

## ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

### 1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท ไดนาสตี เซรามิค จำกัด(มหาชน) เดิมชื่อบริษัท โรแยลฟลอร์ไทล์จำกัด ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกระเบื้องเซรามิค เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2532 และเข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 3 มกราคม 2535 และได้จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2537 และเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 280 ล้านบาทเรียกเก็บเต็มมูลค่าหุ้นละ 10 บาทจำนวน 272 ล้านบาทแล้วเมื่อเดือนมกราคม 2538

ปลายปี 2540 กลุ่มผู้ถือหุ้นและกรรมการของ บริษัท ไทล์ทอป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิคชนิดเดียวกันและมีโรงงานใกล้เคียงกัน ได้ประมูลซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ จำนวน 14.9 ล้านหุ้น หรือคิดเป็น ร้อยละ 54.82 ของทุนที่ชำระแล้ว จากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ซึ่งเป็นบริษัทเงินทุนแห่งหนึ่ง และได้ปรับปรุงเครื่องจักรให้มีประสิทธิภาพ และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดี มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปรับเปลี่ยนนโยบายด้านการตลาดโดยเน้นการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคให้มากขึ้น

ปลายปี 2543 บริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนเป็น 408 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญ 40.8 ล้านหุ้นมูลค่าหุ้นละ 10 บาท เพื่อนำเงินทุนเพิ่มทุนไปลงทุนขยายกำลังการผลิตโดยการซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท ไทล์ทอป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน)จากผู้ถือหุ้นเดิมทั้งหมด ทำให้บริษัทฯ มีโรงงานของ บริษัท ไทล์ทอป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) เพิ่มขึ้นอีก 1 แห่ง โดยปัจจุบันบริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของ บริษัท ไทล์ทอป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) ในสัดส่วนร้อยละ 96.83 และได้แตกมูลค่าหุ้นเหลือหุ้นละ 1.00 บาท จำนวน 408 ล้านหุ้น

ปลายปี 2548 เพื่อทำตลาดขายปลีกเองในรูปตลาดนัดกระเบื้องฯ โดยผ่าน 3 บริษัทจัดจำหน่าย คือ บริษัท พิค แอนด์ เปย์ จำกัด บริษัท เมืองทอง เซรามิค จำกัด และ บริษัท เวลต์ไวต์ เซรามิค จำกัด ซึ่งบริษัทได้เข้าไปลงทุนถือหุ้นมากกว่า 97% ทำให้บริษัทใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้น รู้ความต้องการและแนวทางการเลือกซื้อกระเบื้องของลูกค้าและได้นำข้อมูลมาปรับปรุงสินค้าและการบริการ ทำให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น

กลางปี 2557 บริษัทได้ปรับโครงสร้างองค์กรโดยการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก บริษัทจัดจำหน่ายทั้ง 3 แห่ง คือ บริษัท พิค แอนด์ เปย์ จำกัด บริษัท เมืองทอง เซรามิค จำกัด และ บริษัท เวลต์ไวต์ เซรามิค จำกัด ซึ่งบริษัทได้เข้าไปลงทุนถือหุ้นมากกว่า 97% มีผลให้บริษัทเหลือบริษัทย่อยเพียง 1 แห่ง คือ บริษัท ไทล์ทอป อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

ปลายปี 2557 เพื่อเพิ่มสภาพคล่องของหลักทรัพย์ บริษัทได้เปลี่ยนแปลงจำนวนและมูลค่าหุ้น (Par Value) โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,080 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท โดยมีทุนจดทะเบียนเท่าเดิมคือ 408 ล้านบาท

กลางปี 2558 บริษัทได้เพิ่มทุนจาก 408 ล้านบาทเป็น 652.8 ล้านบาท จากการจ่ายหุ้นปันผลในอัตรา 5 หุ้นเดิมต่อ 3 หุ้นใหม่ ทำให้มีหุ้นสามัญเพิ่มจาก 4,080 ล้านหุ้นเป็น 6,528 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท

กลางปี 2559 บริษัทได้ลดทุนจดทะเบียน จาก 652,800,000 บาท เหลือ 652,799,395.80 บาท เท่ากับทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว ของหุ้นสามัญจำนวน 6,527,993,958 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท

ปี 2560 ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2560 อนุมัติให้กรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ จำนวน 5 ท่าน เข้าเป็นกรรมการและผู้บริหารของ บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด

(มหาชน) ซึ่งเป็นธุรกิจประเภทเดียวกัน มีผลหลังผ่านมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 ของ บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน) ในวันที่ 28 เมษายน 2560 และ อนุมัติให้ทำสัญญาจ้างบริหารจัดการธุรกิจ อายุ สัญญา 1 ปี (วันที่ 2 พฤษภาคม 2560 ถึง วันที่ 1 พฤษภาคม 2561) และได้รับการบอกยกเลิกสัญญาดังกล่าว มีผล ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560

และเนื่องจากมีกรรมการร่วมกันและมีอำนาจควบคุมในการบริหารจัดการ จึงต้องจัดทำงบการเงินรวม โดย เสมือน บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน) เป็นบริษัทย่อยตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2560 เป็นต้นไป

ปี 2561 คณะกรรมการบริษัทฯ มีมติเสนอให้ที่ประชุมต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2561 วันที่ 24 เมษายน 2561 พิจารณาและอนุมัติ

- การออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท (ใบสำคัญแสดงสิทธิ) จำนวน 2,611,197,583 หน่วย (DCC-W1) เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น ในอัตรา 2.5 หุ้นเดิม ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยไม่คิดมูลค่า อายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ 3 ปี นับจากวันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ ทั้งนี้ ภายหลังการออกใบสำคัญแสดงสิทธิ (DCC-W1) บริษัทจะไม่ขยายอายุของใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวอีก ราคาการใช้สิทธิ 1.15 บาท ต่อ 1 หุ้น (ราคาการใช้สิทธิอาจเปลี่ยนแปลงในภายหลังตามเงื่อนไขการปรับสิทธิ)

- เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทอีกจำนวน 261,119,758.30 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 2,611,197,583 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 652,799,395.80 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่เป็นจำนวน 913,919,154.10 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 9,139,191,541 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท

บริษัท ไดนาสตี เซรามิค จำกัด(มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกระเบื้องเซรามิคและรับซื้อสินค้าทั้งหมดที่ผลิตจาก บริษัท ไทล์ทอป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) ในราคาขายส่งมาจัดจำหน่าย รวมทั้งสั่งซื้อ กาว ยาแนว กาวซีเมนต์ และบัวกาบกล้วย รวมทั้งรับซื้อสินค้าจาก บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน) มาจัดจำหน่ายผ่านสาขาทั่วประเทศของบริษัท และส่งไปขายยังต่างประเทศ เช่น ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย แอฟริกาใต้ บรูไน มัลดีฟอินโดจีน ศรีลังกา เมียนมาร์ นิวซีแลนด์ แคนาดา ฟิจิ ลาว กัมพูชา เยเมน ใต้หวัน ฯลฯ

บริษัทถือหุ้นโดยคนไทยร้อยละ 89.84 และโดยชาวต่างประเทศร้อยละ 10.16 (ปิดสมุด ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2561)

## 1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม วัฒนธรรม แผนงานและกลยุทธ์ ขององค์กร

วิสัยทัศน์ (DCC Group Vision)

“ เป็นผู้นำด้านกระเบื้องเซรามิค โดยมีสาขาทั่วทุกจังหวัดของประเทศไทย ”

## พันธกิจ (DCC Group Mission)

### ต่อประเทศ

เป็นองค์กรสร้างสรรค์ระบบการผลิตที่มีคุณภาพระดับมาตรฐานสากล  
และมีต้นทุนต่ำเพื่อให้บริการสินค้าดีในราคาประหยัด

### ต่อลูกค้า

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลากหลาย โดยผ่านสาขาที่กระจายอยู่ทั่วทุกจังหวัดของประเทศไทย  
ด้วยคุณภาพดีราคาถูก ให้อำนวยความสะดวก มีช่องให้เลือกมากมายหลากหลาย ได้ของทันที มีของต่อเนื่อง

### ต่อผู้ถือหุ้น

มุ่งสร้างผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้ถือหุ้น

### ต่อพนักงาน

ให้ความมั่นคงแก่พนักงาน มีระบบบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์  
พัฒนาทักษะพนักงาน พัฒนาความสามารถหลัก ปลูกฝังวัฒนธรรมขององค์กร พัฒนาระบบเครือข่าย

