบควบคุมภายในให้มีประสิทธิภาพและเพียงพอโดยการติดตามอย่างสม่ำเสมอ บริษัทฯ ได้ว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบระบบการควบคุมภายใน คือ สำนักงานบัญชี ศิวพลและเพื่อน เพื่อตรวจสอบและจัดทำระบบตรวจสอบการควบคุมภายในของบริษัทฯ นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังว่าจ้าง บริษัท เอ็น อาร์ แอนด์ แอสโซซิเอต จำกัด เพื่อตรวจสอบระบบบัญชีของบริษัทฯ
- การดูแลให้มีมาตรการบริหารความเสี่ยงให้มีความเหมาะสม เพื่อให้บริษัทฯ ได้รับประโยชน์สูงสุด

### เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

เป้าหมายของบริษัทฯ คือ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะรักษาความเป็นผู้นำในฐานะผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตครบวงจรรายใหญ่ของภาคตะวันออก ด้วยการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และก้าวทันเทคโนโลยีการก่อสร้างสมัยใหม่อยู่เสมอ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า และคงไว้ซึ่งความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ลูกค้ามีต่อบริษัท และผลิตภัณฑ์ทุกประเภทของบริษัทฯ ควบคู่กับเพิ่มความสำคัญในการดำเนินแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นอัตราการเติบโตของยอดขาย และขยายฐานกลุ่มลูกค้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้นในอนาคต

### นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัทฯ มีนโยบายแบ่งการดำเนินงานตามกลุ่มธุรกิจ ผ่านบริษัทย่อยอย่างชัดเจน (ดังข้อมูลข้างต้น) โดยการดำเนินงานของแต่ละบริษัทมุ่งหวังการสนับสนุน การเกื้อกูล และการเอื้อประโยชน์อย่างสูงสุดในทางธุรกิจซึ่งจะไม่ซ้ำซ้อนทางสายงานต่อกัน

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

- ปี 2526 19 เมษายน 2526 จดทะเบียนจัดตั้ง “บจก.ผลิตภัณฑ์คอนกรีตชลบุรี” ณ จังหวัดชลบุรี โดยมีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตที่เกี่ยวข้องงานสาธารณูปโภคอย่างครบวงจร
- จดทะเบียนจัดตั้ง “บจก.ชลบุรีกันยง” ณ จังหวัดชลบุรี โดยมีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง แทน “ห้างหุ้นส่วนจำกัด กันยงค้าวัสดุก่อสร้าง”
- ปี 2529 28 มกราคม 2529 บริษัทฯ ได้รับเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ชุดแรก เลขที่ มอก.128-2528 ลว 28 สำหรับผลิตภัณฑ์ท่อระบายน้ำชนิดปากลิ้นราง จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม
- ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ร่วมลงทุนก่อตั้ง “บจก.สเปกเทค คอนกรีต” เพื่อผลิตและจำหน่ายคอนกรีตอัดแรง
- ปี 2531 วันที่ 25 เมษายน 2531 ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ร่วมลงทุนก่อตั้ง “บจก.ตะวันออกการขนส่ง” เพื่อประกอบธุรกิจให้เข้ายานพาหนะ ซึ่งเป็นรถบรรทุกเพื่อขนส่งวัสดุก่อสร้าง อาทิ หิน ปูน ทราย คอนกรีต ให้แก่บริษัทในเครือ
- ปี 2532 มีนาคม 2532 ลงทุนตั้งโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ เพื่อขยายธุรกิจการผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ
- ปี 2536 ขยายการผลิต โดยเพิ่มแท่นผลิตท่อคอนกรีตสำหรับโครงการบำบัดน้ำเสีย และโครงการสาธารณูปโภคขนาดใหญ่
- ปี 2539 29 มกราคม 2539 บจก.ชลบุรีกันยง เพิ่มทุนจดทะเบียน เป็น 20 ล้านบาท

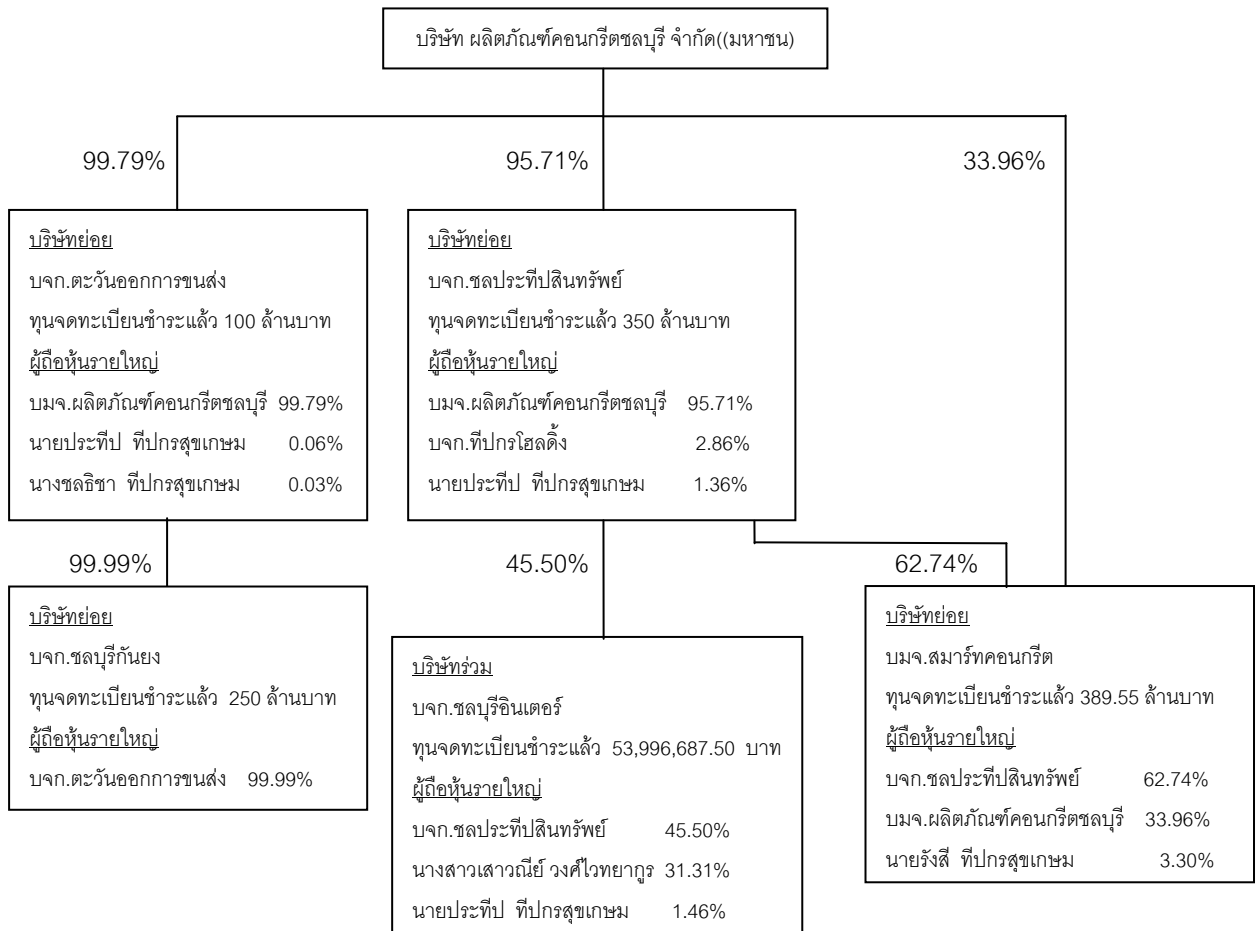
- ปี 2540** บจก.ชลบุรีกันยง เพิ่มทุนจดทะเบียน เป็น 25 ล้านบาท เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งในการประกอบธุรกิจ
- ปี 2542** บริษัทฯ และ บจก.ชลบุรีกันยง เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็นบริษัทละ 50 ล้านบาท เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งทางการเงิน
- ปี 2544** มกราคม 2544 ได้รับใบรับรองมาตรฐาน ISO 9002:1994 ทั้งในส่วนสำนักงาน และโรงงาน โดยสินค้าที่ได้รับ ISO ได้แก่ ท่อระบายน้ำคอนกรีตชนิดตันลอด ท่อระบายน้ำคอนกรีตชนิดปากกระสัง ท่อระบายน้ำคอนกรีตชนิดปากกลิ้งราง ท่อระบายน้ำคอนกรีตชนิดรูปสี่เหลี่ยม บล็อกประสานปูพื้น
- ปี 2545** มกราคม 2545 บจก.ชลบุรีกันยง ปรับรูปแบบการค้าสู่ธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ภายใต้ชื่อร้าน “กันยงโฮมสโตร์” เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ที่เริ่มฟื้นตัวและมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี
- 22 พฤษภาคม 2545 ก่อตั้ง “บจก.ชลประทีปสินทรัพย์” เพื่อประกอบธุรกิจให้เช่าทรัพย์สินแก่บริษัทในเครือ
- ธันวาคม 2545 บริษัทฯ และบริษัทในเครือปรับโครงสร้างภายใน โดยรวมธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อเตรียมจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ โดย
- บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200 ล้านบาท
  - บริษัทฯ ลงทุนใน บจก.ชลบุรีกันยง โดยเข้าถือหุ้นร้อยละ 99.99
  - บจก.ชลบุรีกันยง ลงทุนใน บจก.ชลประทีปสินทรัพย์ โดยเข้าถือหุ้นร้อยละ 95.71
- ปี 2546** กันยายน 2546 บริษัทฯ ซื้อทรัพย์สินของ บจก.สเปกเทคคอนกรีต ได้แก่ ที่ดิน อาคารสำนักงาน โรงงาน เครื่องจักร เพื่อเพิ่มสายการผลิตของผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปสำหรับงานฐานราก เช่น เสาเข็ม คานอาคาร
- 14 สิงหาคม 2546 ได้รับใบรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 ทุกขั้นตอนและทุกระบบของสำนักงานและโรงงาน
- 8 กันยายน 2546 แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วทั้งสิ้น 200 ล้านบาท
- 22 กันยายน 2546 เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 310 ล้านบาท โดยนำหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 110 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เสนอขายต่อประชาชน
- 16 ธันวาคม 2546 บริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “CCP”
- ปี 2547** 30 มกราคม 2547 ก่อตั้ง “บจก.อโตะเคป แอโรเทค คอนกรีต โปรดัก” ด้วยทุนจดทะเบียน 350 ล้านบาท เพื่อขยายกิจการไปยังธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตมวลเบา
- 20 กุมภาพันธ์ 2547 บจก.ชลบุรีกันยง ลงทุนร้าน “กันยงโฮมสโตร์ สาขาพัทยา” มูลค่าการลงทุน 400 ล้านบาท
- ปี 2548** กรกฎาคม 2548 เปิดร้าน “กันยงโฮมสโตร์ สาขาพัทยา” อย่างเป็นทางการ
- บริษัทฯ ซื้อรถขนส่งคอนกรีตเพิ่ม 30 คัน และก่อสร้างโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ 5 แห่ง ตั้งกระจายอยู่ในภาคกลาง และภาคตะวันออก เพื่อรองรับยอดขายของธุรกิจคอนกรีตที่เพิ่มขึ้น
- กันยายน 2548 บจก.อโตะเคป แอโรเทค คอนกรีต โปรดัก เริ่มการผลิตคอนกรีตมวลเบาเชิงพาณิชย์
- ปี 2549** บริษัทฯ นำระบบ IT มาเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการภายในของกลุ่มบริษัท และยกมาตรฐานการควบคุมคุณภาพสินค้าคอนกรีตผสมเสร็จ ได้แก่ ระบบการจัดการ SAP (System Application Products) ระบบการควบคุมการผลิต CDS (Centralize Data System) และติดตั้งระบบ GPS (Global Positioning System) รถผสมปูนขนส่งคอนกรีตทุกคัน
- บจก.ชลประทีปสินทรัพย์ ให้ บมจ.บิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ เช่าที่ดินด้านข้างโรงงานชลบุรี เป็นระยะเวลา 30 ปี
- ไตรมาส 4 บริษัทฯ มีแผนปรับปรุงร้านกันยงโฮมสโตร์ สาขาชลบุรี ให้เป็นรูปแบบร้านค้าวัสดุก่อสร้างโมเดิร์นเทรด เช่นเดียวกับสาขาพัทยา เพื่อรับการเปิดตัวของห้างบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในปี 2550
- ปี 2550** ตุลาคม 2550 เปลี่ยนชื่อ บจก.อโตะเคป แอโรเทค คอนกรีต โปรดัก เป็น บจก.สมาร์ทคอนกรีต
- ธันวาคม 2550 บริษัทฯ ขายหุ้นทั้งหมดที่ถืออยู่ใน บจก.สมาร์ทคอนกรีต ให้แก่ บจก.ชลประทีปสินทรัพย์ (บริษัทย่อยซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 95.71) ส่งผลให้บริษัทฯ ถือหุ้น บจก.สมาร์ทคอนกรีต ทางอ้อม โดยผ่าน บจก.ชลประทีปสินทรัพย์ ในอัตราร้อยละ 75.00
- ปี 2551** บจก.ชลประทีปสินทรัพย์ เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน บจก.สมาร์ทคอนกรีต เป็นอัตราร้อยละ 88.20

