

ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

1 สิงหาคม 2532	วันเริ่มก่อตั้ง
3 มกราคม 2535	เข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
9 มีนาคม 2537	จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน
มกราคม 2538	เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 280 ล้านบาทเรียกเก็บเต็มมูลค่าหุ้นละ 10 บาทจำนวน 272 ล้านบาท
ปลายปี 2540	กลุ่มผู้ถือหุ้นและกรรมการของ บริษัท ไทล์ทอป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิคชนิดเดียวกันและมีโรงงานใกล้เคียงกัน ได้ประมูลซื้อหุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 14.9 ล้านหุ้น หรือคิดเป็น ร้อยละ 54.82 ของทุนที่ชำระแล้ว จากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ซึ่งเป็นบริษัทเงินทุนแห่งหนึ่ง และได้ปรับปรุงเครื่องจักรให้มีประสิทธิภาพ และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดี มีสีสรรสวยงาม รวมทั้งปรับเปลี่ยนนโยบายด้านการตลาดโดยเน้นการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคให้มากขึ้น
ปลายปี 2543	บริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนเป็น 408 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญ 40.8 ล้านหุ้นมูลค่าหุ้นละ 10 บาท เพื่อนำเงินทุนเพิ่มทุนไปลงทุนขยายกำลังการผลิตโดยการซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ไทล์ทอป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน)จากผู้ถือหุ้นเดิมทั้งหมด ทำให้บริษัทฯ มีโรงงานของบริษัท 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 เวลด์ไวด์ เซรามิค จำกัด ซึ่งบริษัทได้เข้าไปลงทุนถือหุ้นมากกว่า 97% ทำให้บริษัทใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้น รู้ความต้องการและแนวทางการเลือกซื้อกระเบื้องของลูกค้า และได้นำข้อมูลมาปรับปรุงสินค้าและการบริการ ทำให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น
กลางปี 2557	บริษัทได้ปรับโครงสร้างองค์กรโดยการรับโอนกิจการทั้งหมดจาก บริษัทจัดจำหน่ายทั้ง 3 แห่ง คือ บริษัท พิค แอนด์ เปย์ จำกัด บริษัท เมืองทอง เซรามิค จำกัด และ บริษัท เวลด์ไวด์ เซรามิค จำกัด ซึ่งบริษัทได้เข้าไปลงทุนถือหุ้นมากกว่า 97% มีผลให้บริษัทเหลือบริษัทย่อย

ปลายปี 2557	<p>เพียง 1 แห่ง คือ บริษัท ไทล์ท็อป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน)</p> <p>เพื่อเพิ่มสภาพคล่องของหลักทรัพย์ บริษัทได้เปลี่ยนแปลงจำนวนและมูลค่าหุ้น (Par Value) โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,080 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท โดยมีทุนจดทะเบียนเท่าเดิม คือ 408 ล้านบาท</p>
กลางปี 2558	<p>บริษัทได้เพิ่มทุนจาก 408 ล้านบาทเป็น 652.8 ล้านบาท จากการจ่ายหุ้นปันผลในอัตรา 5 หุ้นเดิมต่อ 3 หุ้นใหม่ ทำให้มีหุ้นสามัญเพิ่มจาก 4,080 ล้านหุ้นเป็น 6,528 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท</p>
กลางปี 2559	<p>บริษัทได้ลดทุนจดทะเบียน จาก 652,800,000 บาท เหลือ 652,799,395.80 บาท เท่ากับทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว ของหุ้นสามัญจำนวน 6,527,993,958 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท</p>
ปี 2560	<p>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 อนุมัติให้ทำสัญญาจ้างบริหารจัดการธุรกิจอายุสัญญา 1 ปี (วันที่ 2 พฤษภาคม 2560 ถึง วันที่ 1 พฤษภาคม 2561) และได้รับการบอกยกเลิกสัญญาดังกล่าว มีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560และเนื่องจากมีกรรมการร่วมกันและมีอำนาจควบคุมในการบริหารจัดการ จึงต้องจัดทำงบการเงินรวม โดย เสมือน บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน) เป็นบริษัทย่อยตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2560 เป็นต้นไป</p>
ปี 2561	<p>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)</p> <p>บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเพื่อรองรับใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ จาก หุ้นสามัญจำนวน 6,527,993,958 หุ้น เป็น จำนวน 9,139,191,541 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท</p>

- โดยมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว จำนวน 6,527,993,958 หุ้นมูลค่าหุ้นละ 0.10 บาทเป็นเงิน 652,799,395.80 บาท
- 8 พฤษภาคม 2562 มีผู้ใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิในการใช้สิทธิครั้งแรก จำนวน 703,438,699 หน่วย ซื้อหุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 703,438,699 หุ้น ในราคาหุ้นละ 0.10 บาท คิดเป็น 70,343,870 บาท ทำให้ทุนชำระแล้วของบริษัทเพิ่มจาก 652,799,396 บาท เป็น 723,143,266 บาท บริษัทจดทะเบียนเพิ่มทุนที่ออกและเรียกชำระแล้วกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2562
- 15 ตุลาคม 2562 ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2562 อนุมัติให้บริษัท (DCC) เข้าซื้อกิจการของบริษัท โรแยล ซีรามิคอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) (RCI) โดยการเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดของ RCI โดยสมัครใจ (Voluntary Tender Offer) จากผู้ถือหุ้นทุกรายของ RCI ระหว่างวันที่ 18 ตุลาคม 2562 ถึงวันที่ 22 พฤศจิกายน 2562 รวม 25 วันทำการ จำนวน 578,829,365 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 93.84 ของหุ้นที่ออกและชำระแล้วทั้งหมดของ RCI ในราคาเสนอซื้อ 4.00 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารายการเท่ากับ 2,315.32 ล้านบาท
- การเข้าซื้อกิจการของ RCI ข้างต้น มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อขจัดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เนื่องจากทั้งบริษัท และ RCI ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระเบื้องเซรามิคปูพื้น และกระเบื้องบุผนังชนิดต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบัน RCI จำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิคส่วนใหญ่ให้แก่ DCC ในขณะที่ทั้งบริษัท และ RCI มีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่และกรรมการร่วมกัน ซึ่งเป็นเหตุให้บริษัท และ RCI มีโครงสร้างผู้ถือหุ้นและโครงสร้างการจัดการที่ซ้ำซ้อนกัน
- 25 พฤศจิกายน 2562 ผลของการเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดของ RCI ได้จำนวน 485,572,024 หุ้น เป็นเงิน 1,942.29 ล้านบาท หรือร้อยละ 78.72 รวมกับที่ DCC ถือไว้แล้วจำนวน 38,010,000 หุ้น หรือร้อยละ 6.16 ดังนั้น DCC ถือหุ้นใน RCI หลังเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดจำนวน 523,582,024 หุ้น หรือร้อยละ 84.88

บริษัท ไดนาสตี เซรามิค จำกัด(มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกระเบื้องเซรามิคและรับซื้อสินค้าทั้งหมดที่ผลิตจาก บริษัท ไทล์ทอป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) ในราคาขายส่งมาจัดจำหน่าย รวมทั้งสั่งซื้อ กาวยาแนว กาวซีเมนต์ และบัวกาบกล้วย รวมทั้งรับซื้อสินค้าจาก บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน) มาจัดจำหน่ายผ่านสาขาทั่วประเทศของบริษัท และส่งไปขายยังต่างประเทศ เช่น บรูไน กัมพูชา ลาว มาเลเซีย มัลดีฟส์ มอริเชียส เมียนมาร์ นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ เป็นต้น

บริษัทถือหุ้นโดยคนไทยร้อยละ 88.50 และโดยชาวต่างประเทศร้อยละ 11.50 (ปิดสมุด ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2562)