### ต่อคู่ค้า

ยึดถือความเป็นธรรมต่อคู่ค้า

### ต่อสังคม

ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม

## ค่านิยมขององค์กร (DCC Group Values)

D	Differentiation	การสร้างความแตกต่าง
C	Cost Leadership	เป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ
C	Continuous Improvement	การปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง
T	Total Management System	การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม
T	Trustworthy Product Quality	ความคุ้มค่า คุ้มราคา
O	On Time Delivery	การส่งมอบสินค้าตรงเวลา
P	Profit, People, and Planet	กำไร, สังคมและสิ่งแวดล้อม

## วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture)

1. ลงพื้นที่จริง รับรู้ของจริง
2. พึ่งพาตนเอง พัฒนาทักษะ
3. ใช้จ่ายคุ้มค่า ลดความสูญเปล่า
4. ใส่ใจคุณภาพ ตรวจสอบทุกขั้นตอน
5. ทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือเกื้อกูล
6. ทำงานสอดคล้อง ส่งเสริมซึ่งกัน
7. ไม่ปกปิดความผิด ไม่บิดความรับผิดชอบ
8. ความรู้ต่อยอด ถ่ายทอดถึงกัน
9. ช่วยคิดสร้างสรรค์ ปรับปรุงต่อเนื่อง
10. ความเห็นแตกต่าง ทางเลือกมากขึ้น
11. ทำงานปลอดภัย ป้องกันตนเอง
12. ส่งเสริมคนดี ขจัดคนเลว
13. ควบคุมความเสี่ยง เลี่ยงความสูญเสีย

## แผนงานและกลยุทธ์ในปี 2562

ในปี 2561 ทางคณะผู้บริหารยังคงดำเนินงานตามแผนงานอย่างต่อเนื่อง ในส่วนการตลาด บริษัทยังคงเดินหน้ากลยุทธ์ทั้งขายปลีกและโครงการ ในช่วงทางขายปลีกผ่านหน้าร้านสาขา บริษัทได้มีการเร่งพัฒนา ขยาย และปรับปรุงภาพลักษณ์สาขาให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น เพิ่มจำนวนและความหลากหลายของลวดลายสีสันทันของกระเบื้องหลายขนาด เพื่อจะมั่นใจว่าหน้าร้านมีสินค้าพร้อมขายและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอยู่ตลอดเวลา ในช่วงปีที่ผ่านมาบริษัทก็ได้มีการใช้เงินทุนสำหรับซื้อที่ดินเพื่อเดินหน้าตามแผนงานขยายสาขา และเดินตามแผนงานบริหารที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในการเปิดพื้นที่ในสาขาให้ผู้ผลิตและนำเข้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างรายอื่นๆเข้าเพื่อจะบรรลุเป้าหมายในการเป็นศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างอย่างครบวงจรในอนาคต

สำหรับเป้าหมายของบริษัทในปี 2562 บริษัทยังคงเดินหน้าในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกระดับเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และวางเป้าสำหรับแผนการตลาด ดังนี้

### •พัฒนาช่องทางในการจัดจำหน่ายและขยายการเข้าถึงลูกค้า

บริษัทเชื่อมั่นว่า ช่องทางขายปลีกผ่านหน้าร้านสาขาเกือบ 200 สาขาของบริษัทนั้นเป็นจุดแข็งและเป็นช่องทางการขายที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างได้ผลเสมอมา ทั้งนี้บริษัทยังตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อและการสื่อสารข้อมูลและข่าวสาร โดยบริษัทจะพัฒนาช่องทางในการจัดจำหน่ายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท ให้ทำหน้าที่เป็นแคตตาล็อกออนไลน์ ให้ลูกค้าสามารถเลือกชมแบบและลวดลายกระเบื้องกว่าหลายพัน

รายการออนไลน์ นอกจากนี้บริษัทจะเน้นในช่องทางการสื่อสารที่สามารถแจ้งข่าวสารและโปรโมชั่นได้อย่างตรงกลุ่มลูกค้า โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ ณ.จุดขายและสื่อออนไลน์ เช่น สื่อโซเชียลมีเดีย ที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงแต่เข้าถึงลูกค้าได้จำนวนมาก

#### •ปรับปรุงภาพลักษณ์ของสาขาเดิม

เนื่องจากสาขาเป็นจุดศูนย์กลางในการบริการลูกค้า แผนการปรับปรุงภาพลักษณ์จึงยังเป็นหนึ่งในแผนงานที่สำคัญ โดยจะปรับปรุงสภาพแวดล้อมของสาขา ปรับพื้นที่ให้โล่งสะดวกสบาย มีพื้นที่จอดรถกว้างขวาง เพื่อให้สาขาให้มีความทันสมัยดึงดูดลูกค้า รวมถึงติดเครื่องปรับอากาศในบางสาขา ทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสามารถใช้เวลาเลือกซื้อของได้นานและสะดวกสบายมากขึ้น

#### •เดินหน้าแผนงานศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างอย่างครบวงจร

บริษัทมีแผนที่จะแบ่งพื้นที่บางส่วนของสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของให้พันธมิตรที่เป็นผู้ผลิตและผู้นำเข้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างเช่า เพื่อจะที่เป็นศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างอย่างครบวงจร โดยในแผนงานปีนี้จะเพิ่มสาขาให้เข้าพื้นที่ได้อีก 5-10 สาขา จากเดิม 3 สาขาในปี 2018

#### •มองหาช่องทางในตลาดขายส่งและโครงการ

นอกจากหน้าร้านสาขาของบริษัทเองแล้ว บริษัทยังมุ่งเน้นที่จะเจาะตลาดโครงการและขายส่งผ่านร้านค้าย่อยซึ่งถือเป็นตลาดที่บริษัทยังมีช่องทางเติบโตและพัฒนาได้ โดยบริษัทมีแผนจะออกสินค้าแบรนด์ใหม่ เพื่อเจาะตลาดในส่วนร้านค้าย่อยทั่วไป รวมถึงรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์เบื่องตามที่เราที่กำหนด และช่วยให้ความรู้ร้านค้าในด้านการบริหารสินค้าและการขาย ในส่วนตลาดโครงการบริษัทเน้นการประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้รับเหมาและสถาปนิก โดยใช้กลยุทธ์เชิงรุกเข้าไปพบปะพูดคุยถึงไซส์งานก่อสร้าง

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

### การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในรอบปี 2561

#### ส่วนของโรงงาน

#### ผลิตสินค้าที่ตรงตามความต้องการของตลาด และ

ในช่วงปีที่ผ่านมาทางโรงงานได้เดินหน้าในการเพิ่มสัดส่วนกระเบื้องขนาดใหญ่ เพื่อรองรับการขยายตัวของกระเบื้องขนาดใหญ่ และแข่งขันกับสินค้านำเข้า อีกทั้งยังเพิ่มสัดส่วนการผลิตแบบระบบพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการลวดลาย สีสัน

#### เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

อีกสิ่งสำคัญที่โรงงานเน้นย้ำที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง คือการเพิ่มผลิตภาพในระบบการผลิต และลดต้นทุนการผลิตด้วยวิธีการต่างๆ อาทิ เช่น การนำระบบอัตโนมัติ (Fully Automatic System) เข้ามาใช้ การพยายามลดระยะเวลาในการปรับเปลี่ยนสายการผลิต (Quick Setup Time) เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของ

ลูกค้าที่รวดเร็ว รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตกระเบื้องปูผนังเป็นกระบวนการผลิตกระเบื้องปูผนังแบบเผาครั้งเดียว เพื่อลดอัตราการใช้พลังงานในกระบวนการผลิตกระเบื้องปูผนัง

## ส่วนของสำนักงานใหญ่

### การออกใบสำคัญแสดงสิทธิ (DCC-W1)

ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2561 มีมติอนุมัติการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ครั้งที่ 1 (DCC-W1) จำนวน 2,611,197,583 หน่วย เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น ในอัตราส่วน 2.5 หุ้นเดิม ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยไม่คิดมูลค่า โดยมีกำหนดการใช้สิทธิปีละ 1 ครั้ง คือ วันที่ 8 พฤษภาคม 2562 วันที่ 8 พฤษภาคม 2563 และวันกำหนดการใช้สิทธิครั้งสุดท้าย คือ วันที่ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุครบ 3 ปี นับจากวันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ ซึ่งจะตรงกับวันที่ 7 พฤษภาคม 2564 (ในกรณีที่วันกำหนดการใช้สิทธิตรงกับวันหยุดทำการให้เลื่อนวันกำหนดการใช้สิทธิดังกล่าว เป็นวันทำการสุดท้ายก่อนหน้าวันกำหนดการใช้สิทธิดังกล่าว)