- ปี 2552** กรกฎาคม 2552 ได้รับใบรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2008 ทั้งในส่วนสำนักงาน และโรงงาน โดยสินค้าที่ได้รับ ISO ได้แก่ ออกแบบและผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ และผลิตท่อคอนกรีตเสริมเหล็กแบบตันลอด, ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กแบบปากกระสัง,ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กแบบปากลิ้นราง,ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กสำหรับปูสื่เหล็ก,บ่อพักคอนกรีตเสริมเหล็กคอนกรีตบล็อกประสานปูพื้น,คอนกรีตบล็อก
- ปี 2553** บริษัทฯ ได้เปลี่ยนผู้สอบบัญชีใหม่,แต่งตั้งผู้สอบบัญชีประจำปี 2553 และกำหนดค่าตอบแทนในการสอบบัญชีเป็น บจก.เอ็ม อาร์ แอนด์ แอสโซซิเอท สำหรับงบการเงินรายไตรมาสและงบการเงินประจำปี 2553
- กรกฎาคม 2553 บจก.ชลประทีปสินทรัพย์ เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน บจก.สมาร์ตคอนกรีต เป็นร้อยละ 88.48
- บริษัทฯ เปิดสำนักงานสาขาเพื่อดำเนินธุรกิจในประเทศมัลดีฟส์
- พฤศจิกายน 2553 บจก.ชลบุรีกันยง ชายที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างร้านกันยงโฮมสโตร์ สาขาพัทยา ให้แก่บุคคลภายนอก เพื่อนำเงินมาชำระหนี้ให้กับธนาคารทหารไทย และหยุดดำเนินงานสาขาพัทยา
- ปี 2554** มกราคม 2554 บจก.สมาร์ตคอนกรีต เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 530 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ลงทุนซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนทั้งหมดของ บจก.สมาร์ตคอนกรีต จำนวน 18.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท ส่งผลให้บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นทางตรงในสัดส่วนร้อยละ 33.96
- บริษัทฯ ออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทครั้งที่ 1 (CCP-W1) จำนวน 155 ล้านหน่วย จัดสรรฟรีให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน (ศึกษารายละเอียดในหัวข้อ 7.3 การออกหลักทรัพย์อื่น)
- พฤศจิกายน 2554 บริษัทฯ และบริษัทย่อย ร่วมบริจาคเงินช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยจำนวนเงิน 100,000 บาท
- ธันวาคม 2554 บริษัทฯ ร่วมกับหน่วยบริจาคโลหิตเคลื่อนที่ สภากาชาดไทย จังหวัดชลบุรี จัดกิจกรรมร่วมกันบริจาคโลหิตถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ครั้งที่ 4 ซึ่งบริษัทฯ จัดกิจกรรมดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี 2554 มาแล้ว 3 ครั้ง
- ปี 2555** - กันยายน 2555 บริษัทย่อย(บจก.สมาร์ตคอนกรีต) ได้รับอนุมัติแผนเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (Spin-off)
- ปี 2556** - กุมภาพันธ์ 2556 บจก.สมาร์ตคอนกรีต (บริษัทย่อย) ลดทุนจดทะเบียนเหลือ 389.55 ล้านบาท โดยการลดมูลค่าที่ตราไว้จาก 10 บาทต่อหุ้น เป็น 7.35 บาทต่อหุ้น / เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จาก 7.35 บาทต่อหุ้น เป็น 1 บาทต่อหุ้น / เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 460.00 ล้านบาท / แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด
- บริษัทฯ จ่ายหุ้นปันผล 50 ล้านบาท ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน
- บริษัทฯ ออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทครั้งที่ 2 (CCP-W2) จำนวน 100 ล้านหน่วย จัดสรรฟรีให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน (ศึกษารายละเอียดในหัวข้อ 7.3 การออกหลักทรัพย์อื่น)
- ปัจจุบันบริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 642,991,583 บาท