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 หาซื้อง่ายและสะดวก มีของให้เลือกมากมายหลากหลาย 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 คุ่มราคา
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 2563

ในปี 2563 บริษัทฯ วางเป้าหมายในการดำเนินงาน 4 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้

1. เพิ่มสัดส่วนยอดขายและราคาขายถัวเฉลี่ยจากผลิตภัณฑ์ใหม่

- 1.1 กระเบื้องปูพื้นขนาดใหญ่ ใหม่ ใหญ่กว่าเดิม คือ กระเบื้องปูพื้นขนาด 60x120 ซม. ซึ่งสามารถแข่งขันด้านราคา กับกระเบื้องนำเข้าจากจีนได้ในราคาที่ถูกลง
- 1.2 กระเบื้องปูผนังขนาด 30x50 ซม. นำออกสู่ตลาดปลายปี 2562 ซึ่งเป็นกระเบื้องปูผนัง ที่มีขนาดใหญ่ขึ้นกว่า ที่มีวางจำหน่ายอยู่ เป็นไปตามการวิเคราะห์ข้อมูลตลาด ที่มีความต้องการใช้กระเบื้องขนาดใหญ่ขึ้น เป็นที่นิยมมากขึ้น ทั้งในส่วนงานโครงการ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่
- 1.3 กระเบื้องปูพื้น แบบ ANTI SLIP หรือ กระเบื้องกันลื่น ขนาด 40x40 ซม. และขนาด 60x60 ซม. ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตขึ้นจากการค้นคว้าและพัฒนาให้กระเบื้องเซรามิคมีคุณลักษณะเฉพาะ ที่มีผิวหน้าที่กันลื่นมากกว่ากระเบื้องเคลือบทั่วไป แม้ในพื้นที่ เปียกชื้น พื้นที่ซักล้าง หรือ พื้นที่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อเป็นทางเลือกในการใช้งานอย่างปลอดภัยมากขึ้น
- 1.4 กระเบื้อง โมเสค RCI (RCI GLASS MOSAIC) ขนาด 30x30 ซม. เป็นสินค้าชนิดใหม่ล่าสุด ที่ออกวางจำหน่ายที่เน้นลักษณะเด่นของกระเบื้องแก้วโมเสค ที่มีความสวยงาม หูหรร่า มีทั้งชนิดที่ใช้ตกแต่งทั่วไป

(RCI MOSAIC) และชนิดปูสระว่ายน้ำ (RCI POOL MOSAIC) โดยจัดให้มีการแสดงสินค้า การจัดตกแต่งห้องตัวอย่าง ที่แตกต่างและหลากหลาย ณ จุดขายที่สาขา

2. **ลดงบประมาณรายจ่ายลงทุน** โดยยังไม่มีการลงทุนเพิ่มในการสร้างสาขาใหม่ เนื่องจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ โดยเน้นพัฒนาสาขาที่กำลังก่อสร้างและมีอยู่ในปัจจุบัน ต่อเนื่องจากปี 2562 เพิ่มลูกค้าพื้นที่ให้เข้าเพื่อให้เป็นจุดศูนย์กลางในการบริการลูกค้า แผนการปรับปรุงภาพลักษณ์จึงยังเป็นหนึ่งในแผนงานที่สำคัญ โดยจะปรับปรุงสภาพแวดล้อมของสาขา ปรับพื้นที่ให้โล่งสะดวกสบาย มีพื้นที่จอดรถกว้างขวาง ทันสมัยดึงดูดลูกค้า รวมถึงติดเครื่องปรับอากาศในบางสาขา ทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสามารถใช้เวลาเลือกซื้อของได้นานและสะดวกสบายมากขึ้น
3. **ลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายทั้งองค์กรลงร้อยละ 10** โดยได้รับความร่วมมือจากพนักงานทุกหน่วยงาน เพื่อพยายามให้ผลประกอบการที่ดีขึ้น
4. **พัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานทุกระดับ** ส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ การพัฒนาพนักงานทุกระดับให้เป็นคนดี คนเก่ง กระตุ้นให้มีความพร้อมในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ทั้งเป็นการเสริมสร้างทักษะ รวมถึงการเรียนรู้ใหม่เพื่อให้ปรับตัวทันกับแนวโน้มการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทจัดการอบรมความรู้ให้แก่พนักงานทุกระดับ ตั้งแต่พนักงานได้เข้ามาร่วมงานกับบริษัท เบื้องต้นจะได้รับการฝึกอบรมหลักสูตรปฐมนิเทศสำหรับพนักงานใหม่ ให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัท วัฒนธรรมองค์กรและข้อมูลในการทำงาน เบื้องต้น รับทราบระเบียบต่างๆ เพื่อการอยู่ร่วมกัน เพื่อให้พนักงานใหม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพการทำงาน ซึ่งจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรโดยรวม

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในรอบปี 2562

ส่วนของโรงงาน

- ปรับเปลี่ยนเครื่องจักรเพื่อให้มีความทันสมัย และรองรับกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่ต้องการกระเบื้องที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น
- เพิ่มสัดส่วนการผลิตแบบระบบพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย
- เริ่มการผลิตกระเบื้องปูผนังขนาด 30x50
- พัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์กันลื่น Wisdom Anti Slip Tile โดยใช้ระบบการผลิตแบบพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing)
- เพิ่มผลิตภาพในระบบการผลิต โดยปัจจุบันมีระบบการผลิตแบบอัตโนมัติ (Fully Automatic System) เกือบทั้งสายการผลิต
- ปรับเปลี่ยนขั้นตอนและกระบวนการผลิต เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของผลิตภัณฑ์

- ลดอัตราค่าลังพลและเพิ่มอัตราค่าลังการผลิตต่อค่าลังพล
- ลดระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการบดวัตถุดิบลงร้อยละ 10

ส่วนของสำนักงานใหญ่

การเข้าซื้อกิจการของบริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ("RCI")

โดยการทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดของ RCI โดยสมัครใจ (Voluntary Tender Offer) จากผู้ถือหุ้นทุกรายของ RCI จำนวน 578,829,365 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 93.84 ของหุ้นที่ออกและชำระแล้วทั้งหมดของ RCI ในราคาเสนอซื้อ 4.00 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารายการเท่ากับ 2,315.32 ล้านบาท

การเข้าซื้อกิจการของ RCI ข้างต้น มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อขจัดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เนื่องจากทั้งบริษัทฯ และ RCI ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระเบื้องเซรามิคปูพื้น และกระเบื้องบุผนังชนิดต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบัน RCI จำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิคส่วนใหญ่ให้แก่ DCC ในขณะที่ทั้งบริษัทฯ และ RCI มีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่และกรรมการร่วมกัน ซึ่งเป็นเหตุให้บริษัทฯ และ RCI มีโครงสร้างผู้ถือหุ้นและโครงสร้างการจัดการที่ซ้ำซ้อนกัน ซึ่งบริษัทฯ ต้องขออนุมัติการเข้าทำรายการจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยต้องได้รับคะแนนเสียงอนุมัติไม่ต่ำกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน โดยไม่นับส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีส่วนได้เสีย รวมทั้งบริษัทฯ ต้องจัดให้มีที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ เพื่อให้ความเห็นเกี่ยวกับความสมเหตุสมผลของรายการ และความเป็นธรรมของราคาและเงื่อนไขของรายการต่อผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เพื่อประกอบการพิจารณาอนุมัติการทำรายการ