### การพัฒนาประสิทธิภาพพนักงานและกระบวนการทำงาน

บริษัทยังคงเป้าหมายและเน้นเรื่องประสิทธิภาพและคุณภาพ โดยให้พนักงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์นำเสนอ เพื่อพัฒนาคุณภาพงานให้สอดคล้องในแต่ละหน่วยงาน รวมถึงการจัดให้มีการอบรมทั้งภายในและภายนอกในแต่ละส่วนงานตลอดทั้งปี โดยเน้นในด้านการใช้ประโยชน์จากซอฟต์แวร์ต่างๆให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

## ส่วนของสาขา

### การขยายสาขาและปรับปรุงภาพลักษณ์

บริษัทฯ ยังคงมองหาทำเลเพื่อเพิ่มสาขาใหม่ และย้ายที่ตั้งสาขาใหม่เพื่อทดแทนสาขาเดิมที่ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ได้ เพื่อให้ไดนาสตีครอบคลุมพื้นที่เพิ่มมากขึ้น และมุ่งเน้นการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของสาขา โดยในปี 2561 ได้ปรับปรุงภาพลักษณ์ของสาขาให้มีความโมเดิร์นทันสมัยยิ่งขึ้น เพิ่มความสะดวกสบาย ให้ลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชม ส่วนลานรับรองลูกค้า ห้องทำงาน ห้องพักรพพนักงาน ยังปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ส่งผลโดยอ้อมต่อการบริการ





### พื้นที่ให้เช่าและศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างอย่างครบวงจร

ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้เดินทางตามแผนงานในการเปิดพื้นที่ในสาขาให้ผู้ผลิตและนำเข้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างรายอื่นๆเช่า เพื่อจะบรรลุเป้าหมายในการเป็นศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างอย่างครบวงจรในในอนาคต ซึ่ง ณ สิ้นปี 2561 นี้ บริษัทได้เป็นให้เช่าพื้นที่แล้ว ใน 3 สาขา



Kratinglai, Chonburi



Kampaengsaen, Nakorn Pratom



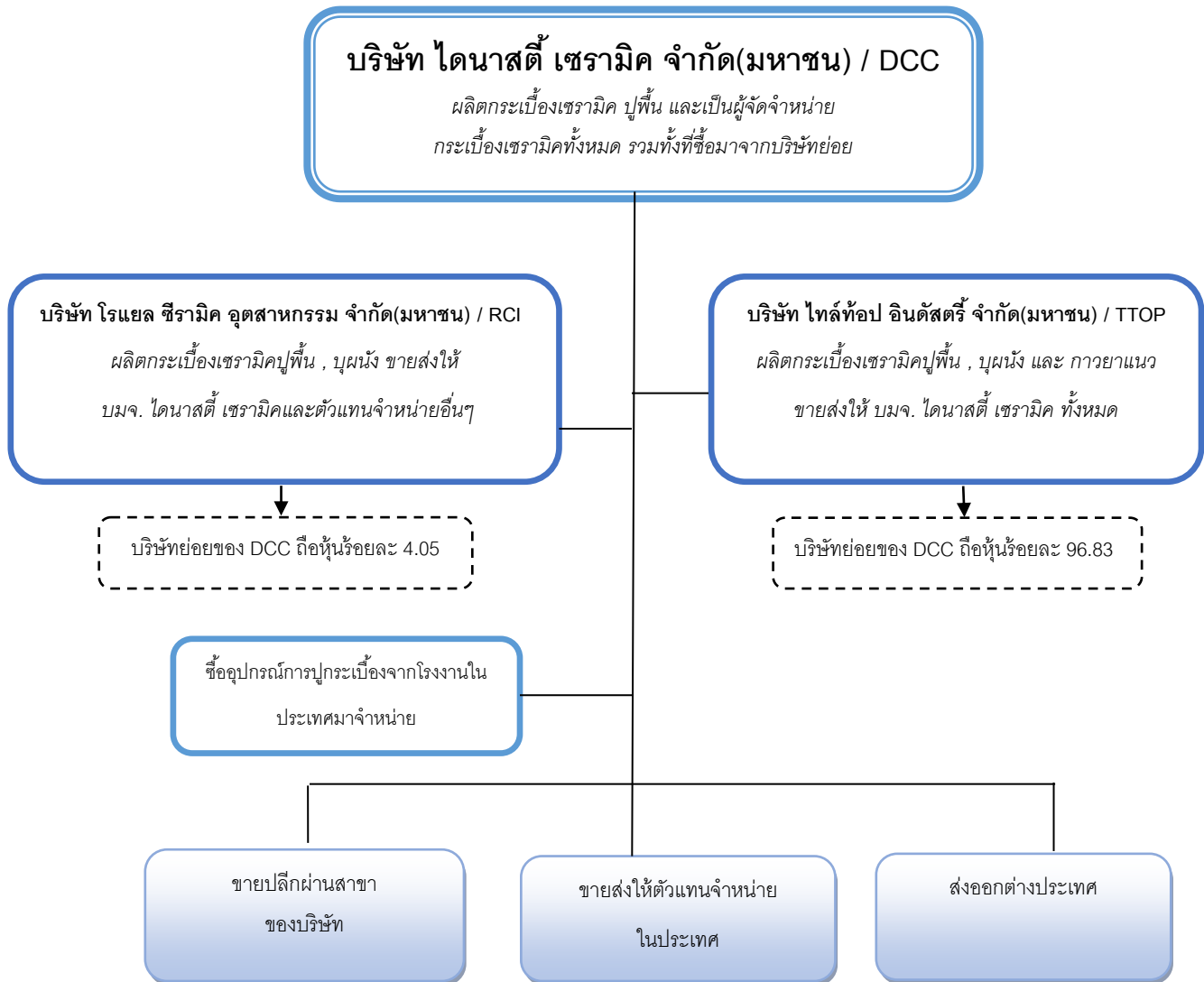
Sattahip, Chonburi

### การพัฒนาซอฟต์แวร์

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับทุกหน่วยงานในองค์กร จึงคิด Application ใหม่ๆ และพัฒนาซอฟต์แวร์เดิมที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น เช่น ซอฟต์แวร์สำหรับดูยอดขายและสินค้าคงเหลือหน้าร้าน เพื่อให้พนักงานได้ใช้ซอฟต์แวร์เหล่านี้เป็นเครื่องมือในการขายและวิเคราะห์ข้อมูล และยังคงเพื่อลดขั้นตอนการทำงาน ลดความซับซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

#### แผนภูมิการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท



### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่	% การถือหุ้น (ข้อมูล ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2561)	
	DCC	RCI
1.ครอบครัวแสงสาตรา	41.91%	13.97%
2.ครอบครัววัชรสุรงค์	10.63%*	6.05%

\* ครอบครัววัชรสุรงค์ เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ใน DCC โดยไม่ได้เป็นกรรมการหรือผู้บริหาร



## 2.ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ไดนาสตี เซรามิค จำกัด(มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกระเบื้องเซรามิค และเริ่มเป็นผู้ผลิตกาวยาแนวในปี 2553 โดยรับซื้อสินค้าทั้งหมดที่ผลิตจากบริษัท ไทล์ ท็อป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) ซึ่งผลิตกระเบื้องปูพื้นและบุผนังในราคาขายส่งมาจัดจำหน่าย รวมทั้งสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกระเบื้อง เช่น กาวซีเมนต์ , บัวกาบกล้วยและกาวยาแนว มาจัดจำหน่ายผ่านบริษัทย่อย 3 บริษัท คือ บริษัท พิค แอนด์ เปย์ จำกัด บริษัท เมืองทอง เซรามิค จำกัด และ บริษัท เวลต์ไวต์ เซรามิค จำกัด ที่บริษัทได้เข้าไปลงทุนถือหุ้นมากกว่า 96 % เมื่อปลายปี 2548 เพื่อทำตลาดขายปลีกเองในรูปแบบ “ตลาดนัดกระเบื้องไดนาสตี - ไทล์ท็อป “ กลางปี 2557 บริษัทได้ปรับโครงสร้างองค์กรโดยการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก บริษัทจัดจำหน่ายทั้ง 3 แห่ง คือ บริษัท พิค แอนด์ เปย์ จำกัด บริษัท เมืองทอง เซรามิค จำกัด และ บริษัท เวลต์ไวต์ เซรามิค จำกัด ซึ่งบริษัทได้เข้าไปลงทุนถือหุ้นมากกว่า 97% มีผลให้บริษัทเหลือบริษัทย่อยเพียง 1 แห่ง คือ บริษัท ไทล์ท็อป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) และตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2560 มี บมจ. โรแยลชีรามิค อุตสาหกรรม อีก 1 แห่งจากการมีกรรมกรร่วมกันและมีอำนาจในการกำหนดนโยบายหลักที่สำคัญ และช่วงปลายเดือน ตุลาคม-พฤศจิกายน 2561 บริษัทฯเริ่มลงทุนซื้อหุ้นสามัญของ บมจ.โรแยลชีรามิค อุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 4.05 ของทุนจดทะเบียนและที่ชำระแล้ว