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ เริ่มประกอบกิจการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ และบริษัท ชลบุรีกันยง จำกัด ประกอบธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง โดยครอบครัวที่ปรกฤษเกษม เมื่อปี 2526 ต่อมาในปี 2531 ก่อตั้งบริษัท ตะวันออกการขนส่ง จำกัด เป็นผู้ประกอบธุรกิจให้เช่ายานพาหนะ ในปี 2532 ร่วมลงทุนในบริษัท ชลบุรีอินเตอร์ จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจโรงแรม ในปี 2545 ก่อตั้งบริษัท ชลประทีปสินทรัพย์ จำกัด เป็นผู้ประกอบธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ ในปี 2547 ก่อตั้งบริษัท สมาร์ตคอนกรีต จำกัด (เดิมชื่อ บจก.อโศกเรป แอริเทค คอนกรีต โปรดัก และปัจจุบันแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด) เป็นผู้ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตมวลเบา ส่งผลให้ปัจจุบัน บริษัทฯมีธุรกิจหลัก 6 กลุ่ม คือ ธุรกิจผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและคอนกรีตสำเร็จรูป , ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง , ธุรกิจให้เช่ายานพาหนะ , ธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ , ธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตมวลเบา และธุรกิจโรงแรม และได้ขยายธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง

โดยมีการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม ดังนี้



ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น
ธุรกิจหลักผลิตและจำหน่ายคอนกรีต		
1.บริษัท ตะวันออกการขนส่ง จำกัด	ให้เช่ายานพาหนะ	99.79%
2.บริษัท ชลบุรีกันยง จำกัด	จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง	99.78% (ทางอ้อม)
2.บริษัท ชลประทีปสินทรัพย์ จำกัด	ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์	95.71%
4.บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด(มหาชน)	ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตมวลเบา	33.96% (ทางตรง) และ 62.74% (ทางอ้อม)
5.บริษัท ซีซีพี เพ็ญสโตนส์ จำกัด	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีต	90.00 %
ธุรกิจอื่นโรงแรม		
1.บริษัท ชลบุรีอินเตอร์ จำกัด	ให้บริการโรงแรม	45.50% (ทางอ้อม)

#### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

การดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท มิได้มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอื่นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่อย่างมีนัยสำคัญ หรือมีความสัมพันธ์กันแต่เพียงครั้งคราวเฉพาะธุรกรรม เช่น ใช้บริการ กู้ยืมเงิน เช่าทรัพย์สิน เป็นต้น (ศึกษารายละเอียดในหัวข้อ 12 รายการระหว่างกัน)

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทย้อนหลัง 3 ปี(งบการเงินรวม)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	การถือหุ้นของบริษัท (%)	ปี 2556		ปี 2555		ปี 2554	
			(ล้านบาท)	ร้อยละ	(ล้านบาท)	ร้อยละ	(ล้านบาท)	ร้อยละ
1. รายได้จากธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีต	บริษัทฯ	-	1,546.82	53.22	1,395.31	58.82	1,139.48	50.29
- ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ			1,004.78	34.57	908.21	38.29	793.19	35.02
- ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป			515.84	17.76	466.40	19.66	336.30	14.85
- ผลิตภัณฑ์อื่น*			12.91	0.44	10.25	0.43	9.59	0.42
2. รายได้จากธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ตกแต่ง และ ซ่อมแซมบ้าน	บจก.ชลบุรี กันยง	99.78 ***	668.34	22.99	508.05	21.42	737.47	32.56
3. รายได้จากธุรกิจคอนกรีตมวลเบา	บมจ.สมาร์ทคอนกรีต	96.70 ****	379.32	13.05	372.99	15.72	369.10	16.30
4. รายได้อื่น**	บริษัทฯ	-	321.07	10.74	95.66	4.03	19.34	0.85
<b>รวม</b>			<b>2,906.55</b>	<b>100.00</b>	<b>2,372.01</b>	<b>100.00</b>	<b>2,264.99</b>	<b>100.00</b>

**หมายเหตุ** \* ผลิตภัณฑ์อื่น มาจากรายการรายได้จากสินค้าที่มีใช้สินค้าหลัก ซึ่งมีการแบ่งคำนวณรายได้ดังนี้

(1) หินและทราย เพื่อขายให้แก่ผู้รับเหมาที่ผลิตหินทรายคิวนั่น ซึ่งเป็นวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ

(2) แหวนยาง และเหล็ก ซึ่งเป็นส่วนประกอบระหว่างรอยต่อของท่อแต่ละท่อน โดยเป็นการขายควบกับท่อคอนกรีตให้แก่ลูกค้า

\*\* รายได้อื่น มาจากรายการรายได้ที่มาจากกิจการอื่น ที่มีได้มาจากสินค้าที่ผลิต

\*\*\* บริษัทฯ ถือหุ้นบริษัท ชลบุรีกันยง จำกัด ทางอ้อม ผ่านบริษัท ตะวันออกการขนส่ง จำกัด

\*\*\*\* บริษัทฯ ถือหุ้นบริษัท สมาร์ท คอนกรีต จำกัด(มหาชน) ทางอ้อม ผ่านบริษัท ชลประทีปสินทรัพย์ จำกัด

ธุรกิจหลักของบริษัทฯ แบ่งได้เป็น 3 สาย คือ ธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีต ธุรกิจร้านค้าจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งบ้านในรูปแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และธุรกิจคอนกรีตมวลเบา

### ธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีต

#### 1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

##### 1.1 ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ

บริษัทฯ มีโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จให้บริการลูกค้ากว่า 24 แห่ง กระจายอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และภาคตะวันออก

##### 1.2 ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป

##### 1.2.1 ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปสำหรับโครงสร้างงานระบบ แบ่งเป็น

- ผลิตภัณฑ์สำหรับงานโครงสร้าง ได้แก่ แผ่นพื้น HOLLOW CORE, PLANK BLOCK, GIRDER และ BARRIER
- ผลิตภัณฑ์สำหรับงานระบายน้ำ ได้แก่ ท่อระบายน้ำชนิดปากกลิ้งราง ท่อระบายน้ำชนิดปากกระชัง ท่อคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อสำเร็จรูปสี่เหลี่ยม ท่อตันลอด บ่อพักคอนกรีตเสริมเหล็ก รางระบายน้ำ

##### 1.2.2 ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปสำหรับงานตกแต่ง ได้แก่ บล็อกประสานปูพื้น บล็อกหญ้า แผ่นทางเท้าและขอบคันหิน

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมีบริการรับออกแบบและผลิตสินค้าคอนกรีตที่มีรูปแบบและคุณสมบัติเฉพาะตามคำสั่งของลูกค้า (Made-to-order) โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีกำลังการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จได้สูงสุด 72,850 คิวต่อเดือน และงานคอนกรีตสำเร็จรูป 17,500 คิวต่อเดือน มีการใช้วัตถุดิบผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ 45,000 คิวต่อเดือน และคอนกรีตสำเร็จรูป 13,100 คิวต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 61.77 และร้อยละ 74.86 ตามลำดับ ซึ่งเพียงพอสำหรับการรองรับคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากลูกค้า

นอกจากนี้ บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ของปูนซีเมนต์นครหลวง ปูนซีเมนต์ทิฟไฟ และปูนซีเมนต์เอเชีย

## 2. การตลาดและการแข่งขัน

### 2.1 นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

#### 2.1.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

- นอกจากมาตรฐานในระดับสูงที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมแล้ว ปัจจุบัน CCP ยังมีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้า อันได้แก่ คอนกรีต Ultra high strength, Self Compacting Concrete โดยสินค้าดังกล่าวทาง CCP ได้ออกสินค้าเพื่อช่วยประหยัดต้นทุนของลูกค้าในภาวะวิกฤตของราคาน้ำมันและเหล็กที่มีราคาพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และบริษัทยังได้เพิ่มสายการผลิต Precast พ่นสำเร็จรูป เพื่อการรองรับการเติบโตของภาคการก่อสร้างในอนาคต รวมไปถึงแนวโน้มค่าแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้นเพื่อสนับสนุนลูกค้าของบริษัทให้สามารถแข่งขันได้สูงขึ้นอย่างไรก็ตาม ระบบ GPS และ CDS

บริษัทฯ ยังเป็นผู้นำธุรกิจผลิตคอนกรีตผสมเสร็จด้วยระบบดังกล่าวทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับสินค้าที่ตรงคุณภาพที่ต้องการและครบถ้วนตรงเวลา

- ราคาเหมาะสมและสามารถแข่งขันได้

#### 2.1.2 ลักษณะลูกค้า

บริษัทฯ มีลูกค้าทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยลูกค้าภาครัฐ บริษัทฯ จะเข้ารับงานทั้งโดยตรงจากหน่วยงานของรัฐที่เป็นเจ้าของโครงการก่อสร้างต่างๆ หรือทั้งผ่านกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างในโครงการของรัฐ ส่วนลูกค้าภาคเอกชน ได้แก่ ผู้รับเหมาก่อสร้างที่ก่อสร้างโครงการ ในโครงการหมู่บ้าน อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า โดยในปี 2556 บริษัทฯ มีงานภาครัฐและภาคเอกชนในสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 60 ต่อ 40 (เมื่อคิดจากรายได้รวม) อย่างไรก็ตาม ลักษณะการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป มีทั้งการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบมาตรฐานและการสั่งทำผลิตภัณฑ์ตามรูปแบบและคุณสมบัติเฉพาะของแต่ละโครงการ