ทั้งนี้ ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2562 อนุมัติให้ DCC เข้าซื้อกิจการของ RCI โดยการทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดของ RCI โดยสมัครใจ (Voluntary Tender Offer) จากผู้ถือหุ้นทุกรายของ RCI ผลของการทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดของ RCI จากผู้ถือหุ้นทุกรายระหว่างวันที่ 18 ตุลาคม 2562 ถึงวันที่ 22 พฤศจิกายน 2562 รวม 25 วันทำการ ได้จำนวน 485,572,024 หุ้น เป็นเงิน 1,942.29 ล้านบาท หรือร้อยละ 78.72 รวมกับที่ DCC ถือไว้แล้วจำนวน 38,010,000 หุ้นหรือร้อยละ 6.16 ดังนั้น DCC มีหุ้น RCI จำนวน 523,582,024 หุ้น หรือร้อยละ 84.88 ของหุ้นสามัญชำระแล้วทั้งหมด

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 โดยมีการนัดการใช้สิทธิปีละ 1 ครั้ง คือ วันที่ 8 พฤษภาคม 2562 วันที่ 8 พฤษภาคม 2563 และวันกำหนดการใช้สิทธิครั้งสุดท้าย คือ วันที่ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุครบ 3 ปี นับจากวันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ ซึ่งจะตรงกับวันที่ 7 พฤษภาคม 2564 (ในกรณีที่วันกำหนดการใช้สิทธิตรงกับวันหยุดทำการให้เลื่อนวันกำหนดการใช้สิทธิดังกล่าว เป็นวันทำการสุดท้ายก่อนหน้าวันกำหนดการใช้สิทธิดังกล่าว)

เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2562 มีผู้ใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิในการใช้สิทธิครั้งแรก จำนวน 703,438,699 หน่วย ซื้อหุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 703,438,699 หุ้น ราคาตามบัญชี (Par Value) หุ้นละ 0.10 บาท คิดเป็น

70,343,869.90 บาท ทำให้ทุนชำระแล้วของบริษัทเพิ่มจาก 652,799,395.80 บาท เป็น 723,143,265.70 บาท บริษัทจดทะเบียนเพิ่มทุนที่ออกและเรียกชำระแล้วกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2562

การพัฒนาประสิทธิภาพพนักงานและกระบวนการทำงาน

บริษัทยังคงเป้าหมายและเน้นเรื่องประสิทธิภาพและคุณภาพ โดยให้พนักงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ นำเสนอเพื่อพัฒนาคุณภาพงานให้สอดคล้องในแต่ละหน่วยงาน รวมถึงการจัดให้มีการอบรมทั้งภายในและภายนอกในแต่ละส่วนงานตลอดทั้งปี โดยเน้นในด้านการใช้ประโยชน์จากซอฟต์แวร์ต่างๆให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ส่วนของสาขา

การขยายสาขาและปรับปรุงภาพลักษณ์

บริษัทฯ ยังคงมองหาทำเลเพื่อเพิ่มสาขาใหม่ และย้ายที่ตั้งสาขาใหม่เพื่อทดแทนสาขาเดิมที่ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ได้ เพื่อให้ไดนาสตีครอบคลุมพื้นที่เพิ่มมากขึ้น และมุ่งเน้นการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของสาขา โดยในปี 2562 ได้ปรับปรุงภาพลักษณ์ของสาขาให้มีความโมเดิร์นทันสมัยยิ่งขึ้น เพิ่มความสะดวกสบาย ให้ลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชม ส่วนลานรับรองลูกค้า ห้องทำงาน ห้องพักผ่อน ยังปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ส่งผลโดยอ้อมต่อการบริการ

พื้นที่ให้เช่าและศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างอย่างครบวงจร