### โครงสร้างรายได้รวมเปรียบเทียบย้อนหลัง 3 ปี (ตามงบการเงินรวม)

ประเภทผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	ปี 2561		ปี 2560 <sup>(1)</sup>		ปี 2559	
		ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
<u>จำหน่ายในประเทศ</u>							
ผลิตและจำหน่ายกระเบื้องเซรามิก	DCC รวมซื้อจากบริษัทย่อย	7,428	93	6,790	92	6,672	93
จำหน่ายกาวยาแนวและอื่นๆ	DCC และ สาขา	326	4	285	4	201	3
รวมรายได้ในประเทศ		7,754	97	7,075	96	6,873	96
<u>จำหน่ายต่างประเทศ</u>							
ผลิตและจำหน่ายกระเบื้องเซรามิก	DCC รวมซื้อจากบริษัทย่อย	273	3	288	4	291	4
จำหน่ายกาวยาแนวและอื่นๆ	DCC	0	0	0	0	1	0
รวมรายได้ต่างประเทศ		273	3	288	4	292	4
รวมรายได้จากการขายทั้งสิ้น		8,027	100	7,363	100	7,165	100
รายได้อื่น		26	0	30	0	19	0
รวมรายได้ทั้งสิ้น		8,053	100	7,393	100	7,184	100

<sup>(1)</sup> ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2560 มีมติให้บริษัทฯ รับจ้างบริหารงาน ให้กับ บริษัท โรแยลชีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ("RCI") และ บริษัทมีอำนาจควบคุมผ่านการมีกรรมกรและผู้บริหารที่สำคัญร่วมกัน และมีอำนาจในการกำหนดนโยบายในการบริหาร จึงได้นำ RCI มาจัดทำงบการเงินรวม ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2560

## โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย

- รายได้จากการขายกระเบื้องเซรามิค ที่ผลิต โดยบริษัท ไดนาสตี เซรามิค จำกัด (มหาชน)
- รายได้จากการจำหน่ายกระเบื้องเซรามิคและกาวยาแนวที่ซื้อจากบริษัทย่อย (บริษัท ไทล์ท็อปอินเตอร์สตรัค จำกัด (มหาชน)) และ รายได้จากการจำหน่ายกระเบื้องเซรามิค ที่ซื้อจาก บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) มาจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้าโดยบวกกำไรจากราคาส่งที่ซื้อจากบริษัทย่อยดังกล่าว
- รายได้จากการจำหน่าย กาวยาแนว กาวซีเมนต์ และบัวกบกล้วยที่ซื้อมาขายไป
- รายได้อื่น ๆ เช่น กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน , ดอกเบี้ยรับ , กำไรจากการขายทรัพย์สิน, รายได้ค่าเช่า, กำไรจากการขายเงินลงทุนทั่วไป , รายได้ค่าบริการระบบ IT เป็นต้น

## 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

### แบรนด์ผลิตภัณฑ์

ทั้งนี้กระเบื้องที่บริษัทและบริษัทย่อยผลิต ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ไดนาสตี” (Dynasty), “ไทล์ ท็อป” (Tiletop) , “จากัวร์” (Jaguar), “แวลู” (Value), “มัสแตง” (Mustang) , “ไก่” (chicken) , “นก” (birdie) , “เป็ด” (ducky) , หงส์ (swan)

### ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กระเบื้องปูพื้น (หน่วยเป็นเซนติเมตร)

ขนาด 60x60 , 60x60 (ดิจิตอล)

ขนาด 30x60 (ขัดขอบ) , 30x60 (ดิจิตอลขัดขอบ)

ขนาด 40x40 , 40x40 (ขัดขอบ) , 40x40 (ดิจิตอล) , 40x40 (ดิจิตอลขัดขอบ)

ขนาด 30x30 , 30x30 (ดิจิตอล)

ขนาด 20x20

กระเบื้องบุผนัง (หน่วยเป็นเซนติเมตร)

ขนาด 20x20

ขนาด 20x25, 20x25 (ดิจิตอล)

ขนาด 20x30 , 20x30 (ดิจิตอล)

ขนาด 25x40 , 25x40 (ดิจิตอล)

กาวยาแนว (บริษัทย่อยเป็นผู้ผลิต)

### แบรนด์ผลิตภัณฑ์ (สินค้าซื้อมาขายไป)

กาวยาแนว ภายใต้เครื่องหมายการค้า จระเข้เงิน

กาวซีเมนต์ ภายใต้เครื่องหมายการค้า เดฟโก้ , ตึกแก

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ปี 2561 เศรษฐกิจไทยทั้งปีมี GDP รวมประมาณ 4.0-4.2% ซึ่งส่วนใหญ่ขับเคลื่อนโดยภาคการส่งออกและท่องเที่ยวมากกว่าการบริโภคในประเทศ โดยครั้งแรกเติบโตมากกว่าครึ่งหลัง ทั้งนี้กำลังซื้อในประเทศโดยเฉพาะใน

ต่างจังหวัดยังถูกกดดันโดยหลายปัจจัยเช่นหนี้สินภาคครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูงและราคาพืชผลเกษตรซึ่งยังอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งส่งผลต่อรายได้ของประชาชนและมีผลต่องบประมาณในการปรับปรุงซ่อมแซมบ้านเรือนที่อยู่อาศัย จึงทำให้ตลาดวัสดุผลิตภัณฑ์เซรามิคมีการแข่งขันด้านราคาสูงจากผู้ผลิตภายในประเทศและสินค้านำเข้าเพื่อสร้างยอดขายในสภาวะที่ตลาดตึงตัว โดยทางบริษัทได้สรุปภาพรวมสภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน ดังนี้

ในครึ่งปีแรกของปี 2561 ช่วงไตรมาสแรกของทุกปีถือว่าเป็นช่วงไฮซีซั่นของอุตสาหกรรม และหากเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ประเทศยังอยู่ในช่วงไวท์ทูกซ์ จึงให้ปริมาณการผลิตและจำหน่ายปรับตัวดีขึ้นจากความต้องการซื้อทั้งในและต่างประเทศ แต่เนื่องจากการแข่งขันที่สูงในตลาด ทำให้บริษัทต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคาในการกระตุ้นยอดขายและส่งผลให้ราคาขายเฉลี่ยปรับลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ในไตรมาส 2 ประเทศไทยเข้าสู่ฤดูฝนทำให้กิจกรรมการก่อสร้างและซ่อมแซมบ้านลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสแรก ในขณะที่การแข่งขันด้านราคายังมีอยู่ในด้านต้นทุน ราคาก๊าซธรรมชาติซึ่งเป็นต้นทุนหลักในการผลิตเริ่มปรับตัวสูงขึ้นช่วงปลายไตรมาสสอง และส่งผลกระทบโดยตรงต่อกำไรขั้นต้นในไตรมาส 2 ต่อเนื่องไปถึงในไตรมาส 3

ในครึ่งปีหลังของปี 2561 ความพยายามของบริษัทที่ผลิตสินค้าที่มีผลผลิตและสีสันมากขึ้นกระเบื้องขนาดใหญ่เริ่มส่งผลสำเร็จ ทำให้สัดส่วนการขายของสินค้ากระเบื้องขนาดใหญ่ค่อยๆปรับตัวเพิ่มขึ้น และสามารถหนุนราคาขายเฉลี่ยของบริษัทให้สูงขึ้นในครึ่งปีหลังของปี ทั้งนี้ตลอดครึ่งปีหลังของปี บริษัทยังได้รับผลกระทบอย่างหนักจากราคาการค้าก๊าซธรรมชาติที่สูงขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน เกือบ 30 เปอร์เซ็นต์

## 2.2.1 การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์

### ➤ ช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ได้จัดจำหน่ายกระเบื้อง ผ่าน ตลาดนัดสาขาที่มีอยู่ทั่วประเทศรวม 199 สาขา (ณ สิ้นปี 2561) ซึ่งเป็นสาขาของบริษัทฯ มีการจำหน่ายผ่านตัวแทน และ ส่งออก ยังคงเน้นขายภายในประเทศเป็นหลัก ร้อยละ 97 โดยแบ่งสัดส่วน ได้ดังนี้