#### 2.1.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ ได้แก่ บริษัทผู้รับเหมาโครงการด้านการโยธาและระบบจราจรของภาครัฐ รวมถึงบริษัทผู้รับเหมาโครงการอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของบ้าน

#### 2.1.4 นโยบายราคา

บริษัทฯ จะกำหนดราคาผลิตภัณฑ์จากต้นทุนและส่วนบวกเพิ่ม(Cost plus Margin)โดยนำปริมาณการสั่งซื้อและการแข่งขันของอุตสาหกรรมมาพิจารณาประกอบเช่นกัน

#### 2.1.5 การจำหน่ายและช่องทางจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าโดยตรงและผ่านตัวแทนของบริษัทฯ ซึ่งส่วนใหญ่การจำหน่ายจะมีลักษณะขายตรงให้แก่ลูกค้าในภาครัฐและเอกชน โดยมีพนักงานของบริษัทฯ เป็นผู้ติดต่อโดยตรง

## 2.2 สภาพการแข่งขัน และภาวะอุตสาหกรรม

ปี 2556 เป็นอีกปีที่บริษัทฯ มีผลประกอบการไปในทางที่ดีอย่างต่อเนื่อง จากสถานะที่ประเทศมีการขยายตัวอย่างมากในทุกๆ ด้าน ทั้งด้าน การลงทุนจากภาครัฐบาลใน โครงการพื้นฐานขนาดใหญ่ของประเทศเช่น รถไฟฟ้าสายต่างๆ การย้ายฐานการผลิตของภาคอุตสาหกรรมจากเหตุการณ์น้ำท่วม ซึ่งนำมาซึ่งการลงทุนของภาคที่อยู่อาศัย งานสาธารณูปโภคพื้นฐานงานด้านพาณิชย์กรรม และ สำนักงานต่างๆ และที่สำคัญที่สุดคือการทำให้เกิดการจ้างงานในวงกว้าง ซึ่งนอกจากจะทำให้เกิดการกระจายตัวของรายได้และการบริโภคที่เพิ่มขึ้น ยังก่อให้เกิด แนวโน้มใหม่ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง คือการขาดแคลนแรงงานอย่างมาก จนทำให้เกิดโอกาสสำหรับสินค้าทดแทนแรงงานขนานใหญ่ในอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง



การเปรียบเทียบบริษัทฯ กับบริษัทคู่แข่งนั้น ไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจน เนื่องจากธุรกิจสายคอนกรีตค่อนข้างหลากหลาย อย่างไรก็ตามอาจแบ่งบริษัทคู่แข่งได้ตามประเภทผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ ดังนี้

บริษัทคู่แข่ง	เครื่องหมายการค้า	ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ	ผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป		
			คอนกรีตสำเร็จรูปงานตกแต่ง	คอนกรีตสำเร็จรูปโครงสร้างงานระบบ	
				งานโครงสร้าง	งานระบบระบายน้ำ
บริษัทฯ	CCP	/	/	/	/
กลุ่มบริษัทปูนซีเมนต์ไทย	CPAC	/	/	/	-
- บจก.สยามซีแพคบล็อก		-	/	-	-
- บจก.อุตสาหกรรมซีแพคบล็อก		-	/	/	-
- บจก.ผลิตภัณฑ์คอนกรีตซีแพค		-	/	/	-
- บจก.ซีเมนต์ไทยการตลาด		-	/	-	-
- บจก.ผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบก่อสร้าง		/	/	-	-
บมจ.ทีพีไอ โพลีน	TPI	/	-	-	-
บมจ.ปูนซีเมนต์นครหลวง	SCCC	/	-	-	-

### 3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

#### 3.1 ลักษณะการบริการ

บริษัทฯ มีโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จตั้งกระจายอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมาณพล และภาคตะวันออก 24 แห่ง โรงงาน และมีโรงงานผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรี 3 แห่ง ซึ่งบริษัทฯ มีบริการขนส่งและเทคอนกรีตจากโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จไปยังหน้าโครงการ

##### 3.1.1 โรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของบริษัทฯ (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556)

โรงงาน		สถานที่ตั้ง
1	สาขาศรีราชา 1	113/5 ม.1 ต.ทุ่งสุขลา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี
2	สาขาศรีราชา 2	
3	สาขาบ่อวิน	ม.10 ต.เขาคันทรง อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี
4	สาขาพัทยา 1	52/21 ม.1 ต.นาจอมเทียน เขตพัทยา จ.ชลบุรี
5	สาขาพัทยา 2	
6	สาขาอ่างศิลา	1/49 ม. 5 ต. เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี
7	สาขามบตาพุด 1	269/32 ถ.สุขุมวิท ต.มบตาพุด อ.เมือง จ.ระยอง
8	สาขามบตาพุด 2	
9	สาขาลาดกระบัง 1	ถ.ร่มเกล้า 1 แขวงคลอง 2 ตันนูน เขตลาดกระบัง กทม.
10	สาขาลาดกระบัง 2	
11	สาขาพานทอง	334 ม. 3 ต.คลองตำหรุ อ.เมือง จ.ชลบุรี
12	สาขา Segment 1	113 ม.5 ต.หนองไผ่แก้ว อ.บ้านบึง จ. ชลบุรี
13	สาขา Segment 2	
14	สาขาหนองขาม	706/16 ม.1 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี
15	สาขาหนองขำคอก	6/7 ม.7 ต.หนองขำคอก อ.เมือง จ.ชลบุรี
16	สาขาพัทยา 3	40/2 ม.1 ต.หนองปรือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี
17	สาขารัตนาธิเบศร์ 1	60/53 ม.4 ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี



โรงงาน		สถานที่ตั้ง
18	สาขารัตนาธิเบศร์ 2	60/53 ม.4 ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี
19	สาขามายางพร	172 ม. 3 ต.มายางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง
20	สาขาบ้านบึง	113 ม.5 ต.หนองไผ่แก้ว อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี
21	สาขาเชียงราก	ถ.สาย 347 (แยก ม.ธรรมศาสตร์) ต.เชียงราก อ.สามโคก จ.ปทุมธานี
22	สาขาท่าฉนวน	ต.บ้านแขก ตลาดขวัญ (เมือง) อ.ตลาดขวัญ จ.นนทบุรี
23	สาขาพระราม 9	809 ซอยพระรามเก้า 21 ถ.พระรามเก้า เขตบางกะปิ กทม.
24	สาขามตะ(อ้อมแก้ว)	145 หมู่ที่ 3 ต.มาบโป่ง อ.พานทอง จ.ชลบุรี

### 3.1.2 โรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปของบริษัทฯ (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556)

โรงงาน		สถานที่ตั้ง
1.	โรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต (บ้านบึง 1)	113 ม.5 ต.หนองไผ่แก้ว อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี
2.	โรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต (บ้านบึง 2)	309/10 ม.1 ต.หนองไผ่แก้ว อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี
3.	โรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต (บ้านบึง 3)	113 ม.5 ต.หนองไผ่แก้ว อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี

### 3.1.3 กำลังการผลิต (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556)

โรงงาน	กำลังการผลิต ต่อเดือน (คิว)	ปริมาณการผลิต* เฉลี่ยต่อเดือน (คิว)	อัตราการใช้ กำลังผลิต (%)
โรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ (24 โรงงาน)	72,850	45,000	61.77
โรงงานคอนกรีตสำเร็จรูป	17,500	13,100	74.86
1) โรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต (บ้านบึง 1)	9,000	7,600	84.45
3) โรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต (บ้านบึง 2)	4,000	2,500	62.50
2) โรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต (บ้านบึง 3)	4,500	3,000	66.67

หมายเหตุ - \* เป็นการผลิตในวันทำการปกติ

### 3.1.4 นโยบายการผลิต

บริษัทฯ พยายามทุกขั้นตอนการผลิต โดยใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย ภายใต้โรงงานที่ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐานโลก ISO 9001:2000 และ ISO 9001:2008 โดยการควบคุมอย่างใกล้ชิดจากวิศวกรผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง และตรงตามความต้องการของลูกค้า

### 3.1.5 วัตถุดิบ

บริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบประเภทปูนซีเมนต์ผง หินและทราย จากผู้จำหน่ายภายในประเทศ โดยซื้อปูนซีเมนต์ผงจากผู้จำหน่ายโดยตรง คือ บมจ.ปูนซีเมนต์นครหลวง บมจ.ปูนซีเมนต์ทีพีไอ และบมจ.ปูนซีเมนต์เอเชีย อย่างไรก็ตาม การพิจารณาสั่งซื้อปูนซีเมนต์จากผู้ผลิตแต่ละรายนั้น บริษัทฯ จะพิจารณาจากต้นทุนเป็นหลัก ซึ่งในปัจจุบัน บริษัทฯ มียอดจำหน่ายปูนซีเมนต์ผงสูงติดอันดับ 1 ใน 5 ของปูนซีเมนต์นครหลวง ปูนซีเมนต์ทีพีไอ ปูนซีเมนต์เอเชีย นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายไม่เก็บสต็อกวัตถุดิบ ยกเว้นเหล็ก ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ราคาค่อนข้างผันผวน ที่บริษัทฯ จำเป็นต้องเก็บสต็อกไว้ เพื่อป้องกันภาวะราคาผันผวนและการขาดแคลนอย่างฉับพลัน