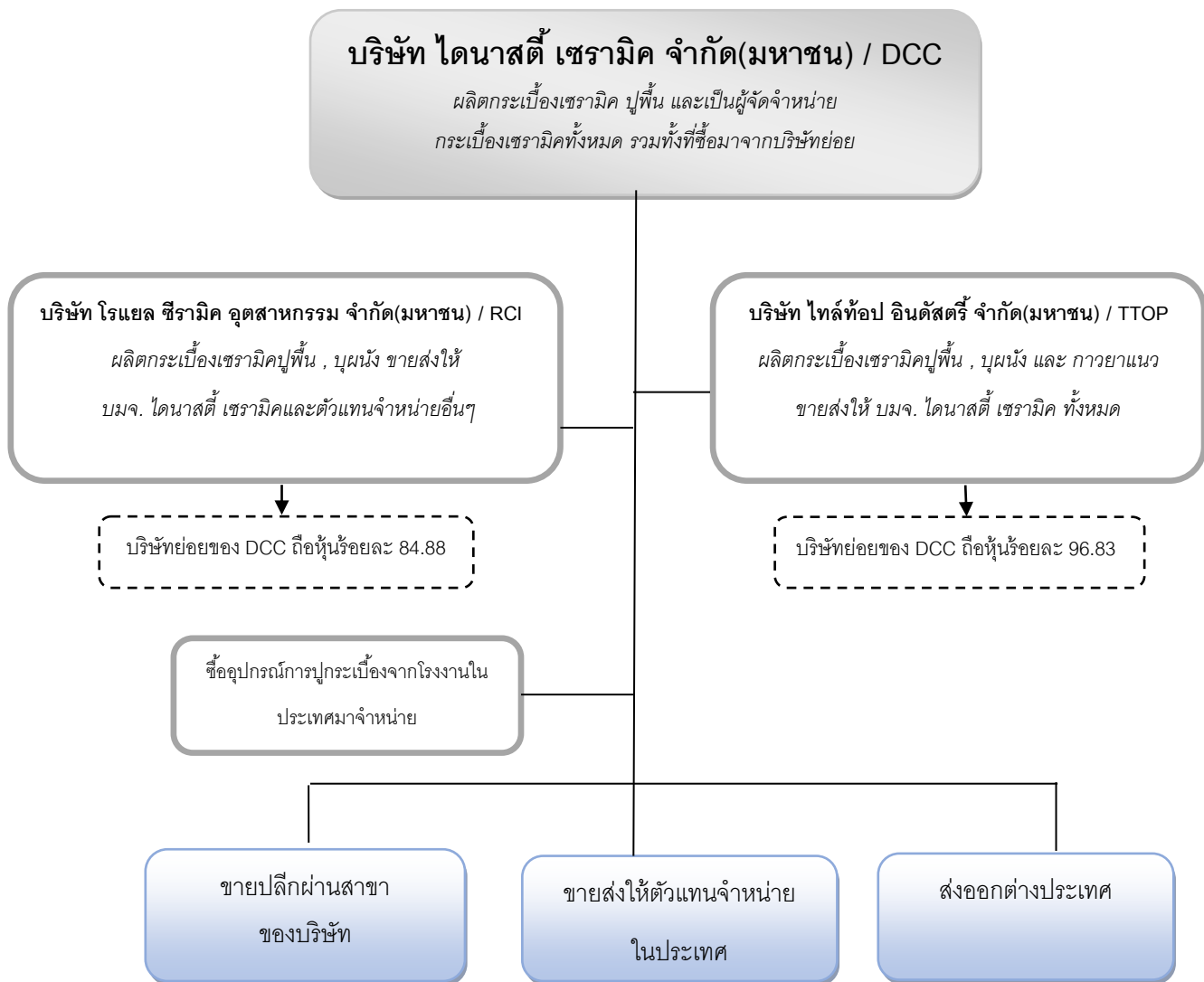
ตั้งแต่ปลายปี 2561 บริษัทได้เดินหน้าตามแผนงานในการเปิดพื้นที่ในสาขาให้ผู้ผลิตและนำเข้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างรายอื่นๆเช่า เพื่อจะบรรลุเป้าหมายในการเป็นศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างอย่างครบวงจรในในอนาคต ซึ่ง ณ สิ้นปี 2562 นี้ บริษัทได้เปิดให้เช่าพื้นที่ไปแล้ว ใน 41 สาขา

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 30 ธันวาคม 2562)	
	DCC	RCI
1.ครอบครัวแสงศาสตร์	43.92%	-
2.ครอบครัววรสุรงค์	9.60%	-