% การจำหน่าย	ปี 2561	ปี 2560	ปี 2559
<b>Outlets</b>	70	73	74
<b>Agents by DCC</b>	9	8	7
<b>Agents by Outlets</b>	17	15	15
<b>Export</b>	4	4	4
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

➤ % สัดส่วนประเภทสินค้าที่จำหน่าย โดยมีสถิติในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา ดังนี้

ลำดับที่	ประเภท	ปี 2561	ปี 2560	ปี 2559
1.	Floor 20 cm. x 20 cm.	1	2	3
2.	Floor 30 cm. x 30 cm.	9	12	20
3.	Floor 30 cm. x 30 cm. Hybrid	18	15	14
4.	Floor 30 cm. x 60 cm. Rectified Hybrid	1	0	0
5.	Floor 40 cm. x 40 cm.	8	12	17
6.	Floor 40 cm. x 40 cm. Rectified	0	0	1
7.	Floor 40 cm. x 40 cm. Rectified Hybrid	0	0	1
8.	Floor 40 cm. x 40 cm. Hybrid	29	26	19
9.	Floor 60 cm. x 60 cm. Rectified	1	1	1
10.	Floor 60 cm. x 60 cm. Rectified Hybrid	12	12	10
11.	Wall 20 cm. x 20 cm.	0	2	0
12.	Wall 20 cm. x 25 cm.	1	0	4
13.	Wall 20 cm. x 25 cm. Hybrid	1	1	1
14.	Wall 20 cm. x 30 cm.	1	2	3
15.	Wall 20 cm. x 30 cm. Hybrid	2	2	1
16.	Wall 25 cm. x 40 cm.	2	2	1
17.	Wall 25 cm. x 40 cm. Hybrid	3	3	1
18.	Other	11	8	3
	รวม	100	100	100

## 2.2.2 สภาพการณ์แข่งขันในกลุ่มธุรกิจ

ในปี 2561 หลังจากกลุ่มในเครือ COTTO ปรับโครงสร้างองค์กร โดยเป็นการรวมธุรกิจที่ผลิตและจัดจำหน่าย กระเบื้องเซรามิคในประเทศไทยภายใต้กลุ่มบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 บริษัท ทำให้ บริษัทฯ มี % สัดส่วนการขายสินค้ากระเบื้องเซรามิคในประเทศไทยเป็นอันดับ 2 ของกลุ่มผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิคที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 4 บริษัทฯ คือ DCC , RCI, UMI และ COTTO (ควรรวมกับ TGCI ในปี 2561) เนื่องจากบริษัทฯ ยังคงเน้นนโยบายการขายสินค้าในประเทศเป็นหลัก ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97 ซึ่งในปี 2561 มีการปรับแผนการตลาดที่สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้หลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นลวดลาย ขนาดของกระเบื้อง และยังได้กระเบื้องที่ผลิตจาก RCI เข้ามาเสริมทัพเพื่อให้ลูกค้าได้มีทางเลือกเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งมีการปรับโฉมภาพลักษณ์สาขาให้ดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ ได้ใช้กลยุทธ์กระจายสาขา(Outlets)ไปทั่วทุกจังหวัดของประเทศไทยกว่า 199 สาขา (ณ 31 ธันวาคม 2561) ซึ่ง

เป็นจุดแข็งของบริษัทฯ เน้นการบริการที่รวดเร็ว หาซื้อสินค้าได้สะดวก มีตลาดให้เลือกมากมาย มีช่องทางเนื่อง ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยตรง

ในปี 2561 บริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายทางการตลาด (Market share) เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 35.3 จากปีก่อนที่มี สัดส่วนทางการตลาด ร้อยละ 29.5 และสามารถเพิ่มสัดส่วนของยอดขายได้ถึง ร้อยละ 9 ในขณะที่มูลค่ารวมในตลาด ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 8.7

ส่วนสภาพการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจ ปี 2561 มูลค่าตลาดรวมลดลงร้อยละ 8.7 จากปีก่อน

ยอดขายแบ่งตามธุรกิจกระเบื้องปูพื้นและบุผนัง ในกลุ่มเซรามิค ในรอบ 3 ปี (ล้านบาท)

บริษัท	ปี 2561		ปี 2560		ปี 2559	
	ยอดขาย (ล้านบาท)	%	ยอดขาย (ล้านบาท)	%	ยอดขาย (ล้านบาท)	%
1.บมจ.ไดนาสตี เซรามิค / DCC	8,027	35.3%	7,363	29.5%	7,165	58.0%
2.บมจ.ไทย-เยอรมัน เซรามิค อินดัสทรี /TGCI	-	0%	1,971	7.9%	2,254	18.2%
3.บมจ.โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม/RCI	981	4.3%	507	2.0%	659	5.3%
4.บมจ.สหโมเสคอุตสาหกรรม/UMI	2,244	9.8%	2,348	9.4%	2,284	18.5%
5.บมจ.เอสซีจี เซรามิกส์/COTTO	11,513	50.6%	12,754	51.2%	na	na
รวม	22,765	100.0%	24,943	100.0%	12,362	100.0%

ที่มา : ข้อมูลผลการดำเนินงานประจำปี จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

COTTO = บมจ.เอสซีจี เซรามิกส์ (ประกอบด้วย 1.บริษัทเซรามิคอุตสาหกรรมไทย จำกัด 2. บริษัทเจมาโก จำกัด 3.บริษัทเดอะ สยาม เซรามิค กรุ๊ป อินดัสทรี จำกัด 4. บริษัทโซลูโก้ แอนด์ กรุ๊ป (2008) จำกัด และ 5.บริษัทไทย-เยอรมัน เซรามิค อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) : บริษัทเอสซีจี เซรามิกส์ จำกัด (มหาชน) “บริษัท” เกิดจากการรวมธุรกิจโดยวิธีการควบบริษัท ซึ่งเป็นการรวมธุรกิจที่ผลิตและจัดจำหน่ายกระเบื้องเซรามิกในประเทศไทยภายใต้ กลุ่มบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 บริษัท เพื่อจัดโครงสร้างองค์กรให้มีความเหมาะสมและเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานร่วมกันใน แต่ละบริษัท รวมทั้งรองรับการขยายตัวของธุรกิจเซรามิกทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทมีการจดทะเบียนจัดตั้งเป็นนิติบุคคลในประเทศไทยและ ได้รับอนุมัติเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2561 (วันควบบริษัท)

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

### 2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

#### • การผลิต

บริษัทฯ มีโรงงานผลิตเอง 1 แห่ง และ โรงงานผลิตของบริษัทย่อยอีก 2 แห่ง รวม 3 แห่ง ตั้งอยู่ที่ อ.หนองแคว จังหวัดสระบุรี

1. สินค้าที่บริษัทผลิตเอง เป็นโรงงานที่ผลิตสินค้าของบริษัท ไดนาสตี เซรามิค จำกัด(มหาชน) ตั้งอยู่ที่เลขที่ 54/8 หมู่ที่ 3 ถนนสุวรรณศร ตำบลโคกแย้ อำเภอหนองแคว จังหวัดสระบุรี ประเภทสินค้าที่ผลิต : กระเบื้องปูพื้น

2. สินค้าที่ซื้อจากบริษัทย่อยโรงงานที่ผลิตสินค้าของบริษัท ไทล์ ท็อป อินดัสทรี จำกัด(มหาชน) ตั้งอยู่ที่เลขที่ 3/2 หมู่ 8ถนนพหลโยธิน ตำบลหนองไข่น้ำ อำเภอหนองแคว จังหวัดสระบุรี

ประเภทสินค้าที่ผลิต : กระเบื้องปูพื้นและบุผนัง

**3.สินค้าที่ซื้อจากบริษัทย่อยโรงงานที่ผลิตสินค้าของบริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)**

ตั้งอยู่ที่เลขที่ 54/7 หมู่ที่ 3 ถนนสุวรรณศร ตำบลโคกแย้ อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี

ประเภทสินค้าที่ผลิต : กระเบื้องปูพื้นและบุผนัง (ขนาดใหญ่)

**กำลังการผลิต**

กำลังการผลิตและ % การใช้กำลังการผลิตในรอบ 3 ปี ที่ผ่านมาของบริษัทและบริษัทย่อยมีดังนี้