### 3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานสำนักงานสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีการตรวจสอบตามกำหนดทุก 1 ปี โดยบริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดของทุกหน่วยงานที่กำกับดูแล ไม่มีประวัติการเกิดอันจะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น บริษัทฯ จึงไม่มีการใช้จ่ายในการลงทุน เพื่อควบคุมปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

### 4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

### ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างและเครื่องตกแต่งบ้าน

บริษัท ชลบุรีกันยง จำกัด ประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ทั้งค้าปลีกและค้าส่ง ภายใต้ชื่อร้าน “กันยงโฮมสโตร์” ดำเนินงานด้วยรูปแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีแนวคิดให้เป็นศูนย์รวมสินค้าวัสดุก่อสร้างและสินค้าตกแต่งบ้านอย่างครบวงจร ที่ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับบ้านทุกอย่างได้ในที่เดียว (One Stop Shopping)

#### 1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

บริษัท ชลบุรีกันยง จำกัด จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

##### 1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุตกแต่ง

- (1) ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ เช่น กระเบื้องเซรามิค สุขภัณฑ์ อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ ตู้อาบน้ำ ก๊อก ผักบัว สายชำระ กระบอก เครื่องทำน้ำร้อน เครื่องเป่ามือ เป็นต้น
- (2) ผลิตภัณฑ์ในห้องครัว เช่น กระเบื้อง เซรามิค อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องครัว เตาแก๊สและไฟฟ้า เตาอบและอุปกรณ์อ่างล้างจาน บานชิงค์ เป็นต้น
- (3) วัสดุตกแต่งผิว เช่น กระเบื้องเพื่อใช้ปูพื้นและปูผนัง ไม้ตกแต่งผิว วัสดุเลียนแบบไม้ หินตกแต่งผิว วัสดุเลียนแบบหิน ยิปซัมและอุปกรณ์ เป็นต้น
- (4) ประตู หน้าต่าง จากวัสดุไม้ เหล็ก พลาสติก
- (5) ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่งภายนอก เช่น รั้ว พื้น หลังคา
- (6) ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่งภายในอื่นๆ เช่น บล็อกแก้ว
- (7) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโคมไฟและอุปกรณ์ไฟฟ้า ประกอบด้วย โคมไฟ โคมระย้า ไฟแขวน หลอดไฟ พัดลม สายไฟ อุปกรณ์ตัดไฟ อุปกรณ์สำหรับระบบไฟฟ้า แสงสว่าง ปลั๊ก เป็นต้น

##### 1.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง

- (1) ผลิตภัณฑ์วัสดุดูดิบ เช่น ปูน หิน ดิน ทราวย เหล็ก ตะแกรงไวท์เมท เหล็กหล่อโครงสร้าง เหล็กหล่อสิ้นเปลือง เป็นต้น
- (2) ผลิตภัณฑ์วัสดุสำเร็จรูป เช่น คอนกรีตมวลเบา หลังคา อิฐ เสาเข็ม คอนกรีตสำเร็จ ท่อ เป็นต้น
- (3) ผลิตภัณฑ์วัสดุสำเร็จรูป เช่น ฉนวนกันความร้อน ยางกันซึมและยางปูพื้น ลูกหมุน เป็นต้น

##### 1.3 กลุ่มผลิตภัณฑ์หนัก (Hard Ware)

- (1) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์ประตูลูกบิด มือจับ บานพับ กลอน เป็นต้น
- (2) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเครื่องมือและอุปกรณ์ช่าง เช่น อุปกรณ์ทาสี อุปกรณ์ก่อสร้าง เครื่องมือช่าง นอต สกรู และตะปู เป็นต้น
- (3) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอุปกรณ์ประปา เช่น ถังบำบัดน้ำ ก๊อกสนาม แท็งก์ บิ๊มน้ำ สายยาง อุปกรณ์ระบบประปาอื่นๆ และท่อ PVC เป็นต้น
- (4) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสีและเคมีภัณฑ์ เช่น สีทาหลังคา สีภายนอก สีภายใน สีรองพื้น สีทาปูนเก่า สีทาปูนใหม่ สีกันเชื้อรา และสีกันสนิม เป็นต้น

## 2. การตลาด และภาวะการแข่งขัน

### 2.1 นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

#### 2.1.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

- “One Stop Shopping” บริษัทจัดสรรสินค้าเกี่ยวกับบ้านมากด้วยคุณภาพ หลากหลายชนิด ครบครันทุกประเภท เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับบ้านทุกอย่างได้ครบในที่เดียว

- “การบริการที่ดี” พนักงานของบริษัทได้รับการอบรมให้มีความรู้ในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เพื่อแนะนำการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์และการใช้งาน นอกจากนี้ มีคลังสินค้าขนาดใหญ่ภายในร้าน ที่ควบคุมประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้วยระบบสารสนเทศอันทันสมัย สามารถจัดส่งสินค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วภายในระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการ

- “Specialty Store” เนื่องด้วยการแข่งขันที่สูงขึ้นทำให้การเป็นเพียง One Stop Shopping Store ไม่เพียงพอ ทางบริษัทจึงได้พัฒนาสินค้าบางหมวดให้มีความหลากหลายและก้าวหน้ากว่าคู่แข่งเพื่อให้ ภาพลักษณ์ของบริษัท เป็นผู้เชี่ยวชาญมากกว่าเพียง Construction Material Store

#### 2.1.2 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัท ชลบุรีกันยง จำกัด ได้แก่ ผู้รับเหมาก่อสร้าง และลูกค้ารายย่อย ซึ่งอยู่ระหว่างก่อสร้างที่อยู่อาศัยใหม่ หรืออยู่ระหว่างต่อเติมหรือซ่อมแซมที่อยู่อาศัย ซึ่งนิยมเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างและผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านด้วยตนเอง

#### 2.1.3 นโยบายราคา

บริษัทฯ จะกำหนดราคาจากต้นทุนและส่วนบวกเพิ่ม (Cost Plus Margin) โดยในบางช่วงอาจจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อมอบส่วนลด หรือของสมนาคุณแก่ให้แก่ลูกค้า เพื่อกระตุ้นยอดขาย

#### 2.1.4 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

- การค้าปลีก จำหน่ายผ่านร้าน “กันยงโฮมสโตร์” ซึ่งปัจจุบันมี 1 สาขา ที่ชลบุรี ที่มีพื้นที่ขาย 8,000 ตารางเมตร
- การค้าส่ง โดยเน้นไปให้บริการลูกค้าโครงการ

### 2.2 สภาพการแข่งขัน และภาวะอุตสาหกรรม

ในปี 2556 การแข่งขันในอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างในภาคตะวันออกยังคงมีการแข่งขันที่สูง แม้ว่าตลาดจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปี 2555 แต่เนื่องจากการแข่งขันจากคู่แข่งจากกรุงเทพ และต่างถิ่นเข้ามาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริษัทยังสามารถรักษาอัตราการเติบโตและความสามารถในการแข่งขัน ทำให้บริษัทได้พัฒนากลยุทธ์และสินค้าในการแข่งขันในตลาด ซึ่งจากความสำเร็จในการปรับตัวและกลยุทธ์ทำให้บริษัทสามารถเติบโตในผลประกอบการทั้งด้านยอดขายและกำไร ซึ่งในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ขยายสิทธิในการซื้อที่ดินซึ่งเป็นที่ตั้งของสาขาพัทยา ซึ่งมีผลให้สถานการณ์การเงินของบริษัทดีขึ้นอย่างมาก และบริษัทยังได้ปรับกลยุทธ์ในการขายมาอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ทางบริษัทจะยังคงความสามารถในการแข่งขันและทำกำไรได้

ผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในจังหวัดชลบุรี มีดังนี้

ผู้ประกอบการ	ที่ตั้ง	พื้นที่ขายโดยประมาณ	ลักษณะ
1.กันยงโฮมสโตร์ (บจก.ชลบุรีกันยง)	อ.เมือง จ.ชลบุรี	8,000 ตร.ม.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brand Name</li> <li>- มีสินค้าเกี่ยวกับบ้านครบทุกหมวด กว่า 70,000 รายการ</li> <li>- พนักงานมีความรู้เรื่องสินค้า สามารถแนะนำลูกค้าได้อย่างถูกต้อง</li> </ul>
2.Home Mart Max	อ.เมือง จ.ชลบุรี	2,000 ตร.ม.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brand Name</li> <li>- มีสินค้าครบทุกหมวด แต่แต่ละหมวดมีตัวเลือกไม่มาก</li> </ul>