บริษัท	ปริมาณการผลิต (ล้านตารางเมตรต่อปี)		
	ปี 2561	ปี 2560	ปี 2559
<b>บริษัท ไดนาสตี เซรามิค จำกัด(มหาชน) - ผลิต</b>	<b>21.0</b>	<b>23.9</b>	<b>22.9</b>
เต็มกำลังการผลิต	31.0	31.0	30.4
(ผลิตเฉพาะกระเบื้องเซรามิคปูพื้น) กำลังผลิตร้อยละ	67.7%	77.1%	75.3%
<b>บริษัท ไทล์ ท็อป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) - ผลิต</b>	<b>30.4</b>	<b>27.6</b>	<b>31.0</b>
เต็มกำลังการผลิต	37.9	37.4	37.5
(ผลิตกระเบื้องเซรามิคปูพื้นและบุผนัง) กำลังผลิตร้อยละ	80.2%	73.8%	82.7%
<b>บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน) - ผลิต</b>	<b>9.6</b>	<b>4.1</b>	<b>0</b>
เต็มกำลังการผลิต	9.7	6.1	0
(ผลิตกระเบื้องเซรามิคปูพื้นและบุผนัง) กำลังผลิตร้อยละ	99.0%	67.2%	0%
<b>รวมผลิต</b>	<b>61.0</b>	<b>55.6</b>	<b>53.9</b>
เต็มกำลังการผลิต	<b>78.6</b>	<b>74.5</b>	<b>67.9</b>
<b>รวมกำลังการผลิตคิดเป็นร้อยละ</b>	<b>77.6%</b>	<b>74.6%</b>	<b>79.4%</b>

บริษัทฯ นับรวม RCI เป็นบริษัทย่อย เมื่อ 1 เมษายน 2560

● **การจัดหาวัตถุดิบ**

**วัตถุดิบที่สำคัญต่อการผลิต**

- **ดิน , หินบด และแร่** ที่สั่งซื้อในประเทศ แถบจังหวัด ลำปาง, กาญจนบุรี, ราชบุรี, สิงห์บุรี, ชัยภูมิ, ปราจีนบุรี, นครราชสีมา เป็นต้น ไม่มีปัญหาเรื่องขาดแคลนวัตถุดิบในระยะยาวเนื่องจากบริษัทมีแผนสำรองกรณีวัตถุดิบขาดสต็อก โดยการวิจัยพัฒนาคุณสมบัติของดินทุกประเภท เพื่อสำรองไว้ใช้หากเกิดกรณีฉุกเฉิน และอยู่ในแผนการจัดการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ
- **สี** เพื่อการผลิตกระเบื้องเซรามิคและสารเคลือบ (Frit) และยัดเกาะสีกระเบื้องเซรามิคซึ่งสั่งซื้อจากต่างประเทศ ซึ่งไม่มีความเสี่ยงในการจัดหาวัตถุดิบในระยะยาวเช่นกัน แต่มีผลกระทบในด้านราคาของวัตถุดิบที่สั่งซื้อจากต่างประเทศตามค่าของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราในสกุลต่างประเทศที่สั่งซื้อกับค่าของเงินบาทเท่านั้น

### แหล่งจัดหา

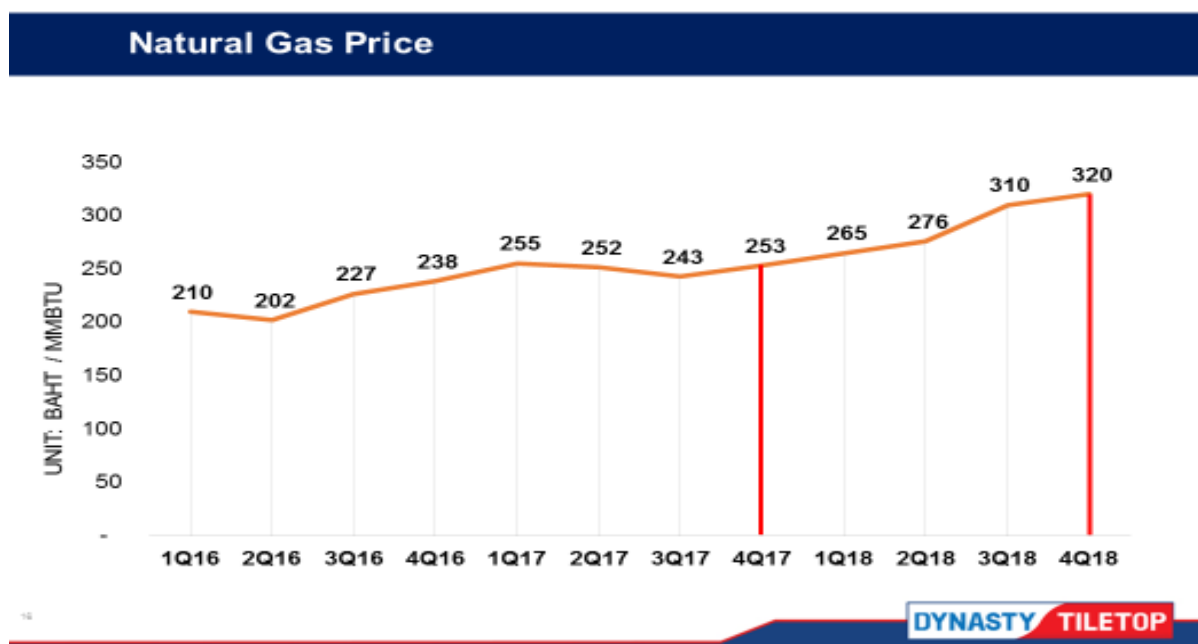
- ในประเทศ ประมาณร้อยละ 90-95 บริษัทสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ขายหลายรายกระจายกันไปไม่ได้ผูกขาดรายหนึ่งรายใด ไม่มีความเสี่ยงในการต่อรองเรื่องราคาและการเปลี่ยนแปลงผู้ขาย
- ต่างประเทศ ประมาณร้อยละ 5-10 บริษัทสั่งซื้อวัตถุดิบจากหลายประเทศ เช่น จีน , ตุรกี , สิงคโปร์ , อิตาลี , สเปน , ไต้หวัน และ อินโดนีเซีย ที่มีชื่อเสียงในการผลิตกระเบื้องเซรามิคจากผู้ขายหลายรายจึงไม่มีความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลงผู้ขาย และบริษัทมีสัมพันธภาพอันดีกับผู้ขายซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ มีแหล่งวัตถุดิบอยู่หลายแห่งทั้งในและนอกประเทศ หากมีการเปลี่ยนผู้ขายบริษัทอาจหาผู้ขายอื่นทดแทนได้โดยง่ายเพราะมีการสำรองผู้ขายวัตถุดิบไว้อยู่หลายราย อีกทั้ง บริษัทยังมีการทดลองวัตถุดิบให้กับผู้ขายรายย่อยเพื่อเป็นอีกทางเลือกในการหาแหล่งวัตถุดิบสำรองและราคาถูก หากเกิดกรณีฉุกเฉิน ซึ่งอยู่ในแผนงานบริหารความเสี่ยงอีกด้วย

บริษัท ไม่มีการซื้อวัตถุดิบหรืออะไหล่กับคู่ค้ารายใดทั้งในและต่างประเทศเกินร้อยละ 30

### ต้นทุนพลังงานหลัก คือ

- ก๊าซธรรมชาติ ซึ่งบริษัท สั่งซื้อจาก บมจ.ปตท. ทั้งหมด ซึ่งต้นทุนผลิตที่ปรับเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของค่าก๊าซ โดยอ้างอิงราคาน้ำมันจากตลาดโลก เป็นสำคัญ
- ไฟฟ้า สั่งซื้อจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งโรงงานของบริษัทเองและบริษัทในเครือ มีสถานีไฟฟ้าย่อยเป็นหน่วยเชื่อมต่อระหว่างการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ราคาเป็นไปตามเงื่อนไขของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

### Natural Gas Price History 2016-2018





### ● การจัดหาที่ดินเพื่อสร้างสาขา

บริษัทมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ (ณ สิ้นปี 2561 มีจำนวนสาขา 199 สาขา) โดยมีจำนวน 61 สาขา (ปี 2560 มีจำนวน 54 สาขา) บริษัทเป็นเจ้าของที่ดินเองคิดเป็นร้อยละ 31 ส่วนอีก ร้อยละ 69 เป็นสาขาเช่า กำหนดระยะเวลา ตั้งแต่ 1 ปี ถึง 20 ปี ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา บริษัท เริ่มมีนโยบายซื้อที่ดินเป็นของตนเอง บริษัท จึงได้ศึกษาความเป็นไปได้ โดยสำรวจสภาพการณ์ตลาด และ สภาพการแข่งขัน ตลอดจนความต้องการของลูกค้าในพื้นที่เป้าหมายที่จะดำเนินการซื้อที่ดิน เน้นพื้นที่ติดถนนใหญ่สายหลัก ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง จึงต้องศึกษาอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อ

1. ทดแทนสาขาเดิม ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทมีกลุ่มฐานลูกค้าเดิมอยู่แล้ว โดยเน้นสาขาที่มียอดขายในลำดับต้นๆ หรือ มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น หลังจากนั้นบริษัท จะหาทำเลในระยะใกล้เคียงทดแทนสาขาเดิม เพื่อไม่ให้เสียฐานลูกค้าเดิมไป

2. เพิ่มจำนวนสาขา โดยในปี 2562 บริษัทยังคงตั้งเป้าหมายเพิ่มอีก 5 สาขา

ทั้ง 2 กรณี บริษัท จะดำเนินการซื้อที่ดินจากเจ้าของที่ดินโดยตรง ซึ่งมีทีมพัฒนาธุรกิจ เป็นผู้ดำเนินการ พร้อมทำการเปรียบเทียบราคาที่ดินกับราคาประเมินหรือราคาตลาด เพื่อให้แน่ใจว่าที่ดินที่ซื้อจะมีราคาที่ไม่แพงเกินไป โดยมีการวางแผนและของบประมาณและผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทไว้ล่วงหน้าทุกครั้ง

ในปี 2561 บริษัท ได้ซื้อที่ดินเพิ่ม

- เพื่อสร้างสาขาใหม่จำนวน 4 แห่ง คือ 1.อำเภอชุมพวง จังหวัดศรีสะเกษ 2.อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ 3.อำเภอประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ อำเภอราชสาส์น จังหวัดฉะเชิงเทรา
- ทดแทนสาขาเดิมที่ไม่ต่อสัญญาเช่า 2 แห่ง คือ อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร และ อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

### 3.ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การบริหารความเสี่ยงนับเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยในการจัดการวางแผนรองรับความไม่แน่นอนทางธุรกิจ ทางบริษัทฯ ได้ใช้หลักการการบริหารความเสี่ยงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร โดยจัดให้ทุกหน่วยงานสร้างวัฒนธรรมและบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมทุกขั้นตอนการทำงาน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าทุกหน่วยงานจะสามารถบรรลุผลตามเป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาวร่วมกัน บริษัทฯ ได้จำแนกหัวข้อการบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจเพื่อ ให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนซึ่งประกอบไปด้วย ภาคเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้

ประเด็นความเสี่ยง	การบริหารจัดการ
1. ความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาก๊าซธรรมชาติ น้ำมันเชื้อเพลิง และราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต <u>ผลกระทบ</u> : ต้นทุนการผลิตที่ไม่แน่นอน	บริษัทฯ มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยงที่รองรับการผันผวนของราคาก๊าซธรรมชาติ น้ำมันเชื้อเพลิง และราคาวัตถุดิบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ติดตามความเคลื่อนไหวราคาก๊าซธรรมชาติและน้ำมันเชื้อเพลิงอย่างใกล้ชิด</li> <li>- ลดปริมาณการใช้พลังงานต่อหน่วยผลผลิต ซึ่งบริษัทฯ ตั้งเป้าหมายลดอัตราการใช้พลังงานไว้ที่ร้อยละ 5 ต่อหน่วยผลผลิตภายในปี 2563</li> <li>- เปลี่ยนกระบวนการผลิตกระเบื้องปูผนังแบบเผา 2 ครั้ง เป็นกระบวนการผลิตแบบเผาครั้งเดียว ซึ่งทำให้ประหยัดต้นทุนค่าก๊าซธรรมชาติและไฟฟ้าในการผลิตกระเบื้องปูผนัง</li> <li>- สำรองและจัดหาวัตถุดิบในการผลิตจากแหล่งทดแทนอื่นๆ ที่มีระดับราคาที่เหมาะสมและสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ อีกทั้งมีการพัฒนาสูตรการผลิต เพื่อลดหรือทดแทนวัตถุดิบที่หายากมากขึ้น</li> </ul>
2. ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการผลิต <u>ผลกระทบ</u> : รายได้จากธุรกิจกระเบื้องเซรามิค / ต้นทุนการผลิตที่เปลี่ยนแปลง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ติดตามความเคลื่อนไหวและพัฒนาระบบการผลิตกระเบื้องเซรามิคทั้งภายในและต่างประเทศ อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ</li> <li>- ปรับปรุงและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนากระบวนการผลิตของทุกหน่วยงานในบริษัทฯ</li> <li>- เพิ่มการลงทุนในระบบการผลิตแบบเครื่องพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing) และอัตโนมัติ (Automatic System) เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มมูลค่าของสินค้า</li> </ul>
3. ความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานที่อาจส่งผลกระทบต่อบุคลากร ชุมชน และสังคม <u>ผลกระทบ</u> : ความปลอดภัยและความ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาระบบความปลอดภัยตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด และมีการทำประเมิน ขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันอันตรายจากการทำงาน และวางระบบการบริหารความปลอดภัยในทุกกระบวนการ</li> </ul>

เชื่อมั่นของบุคลากร ชุมชน และสังคม ต่อการดำเนินธุรกิจ	ผลิต <ul style="list-style-type: none"> <li>- ดำเนินโครงการอุบัติเหตุเป็นศูนย์ Zero Accident ในทุกหน่วยงาน</li> <li>- สำรวจ ตรวจ และติดตามสภาพแวดล้อมภายในโรงงาน ตามแผนดำเนินการประจำปี</li> <li>- ตรวจสอบสภาพ และติดตามประเมินผลสุขภาพของบุคลากรภายในบริษัท เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านสุขภาพที่อาจเกิดจากการปฏิบัติงาน และจัดทำแผนป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น</li> <li>- จัดกิจกรรมให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องการอพยพและดับเพลิงในบริษัท</li> </ul>
4. ความเสี่ยงจากภาวะการขาดแคลนน้ำ <u>ผลกระทบ</u> : กระบวนการผลิตหยุดชะงัก เนื่องจากน้ำไม่เพียงพอ	- ส่งเสริมให้เกิดนโยบายการประหยัดน้ำทุกกระบวนการผลิต และยังจัดทำโครงการเพิ่มบ่อน้ำดิบเพื่อสำรองน้ำไว้ใช้ในพื้นที่โรงงาน
5. ความเสี่ยงทางธุรกิจและสภาพเศรษฐกิจ <u>ผลกระทบ</u> : ตลาดสินค้ากระเบื้อง เซรามิคได้รับผลกระทบจากสินค้านำเข้า ซึ่งราคาถูกกว่า และการเปิดการค้าเสรี ก็ จะยิ่งทำให้มีการแข่งขันทั้งทางด้านราคา และคุณภาพมาก	- มุ่งเน้นการพัฒนารูปแบบสินค้าเพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม การเพิ่มช่องทางจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เป็น การเจาะตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้าและครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่ม

### การทำวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ในปี 2561 บริษัทฯ มีรายจ่ายเพื่อทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม จำนวนทั้งสิ้น 787,741 บาท ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เป็นค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและการทดลองและวิจัย ผลความสำเร็จของการวิจัยและพัฒนา ทำให้เกิดการประหยัดต้นทุนการผลิตด้านวัตถุดิบ และลดอัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ในรอบปีที่ผ่านมาลง ทางบริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการทำวิจัยและพัฒนา เพื่อให้เกิดนวัตกรรมการผลิต เพิ่มมูลค่าสินค้า และสามารถแข่งขันในธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัท และบริษัทย่อย มีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจหลัก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ได้แก่

##### 4.1 ทรัพย์สินหลัก

สินทรัพย์ที่ บริษัทและบริษัทย่อย ใช้ในการประกอบธุรกิจหลักได้แก่ ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีมูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสม และค่าตัดจำหน่ายสะสม จำนวน 5,479 ล้านบาท

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ล้านบาท	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	เป็นเจ้าของ	1,307	DCC และ TTOP ไม่มีภาระผูกพัน
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	เป็นเจ้าของ/ อยู่บนสัญญาเช่า	3,274	RCI ติดภาระผูกพัน <sup>(1)</sup>
เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	6,102	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	1,132	ไม่มีภาระผูกพัน
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	23	ไม่มีภาระผูกพัน
อาคารระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	637	ไม่มีภาระผูกพัน
<b>รวม</b>		<b>12,475</b>	
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		(6,996)	
<b>รวมที่ดินอาคารและอุปกรณ์ -สุทธิ</b>		<b>5,479</b>	