ผู้ประกอบการ	ที่ตั้ง	พื้นที่ขาย โดยประมาณ	ลักษณะ
3.Home Work	เขตพญา จ.ชลบุรี	10,000 ตร.ม.	- Brand Name - มีสินค้าครบทุกหมวดของการตกแต่ง แต่ไม่ชำนาญเรื่องวัสดุก่อสร้าง - มีร้านค้าจำหน่ายสินค้า และบริการอื่นๆ ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ธนาคาร ร้านหนังสือ
4. Home Pro	อ.เมือง จ.ชลบุรี เขตพญา จ.ชลบุรี	6,000 ตร.ม.	- Brand Name - มีสินค้าครบทุกหมวดของการตกแต่ง แต่ไม่ชำนาญเรื่องวัสดุก่อสร้าง - มีร้านค้าจำหน่ายสินค้า และบริการอื่นๆ ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ธนาคาร ร้านหนังสือ
5. บุญถาวร	เขตพญา จ.ชลบุรี	2,000 ตร.ม.	- Brand Name - มีสินค้าครบทุกหมวดของการตกแต่ง แต่ไม่ชำนาญเรื่องวัสดุก่อสร้าง - มีร้านค้าจำหน่ายสินค้า และบริการอื่นๆ ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ธนาคาร ร้านหนังสือ
6. โกลบอลเฮ้าส์	อ.เมือง จ.ชลบุรี อ.เมือง จ.ระยอง	10,000 ตร.ม.	- Brand Name - มีสินค้าครบทุกหมวดของการตกแต่ง, จำหน่ายวัสดุก่อสร้างบางชนิด - มีร้านค้าจำหน่ายสินค้า และบริการอื่นๆ ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ธนาคาร ร้านหนังสือ

### 3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

#### 3.1 ลักษณะการบริการ

บริษัท ชลบุรีกันยง จำกัด จะคัดเลือกสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย จำนวนประมาณ 600 ราย โดยพิจารณาคุณสมบัติคุณภาพ และราคาผลิตภัณฑ์ของผู้จำหน่ายแต่ละรายเปรียบเทียบกัน เพื่อนำมาจำหน่ายในร้านกันยงโฮมสโตร์ โดยสินค้าแบ่งออกเป็น 3 หมวดหลัก รวมมากกว่า 70,000 รายการ ซึ่งมีความหลากหลายและครบถ้วนมากพอที่ลูกค้าจะสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ครบภายในทีเดียว พร้อมทั้ง มีการบริการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าถึงที่อีกด้วย

#### 3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

### 4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

### ธุรกิจคอนกรีตมวลเบา

#### 1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตมวลเบา ภายใต้ชื่อ “สมาร์ท บล็อกเย็น” ซึ่งเป็นคอนกรีตมวลเบาระบบบอโนน้ำภายใต้ความดันสูง (Autoclaved Aerated Concrete: AAC) สูตร Cement Base ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกว่ามีคุณภาพแข็งแรงทนทาน โดยผลิตภัณฑ์ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก. 1505 – 2541

## 2. การตลาด และภาวะการแข่งขัน

### 2.1 นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

#### 2.1.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

ด้วยเหตุที่คอนกรีตมวลเบายังเป็นสินค้าที่ยังไม่เป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายโดยทั่วไปในงานก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็ก เนื่องจากยังมีผู้รับเหมาก่อสร้าง ช่าง และลูกค้าบางส่วนไม่เข้าใจคุณสมบัติ วิธีการใช้งาน และคุณสมบัติที่แท้จริงของคอนกรีตมวลเบา บริษัทจึงมีแนวทางการตลาดดังนี้

- ให้คำแนะนำการใช้งานกับช่าง โดยมีทีมงานวิศวกรผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ และสาธิตวิธีการใช้งานแก่ลูกค้า และหน่วยงานต่างๆ
- จัดตั้งตัวแทนจัดจำหน่ายและดำเนินการตลาดในฐานะพันธมิตรธุรกิจร่วมกัน โดยเลือกเฉพาะตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง และให้ผลกำไร
- มุ่งเน้นเรื่องการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และก้าวทันเทคโนโลยีการก่อสร้างสมัยใหม่
- มุ่งเน้นการสร้างแบรนด์ของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นและสร้างความต่างให้ทั้งในสินค้าและเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

#### 2.1.2 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ ผู้รับเหมาก่อสร้างทุกขนาดและทุกภาค โดยเฉพาะในภาคกลาง และภาคตะวันออก

#### 2.1.3 นโยบายราคา

บริษัทจะกำหนดราคาจากต้นทุนและส่วนบวกเพิ่ม (Cost plus Margin) โดยนำปริมาณการสั่งซื้อและการแข่งขันของอุตสาหกรรมมาพิจารณากำหนดราคาของตลาดประกอบเช่นกัน

#### 2.1.4 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทจะทำการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย และขายตรงเข้าโครงการ โดยมีลูกค้าส่วนใหญ่ในภาคกลาง และภาคตะวันออก

### 2.2 สภาพการแข่งขัน และภาวะอุตสาหกรรม

ในปี 2556 โครงการก่อสร้างต่างๆ ในภาคอสังหาริมทรัพย์ มีความเจริญเติบโตสูง อีกทั้งวัสดุก่อสร้างคอนกรีตมวลเบาสามารถที่จะเข้าไปทดแทนวัสดุก่อสร้างชนิดอื่น เช่น อิฐมวลเบา ทั้งนี้ เป็นเพราะคุณสมบัติของวัสดุก่อสร้างอีกทั้งปัจจุบันผู้บริโภคตระหนักถึงการลดภาวะโลกร้อน ทำให้สินค้าคอนกรีตมวลเบาได้เป็นสินค้าทดแทนในงานผนังมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ยอดขายโดยรวมในปี 2556 โตขึ้นจากปี 2555 ประมาณ 3 % ทั้งนี้ในด้านราคาขายเฉลี่ยมีการปรับตัวลดลง เนื่องจาก ราคาปี 2555 นั้นได้รับผลมาจากน้ำท่วมใน ปี 2554 และ เนื่องจากการหยุดโรงงานเพื่อขยายกำลังการผลิตในปีที่ผ่านมา ทำให้ผลประกอบการของบริษัทมีกำไร 5%

ผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจคอนกรีตมวลเบา มีดังนี้

บริษัท	ชื่อสินค้า	กำลังการผลิต (ล้านตารางเมตร/ ปี)
บริษัท ควอลิตี้คอนสตรัคชั่นโปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	Q-CON	15.00
บริษัท ซูเปอร์บล็อก จำกัด (มหาชน)	Super block	3.5
บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด (มหาชน)	Smart Block	4.5
บริษัท ไทยคอน จำกัด	THAI CON	3.50
บริษัท กระเบื้องตราเพชร จำกัด (มหาชน)	Diamond	5.2

### 3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

#### 3.1 ลักษณะการบริการ

บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด (มหาชน) ดำเนินการผลิตคอนกรีตมวลเบาแบบบล็อคน้ำภายใต้ความดันสูง AAC (Autoclaved Aerated Concrete) ด้วยเทคโนโลยีและเครื่องจักร WEHRHAHN ประเทศเยอรมัน โรงงานผลิตตั้งอยู่บริเวณทางหลวงหมายเลข 344 เลขที่ 11 หมู่ที่ 9 ถนนบ้านบึง-แกลง ตำบลหนองอิรุณ อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ปัจจุบันมีกำลังการผลิต 3 ล้านตารางเมตรต่อปี

##### 3.1.1 นโยบายการผลิต

บริษัทควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน โดยใช้ระบบเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย และทีมงานวิศวกรผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้คอนกรีตมวลเบาทุกก้อนมีคุณภาพสม่ำเสมอเท่ากัน ขนาดมิติทุกด้านเที่ยงตรง หน้าสัมผัสราบเรียบ และแข็งแรงทนทาน สามารถกันความร้อน กันเสียง ทนไฟ ตรงตามที่มาตรฐานอุตสาหกรรม ในขณะที่ควบคุมต้นทุนการผลิตให้ต่ำ

##### 3.1.2 วัตถุดิบ

บริษัทซื้อวัตถุดิบหลัก อันได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ทราย ยิปซัม และปูนขาว จากผู้จำหน่ายภายในประเทศ โดยจะพิจารณาคุณภาพ และราคาผลิตภัณฑ์ของผู้จำหน่ายแต่ละรายเปรียบเทียบกับกัน เพื่อให้ได้วัตถุดิบการผลิตที่มีคุณภาพ ภายใด้ราคาที่บริษัทสามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมได้ด้วย โดยมีการตรวจสอบและทดสอบให้แน่ใจว่าวัตถุดิบที่นำมาใช้ได้คุณภาพที่เหมาะสมก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต

#### 3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

### 4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ มีดังนี้

##### 1. ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ

###### 1.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย และนโยบายของรัฐบาล

เนื่องจากธุรกิจของบริษัทฯ เป็นธุรกิจที่มีลักษณะเกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาประเทศทั้งโครงสร้าง สาธารณูปโภคต่างๆ และการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมและที่อยู่อาศัยและการท่องเที่ยวธุรกิจของบริษัทมีความต่อเนื่องกับการพัฒนาข้างต้น โดยตรงหากภาครัฐ มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือกฎหมาย ย่อมมีผลกระทบต่อบริษัท

###### 1.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการจัดการวัตถุดิบ

ความเสี่ยงราคาวัตถุดิบ เช่น ปูนซีเมนต์ หินก่อสร้าง ทราโยก่อสร้าง มีผลโดยตรงต่อต้นทุนของบริษัท แต่ด้วยพฤติกรรม การขายของตลาดเปลี่ยนไป ทุกบริษัทได้มีการยื่นราคาขายที่ลดลงซึ่งสะท้อนต้นทุนที่เป็นจริงของวัตถุดิบมากขึ้น จึงทำให้มีการถ่ายโอนความเสี่ยงไปสู่ลูกค้ามากขึ้น ราคาน้ำมันซึ่งเป็นปัจจัยหลักของการขนส่งทั้งวัตถุดิบและการส่งมอบสินค้าสำเร็จรูป ของบริษัท บริษัทจะไม่รับความเสี่ยงโดยการเสนอราคาขายอ้างอิงค่าขนส่งตามราคาขาย ณ ขณะนั้น และอาจมีการปรับเปลี่ยนราคาได้ตามราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

###### 1.3 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผิมนัดชำระหนี้

จะเห็นว่าในปี 2555 บริษัทฯมีรายได้จากการขายและให้บริการรวม 2,272.92 ล้านบาท มีลูกหนี้ทั้งกลุ่ม ณ สิ้นปี 2555 รวม 362.67 ล้านบาท ในขณะที่ ในปี 2556 บริษัทฯมีรายได้จากการขายและให้บริการรวม 2,593.20 ล้านบาท มีลูกหนี้ ทั้งกลุ่ม ณ สิ้นปี 2556 รวม 362.59 ล้านบาท ระยะเวลาเก็บหนี้โดยเฉลี่ยในปี 2555 เท่ากับ 58.24 วัน ลดลงมาอยู่ที่ 51.04 วัน ในปี 2556 เนื่องจากบริษัทฯ ได้มีการบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับการผิมนัดชำระหนี้อย่างมีประสิทธิภาพโดยจะเห็นได้จากอายุ ลูกหนี้ที่ลดลง โดยการเรียกหลักประกันการชำระหนี้จากลูกค้า และสำหรับลูกค้าที่มีประวัติการซื้อขายมายาวนาน บริษัทก็จะ กำหนดวงเงินที่เหมาะสมและระยะเวลาเครดิตที่เหมาะสมให้กับลูกค้า

###### 1.4 ความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านราคา

ปี 2556 เนื่องจากปริมาณความต้องการของสินค้าสูงมาก บริษัทสามารถปรับราคาขายเพิ่มขึ้นอย่างมีเหตุผลและ โดยเฉพาะนโยบายการขาย บริษัทจึงไม่รับความเสี่ยงที่ไม่ชัดเจน เช่น ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง และราคาวัตถุดิบ โดยตั้งราคา สินค้าให้เหมาะสมกับราคาวัตถุดิบในช่วงเดียวกันและยื่นราคาขายที่ลดลง ประกอบกับความพร้อมของบริษัทที่เป็นผู้ผลิตที่มี ชื่อเสียงยาวนาน และ มีการขยายงานอย่างต่อเนื่อง จึงมีศักยภาพที่จะรับงานที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว จึงทำให้บริษัท ค่อนข้างได้เปรียบ คู่แข่งในด้านการต่อรองราคา

###### 1.5 ความเสี่ยงจากกระบวนการขนส่งสินค้า

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการส่งสินค้าให้ทันเวลา ทั้งนี้ ปัญหาทางธรรมชาติ เช่น ฝนตกหนัก น้ำท่วม อาจทำให้การส่ง สินค้าไปต่างจังหวัดล่าช้า ซึ่งทำให้ส่งผลกระทบต่อรายได้ และกระแสเงินสดตามมา อย่างไรก็ตาม สภาพปัญหาข้างต้นนั้น บริษัทฯ สามารถเจรจากับลูกค้าตามสภาพความเป็นจริงซึ่งเกิดจากธรรมชาติโดยไม่ก่อให้เกิดต้นทุนทางการเงินให้แก่บริษัทได้



## 2. ความเสี่ยงทางการเงิน

การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยอาจส่งผลกระทบต่อภาระต้นทุนทางการเงินของบริษัท ดังนั้น บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงดังกล่าว โดยจัดโครงสร้างทางการเงินที่เหมาะสมกับลักษณะของเงินทุน กล่าวคือ กรณีรายจ่ายต่างๆ ของการขยายโครงการ บริษัทฯ จะใช้แหล่งเงินทุนระยะยาว และบริษัทฯ จะใช้แหล่งเงินกู้ระยะสั้น ในกรณีเงินทุนหมุนเวียน

ณ สิ้นปี 2556 กลุ่มบริษัทฯ มีเงินกู้ยืมระยะสั้นทั้งสิ้นจากสถาบันการเงิน และ บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน 251.07 ล้านบาท และมีเงินกู้ยืมระยะยาวสุทธิ 304.63 ล้านบาท โดยมียอดหนี้สินโดยรวมลดลง 536.32 ล้านบาท โดยสาเหตุเนื่องจากการที่บริษัทมีการจ่ายชำระหนี้อย่างต่อเนื่องตลอด และความตั้งใจที่จะลดหนี้สินโดยรวมประกอบกับบริษัทมีผลประกอบการกลับมาดีกว่าจากการดำเนินการปกติ และพิเศษ ทำให้อัตราหนี้สินต่อทุนของบริษัทลดลงมาอยู่ที่ 1.15 เท่า ในปี 2556 จากอัตราหนี้สินต่อทุนของบริษัท 2.96 เท่า ในปี 2555

## 3. ความเสี่ยงจากการถือครองหุ้นส่วนใหญ่โดยกลุ่มที่ปกรสุโขเกษม

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการถือหุ้นใหญ่ของกลุ่มที่ปกรสุโขเกษมจำนวนมากกว่าร้อยละ 50% ซึ่งจะทำให้กลุ่มที่ปกรสุโขเกษมสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ยกเว้นเรื่องที่กฎหมาย หรือข้อบังคับบริษัท ซึ่งกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ส่วน ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงไม่อาจรวบรวมคะแนนเสียง เพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายถ่วงดุลอำนาจโดยจัดตั้งให้มีคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นกรรมการอิสระ โดยคณะกรรมการชุดดังกล่าวจะต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อบริษัทฯ และเป็นผู้ดำเนินการตรวจสอบการดำเนินงาน รวมถึงมีอำนาจพิจารณาเรื่องต่างๆ ตามที่ได้กำหนดเพื่อผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกคน

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบกิจการ

##### 1. ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ตารางแสดงทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

(หน่วย: พันบาท)

รายการ	บริษัทฯ	บจก. ชลบุรี กันยง	บจก. ตะวันออก การขนส่ง	บจก. ชลประทีป สินทรัพย์	บมจ. สมาร์ท คอนกรีต	บจก. ซีซีพี เวิร์ด สโตนส์	รวม
- ที่ดิน อาคาร และส่วนปรับปรุง	234,356	100,801	6,256	321,122	261,861	4,106	928,502
- เครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์	65,951	-	-	-	306,646	-	372,597
- เครื่องตกแต่ง และเครื่องใช้สำนักงาน	4,596	1,970	-	253	350	-	7,169
- ยานพาหนะ	79,667	6,313	64	-	2,927	-	88,971
- งานระหว่างก่อสร้าง	1,842	-	-	-	25,712	219	27,773
<b>รวม</b>	<b>386,412</b>	<b>109,084</b>	<b>6,320</b>	<b>321,375</b>	<b>597,496</b>	<b>4,325</b>	<b>1,425,012</b>

หมายเหตุ - หักค่าเสื่อมราคาสะสมแล้ว

ตารางแสดงลักษณะกรรมสิทธิ์โรงงานของบริษัทฯ

สินทรัพย์	ที่ตั้ง	พื้นที่	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน
				ที่ดิน	อาคาร	
โรงงานบ้านบึง 1	113 ม.5 ต.หนองไผ่แก้ว อ.บ้านบึง จ. ชลบุรี	- ที่ดิน 2 แปลง - พื้นที่ 42-0-52 ไร่ - พื้นที่ 51-1-69 ไร่	บริษัท ชลประทีปสินทรัพย์ จำกัด	25.07	80.19	จดจำนองไว้กับสถาบัน การเงิน เพื่อเป็นหลัก ประกันเงินกู้
โรงงานบ้านบึง 2	309/10 ม.1 ต.หนองไผ่แก้ว อ.บ้านบึง จ. ชลบุรี	- ที่ดิน 1 แปลง รวมพื้นที่ 59-3-49 ไร่	บริษัทฯ	17.96	43.33	จดจำนองไว้กับสถาบัน การเงินเพื่อเป็น หลักประกันเงินกู้
โรงงานบ้านบึง 3	113 ม.5 ต.หนองไผ่แก้ว อ.บ้านบึง จ. ชลบุรี	อยู่บนที่ดิน โรงงานบ้านบึง 1	บริษัท ชลประทีปสินทรัพย์ จำกัด	25.07	38.26	จดจำนองไว้กับสถาบัน การเงิน เพื่อเป็นหลัก ประกันเงินกู้
โรงงาน คอนกรีตมวลเบา	11 ม. 9 บ้านบึง-แกลง ต.หนองอิรุณ อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี	- ที่ดิน 1 แปลง รวมพื้นที่ 99-3-95 ไร่	บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด	50.254	221.32 5	จดจำนองไว้กับสถาบัน การเงิน เพื่อเป็นหลัก ประกันเงินกู้