<sup>(1)</sup>โดยรวมที่ดินอาคารและอุปกรณ์-สุทธิ RCI Group ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 จำนวน 333 ล้านบาท ติดภาระผูกพันจดจำนองกับสถาบันการเงินเพื่อเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ยืมและวงเงินสินเชื่อ

##### สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

##### ➤ โปรแกรมคอมพิวเตอร์

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ล้านบาท	ภาระผูกพัน
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	เป็นเจ้าของ	85.6	ไม่ติดภาระ
หัก ค่าตัดจำหน่ายสะสม		(58.3)	
<b>สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ</b>		<b>27.2</b>	

โดยรวมสินทรัพย์ไม่มีตัวตน-สุทธิ RCI Group ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 จำนวน 6.5 ล้านบาท

## 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

เงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีดังนี้

ชื่อบริษัท	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนที่ออกและ เรียกชำระแล้ว (บาท)	มูลค่าตรา ไว้นหุ้นละ (บาท)	สัดส่วน เงินลงทุน (%)	ราคาทุน (บาท)	การลงทุนใน บริษัทอื่น
<b>บริษัทย่อย :</b>						
บมจ.ไทล์ทอป อินดัสตรี	300,000,000	222,000,000	10.00	96.83	109,479,530	ไม่มี
บมจ.โรแนล ซีรามิค อุตสาหกรรม	616,839,365	616,839,365	1.00	4.05	100,054,181	หมายเหตุ 1
บริษัท เวลดีไวต์ เซรามิค จำกัด	1,000,000	1,000,000	100.00	99.93	1,063,937	ไม่มี
<b>รวม</b>	<b>917,839,365</b>	<b>839,839,365</b>			<b>210,597,648</b>	

\* บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2557 และอยู่ในระหว่างดำเนินการชำระบัญชี

### หมายเหตุ 1: การลงทุนในบริษัทอื่น ของ บมจ.โรแนล ซีรามิค อุตสาหกรรม (บริษัทย่อย)

ชื่อบริษัท	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนที่ออกและ เรียกชำระแล้ว (บาท)	มูลค่า ตราไว้น หุ้นละ (บาท)	สัดส่วน เงินลงทุน (%)	ราคาทุน (บาท)	ค่าเผื่อการ ด้อยค่า (บาท)	ราคาทุน-สุทธิ (บาท)
<b>บริษัทย่อย :</b>							
บริษัท โรแนลเอเชียบริค แอนด์ไทล์ จำกัด <sup>(1)</sup>	80,000,000	80,000,000	10.00	100.00	139,985,000	(60,478,126)	79,506,874
<b>บริษัทร่วม :</b>							
บริษัท บ้านสมถวิล จำกัด	25,000,000	25,000,000	25.00	45.00	11,250,000	(11,250,000)	-0-
<b>ตราสารทุนที่ไม่อยู่ในความ ต้องการของตลาด :</b>							
บริษัท เซอมาส จำกัด	21,000,000	21,000,000	100.00	1.50	314,300	-0-	314,300
บริษัท ที.ที.เซรามิค จำกัด (มหาชน)	600,808,896	600,808,896	1.00	8.32	50,000,000	(21,000,000)	29,000,000
<b>รวม</b>					<b>201,549,300</b>	<b>(92,728,126)</b>	<b>108,821,174</b>

<sup>(1)</sup> หยุดดำเนินการกิจการ เมื่อเดือนเมษายน 2560

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัท ไดนาสตี เซรามิค จำกัด(มหาชน)

- ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัท ไทล์ ท็อป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน)

- ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน)

- ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัท เวิลด์ ไวต์ เซรามิค จำกัด (อยู่ระหว่างการชำระบัญชี)

- ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	บริษัท ไดนาสตี เซรามิค จำกัด(มหาชน)
เลขทะเบียน	ทะเบียนเลขที่ 0107537000742 (เดิมเลขที่ บมจ. 321)
วันก่อตั้งบริษัท	วันที่ 1 สิงหาคม 2532
วันจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ	วันที่ 3 มกราคม 2535 โดยใช้ชื่อย่อ DCC อยู่ในหมวดวัสดุก่อสร้าง
ทุนจดทะเบียน	913,919,154.10 บาท (เก้าร้อยสิบสามล้านเก้าแสนหนึ่งหมื่นเก้าพันหนึ่งร้อยห้าสิบบาทสิบสตางค์) แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 9,139,191,541 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท
ทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว	652,799,395.80 บาท (หกร้อยห้าสิบล้านเจ็ดแสนเก้าหมื่นเก้าพันสามร้อยเก้าสิบบาทแปดสิบสตางค์) ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 6,527,993,958 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท
ประกอบธุรกิจหลักประเภท	เป็นผู้ผลิต และจำหน่ายกระเบื้องเซรามิคปูพื้นและบุผนัง และรับซื้อกระเบื้องเซรามิคปูพื้นและบุผนังและกาวยาแนวทั้งหมดจากโรงงานผลิต บริษัท ไทล์ทอป อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) (บริษัทย่อย) รวมทั้งซื้อกระเบื้องเซรามิคปูพื้นและบุผนังอีกส่วนหนึ่ง จากโรงงานผลิต บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน) (บริษัทย่อย) นอกจากนี้ยังซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระเบื้องเซรามิค เช่น กาวยาแนว กาวยาผนัง บัวกาบกล้วย เป็นต้น จากผู้ค้ารายอื่นมาจำหน่าย
สำนักงานใหญ่ของบริษัท	เลขที่ 37/7 ถนนสุทธิสารวินิจฉัย แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กทม. 10310 โทรศัพท์ 02-276-9275-81 โทรสาร 02-276-0313-17 <a href="http://www.dynastyceramic.com">http://www.dynastyceramic.com</a>
โรงงานของบริษัทใหญ่	เลขที่ 54/8 หมู่ที่ 3 ถนนสุวรรณศร ตำบลโคกแย้ อำเภอนองแคว จังหวัดสระบุรี 18230 โทรศัพท์ 036-305914-9 โทรสาร 036-263663



## บริษัทย่อย

1. บริษัท ไทล์ทอป อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) โรงงานผลิตกระเบื้องปูพื้นและบุผนัง  
สำนักงานใหญ่ เลขที่ 37/7 ถนนสุทธิสารวินิจฉัย แขวงสามเสนนอก เขต  
ห้วยขวาง กทม. 10310  
โทรศัพท์ 02-276-9275-81 โทรสาร 02-276-0313-17  
โรงงาน เลขที่ 3/2 หมู่ที่ 8 ถนนพหลโยธิน ตำบลหนองไข่น้ำ อำเภอ  
หนองแค จังหวัดสระบุรี 18140 โทรศัพท์ 036-371815 โทรสาร 036-  
371111
2. บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) โรงงานผลิตกระเบื้องปูพื้นและบุผนัง  
สำนักงานใหญ่ อาคารบริษัท ไดนาสตี เซรามิค เลขที่ 37/7 ถนนสุทธิ  
สารวินิจฉัย แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310  
โทรศัพท์ 0-2276-9275-80 โทรสาร 0-2643-0948-9  
โรงงาน เลขที่ 54/7 หมู่ที่ 3 ถนนสุวรรณศร ตำบลโคกแย้ อำเภอหนอง  
แค จังหวัดสระบุรี 18230 โทรศัพท์ 0-3630-5249 , 03630-5979-81  
โทรสาร 0-3630 -5988

## นายทะเบียน

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด  
93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400  
โทรศัพท์ : 0 2009-9000  
โทรสาร : 0 2009-9991  
SET Contact center: 0 2009-9999  
Website: <http://www.set.or.th/tsd>  
E-mail: SETContactCenter@set.or.th

## ผู้ตรวจสอบบัญชี

บริษัท กรินทร์ ออดิท จำกัด  
เลขที่ 138 อาคารบุญมิตร ชั้น 6 ห้อง บี 1 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์  
เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500  
โทรศัพท์ 0-2634-2484-6  
โทรสาร 0-2634-2668  
<http://www.karinaudit.co.th>

## เลขานุการบริษัท

นางสาวคัทลียา แสงศาสตรา  
โทรศัพท์ 02-276-9275-81 ต่อ 403  
โทรสาร 02-276-0313-17  
E-mail: [Cattleya.sa@dynastyceramic.com](mailto:Cattleya.sa@dynastyceramic.com)