หมายเหตุ - ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

## ตารางแสดงลักษณะกรรมสิทธิ์โรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของบริษัทฯ

โรงงาน		สถานที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ขนาดพื้นที่
1.	สาขาศรีราชา 1	113/5 ม.1 ต.ทุ่งสุขลา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	สัญญาเช่า 3 ปี (1 ส.ค. 55 – 31 ก.ค. 58)	5-3-38 ไร่
2.	สาขาศรีราชา 2			5-3-75 ไร่ 4-1-42 ไร่
3.	สาขาบ่อวิน	ม.10 ต.เขาคันทรง อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	สัญญาเช่า 3 ปี (1 ม.ค. 55 – 1 ธ.ค 58)	6-2-15 ไร่
4.	สาขาพัทยา 1	52/21 ม.1 ต.นาจอมเทียน อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี	สัญญาเช่า 3 ปี (1 ก.พ. 55 – 31 ม.ค. 58)	4 ไร่
5.	สาขาพัทยา 2		สัญญาเช่า 3 ปี (1 มิ.ย. 55 – 1 พ.ค. 58)	4 ไร่ 6 ไร่
6.	สาขาอ่างศิลา	1/49 ม. 5 ต. เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี	สัญญาเช่า 3 ปี (1 ส.ค. 55 – 31 ก.ค. 58)	8-7-26 ไร่ 1-0-36 ไร่ 3-3-30 ไร่ 5-3-5 ไร่ 0-0-55 ไร่
7.	สาขามบตาพุด1	269/32 ถ.สุขุมวิท ต.มบตาพุด อ.เมือง จ.ระยอง	สัญญาเช่า 2 ปี (1 ก.ค. 55 – 30 มิ.ย. 57)	10 ไร่
8.	สาขามบตาพุด 2			
9.	สาขานบ้านบึง	113 หมู่ที่ 5 ต.หนองไผ่แก้ว อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี	ตั้งอยู่ในที่ดินของโรงงานบ้านบึง1	
10.	สาขาเชียงราก*	ถ. สาย 347 (แยก ม.ธรรมศาสตร์) ต. เชียงราก อ.สามโคก จ.ปทุมธานี	เป็นสถานที่ของผู้ว่าจ้างการผลิต	
11.	สาขาทำนันทน์	ต.บ้านแซง ตลาดขวัญ (เมือง) อ.ตลาดขวัญ จ.นนทบุรี	เป็นสถานที่ของผู้ว่าจ้างการผลิต	
12.	สาขาลาดกระบัง 1	ถ.ร่มเกล้า 1 แขวงคลอง 2 ดันนูน เขตลาดกระบัง กทม.	เป็นสถานที่ของผู้ว่าจ้างการผลิต	
13.	สาขาลาดกระบัง 2			
14.	สาขาพานทอง	334 ม. 3 ต.คลองตำหรุ อ.เมือง จ.ชลบุรี	สัญญาเช่า 3 ปี (1 ก.ย. 54 – 31 ส.ค. 57)	3 ไร่
15.	สาขาพระราม 9	809 ซ.พระรามเก้า 21 ถ.พระรามเก้า บางกะปิ กทม.	เป็นสถานที่ของผู้ว่าจ้างการผลิต	
16.	สาขา Segment 1	113 ม.5 ต.หนองไผ่แก้ว อ.บ้านบึง จ. ชลบุรี	ตั้งอยู่ในที่ดินของโรงงานบ้านบึง 1	
17.	สาขา Segment 2			
18.	สาขาหนองขาม	706/16 ม.1 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	สัญญาเช่า 3 ปี (1 ก.ค. 54 – 30 มิ.ย. 57)	5-0-0 ไร่
19.	สาขาหนองข้างคอก	6/7 ม.7 ต.หนองข้างคอก อ.เมือง จ.ชลบุรี	สัญญาเช่า 3 ปี (1 ก.ค. 55 – 30 มิ.ย. 58)	7-2-0 ไร่
20.	สาขาพัทยา 3	40/2 ม.1 ต.หนองปรือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี	บริษัทฯ	8-3-07ไร่
21.	สาขารัตนาธิเบศร์ 1	60/53 ม1 ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี	สัญญาเช่า 3 ปี (1 ม.ค 56-31 ธ.ค.58)	6-0-0 ไร่
22.	สาขารัตนาธิเบศร์ 2			
23.	สาขามบยางพร	172 ม.3 ต.มบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	สัญญาเช่า 12 ปี (1 ก.พ. 51-31 ม.ค. 63)	5-0-0 ไร่
24.	สาขามตะ(อ้อมแก้ว)	145 หมู่ที่ 3 ต.มาบโป่ง อ.พานทอง จ.ชลบุรี	สัญญาเช่า 12 ปี ( 1 ก.ค 2556-1 มิ.ย 2568)	5-0-0 ไร่

หมายเหตุ - ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มี-

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ผลิตภัณฑ์คอนกรีตชลบุรี จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	:	<p>ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตทุกประเภท ภายใต้ชื่อ “CCP” ประกอบด้วย 3 ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ คอนกรีตผสมเสร็จ คอนกรีตสำเร็จรูปสำหรับงานโครงสร้างงานระบบ และ คอนกรีตสำเร็จรูปสำหรับงานตกแต่ง</p> <p>นอกจากนี้ บริษัทฯ มีบริษัทย่อย 5 แห่ง ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่ช่วยสนับสนุนศักยภาพในการดำเนินงานของทั้งบริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บริษัท ชลบุรีกันยง จำกัด ประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในรูปแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ภายใต้ชื่อ “กันยงโฮมสโตร์”</li> <li>- บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอนกรีตมวลเบา ภายใต้ชื่อ “สมาร์ท บล็อกเย็น”</li> <li>- บริษัท ตะวันออกการขนส่ง จำกัด ประกอบธุรกิจให้เช่ายานพาหนะแก่บริษัทในเครือ</li> <li>- บริษัท ชลประทีปสินทรัพย์ จำกัด ประกอบธุรกิจให้เช่าทรัพย์สินแก่บริษัทในเครือ</li> <li>- บริษัท ซีซีพี เพ็ญสโตนส์ จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีต</li> </ul>
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	39/1 หมู่ที่ 1 ถนนสุขุมวิท ตำบลห้วยกะปิ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000
บริษัทมหาชนจำกัด	:	ทะเบียนเลขที่ 0107546000261 (เดิมเลขที่ 40854600027 )
โทรศัพท์	:	0-3826-5400-99
โทรสาร	:	0-3828-2834
Web Page Address	:	www.ccp.co.th
จำนวนทุนจดทะเบียน	:	642,991,583 บาท
จำนวนทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	486,645,499 บาท
จำนวนหุ้นสามัญ	:	486,645,499 หุ้น
มูลค่าต่อหุ้นที่ตราไว้	:	1 บาท
นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	<p>บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด</p> <p>อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย</p> <p>เลขที่ 62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กทม. 10110</p> <p>โทรศัพท์ 0-2229-2800 โทรสาร 0-2359-1259</p>
ผู้สอบบัญชี	:	<p>บริษัท เอ็ม อาร์ แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด</p> <p>ห้อง 705-706 อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง เขตบางรัก กทม.10110</p> <p>โทรศัพท์ 0-2630-7500 โทรสาร 0-2630-7506</p>
ผู้ตรวจสอบภายใน	:	<p>สำนักงานสอบบัญชีคิวพลและเพื่อน</p> <p>เลขที่ 808/60 หมู่ 10 ซอยนวนมิตร 143 ถนนนวนมิตร แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม.</p> <p>โทรศัพท์ 0-2948-8631</p>
บริษัทที่ถือหุ้นเกินกว่า 10%	:	<p>บริษัท ชลอินเตอร์ จำกัด ประกอบธุรกิจโรงแรม</p> <p>โดยบริษัทฯ ถือหุ้นทางอ้อมผ่าน บจก.ชลประทีปสินทรัพย์ ในสัดส่วนร้อยละ 45.50</p>