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 เมืองทองเซรามิค จำกัด และ บริษัท เวลต์ไวด์ 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 เวลต์ไวด์ เซรามิค จำกัด ซึ่งบริษัทได้เข้าไปลงทุนถือหุ้นมากกว่า 97% มีผลให้บริษัทเหลือบริษัทย่อยเพียง 1 แห่ง คือ บริษัท ไทล์ท็อป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) และตั้งแต่เดือนเมษายน 2560 มี บมจ. โรแยลชีรามิค อุตสาหกรรม อีก 1 แห่งจากการมีกรรมกร่วมกันและมีอำนาจในการกำหนดนโยบายหลักที่สำคัญ และช่วงปลายเดือน ตุลาคม-พฤศจิกายน 2561 บริษัทฯเริ่มลงทุนซื้อหุ้นสามัญของ บมจ.โรแยลชีรามิค อุตสาหกรรม (RCI) คิดเป็นร้อยละ 4.05 ของทุนจดทะเบียนและที่ชำระแล้ว และปลายปี 2562 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในหุ้นสามัญของ บมจ.โรแยลชีรามิค อุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 84.88 หลังทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดของ RCI โดยสมัครใจ (Voluntary Tender Offer) จากผู้ถือหุ้นทุกรายของ RCI

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย

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

โครงสร้างรายได้รวมเปรียบเทียบย้อนหลัง 3 ปี (ตามงบการเงินรวม)

ประเภทผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560 ⁽¹⁾	
		ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
<u>จำหน่ายในประเทศ</u>							
ผลิตและจำหน่ายกระเบื้องเซรามิค	DCC รวมซื้อจาก บริษัทย่อย	7,446	91	7,428	93	6,790	92

จำหน่ายกาวยาแนวและอื่นๆ	DCC และ สาขา	370	4	326	4	285	4
รวมรายได้ในประเทศ		7,816	95	7,754	97	7,075	96
จำหน่ายต่างประเทศ							
ผลิตและจำหน่ายกระเบื้อง ซีรามิค	DCC รวมซื้อจาก บริษัทย่อย	302	4	273	3	288	4
จำหน่ายกาวยาแนวและอื่นๆ	DCC	0	0	0	0	0	0
รวมรายได้ต่างประเทศ		302	4	273	3	288	4
รวมรายได้จากการขายทั้งสิ้น		8,118	99	8,027	100	7,363	100
รายได้อื่น		73	1	26	0	30	0
รวมรายได้ทั้งสิ้น		8,191	100	8,053	100	7,393	100

(1) ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2560 มีมติให้บริษัทฯ รับจ้างบริหารงาน ให้กับ บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ("RCI") และ บริษัทที่มีอำนาจควบคุมผ่านการมีกรรมสิทธิ์และผู้บริหารที่สำคั่วมร่วมกัน และมีอำนาจในการกำหนดนโยบายในการบริหาร จึงได้นำ RCI มาจัดทำงบการเงินรวม ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2560

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), เอ็ม (M), คอสโม (COSMO), โรเวอร์ (ROVER), มอนเต้ (MONTE)

ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กระเบื้องปูพื้น (หน่วยเป็นเซนติเมตร)

ขนาด 60x60 , 60x60 (ดิจิทัล)

ขนาด 30x60 (ขัดขอบ) , 30x60 (ดิจิทัลขัดขอบ)

ขนาด 40x40 , 40x40 (ขัดขอบ) , 40x40 (ดิจิทัล) , 40x40 (ดิจิทัลขัดขอบ)

ขนาด 30x30 , 30x30 (ดิจิทัล)

ขนาด 20x20

กระเบื้องบุผนัง (หน่วยเป็นเซนติเมตร)

ขนาด 20x20

ขนาด 20x25, 20x25 (ดิจิทัล)

ขนาด 20x30 , 20x30 (ดิจิทัล)

ขนาด 25x40 , 25x40 (ดิจิทัล)

ขนาด 30x50, 30x50 (ดิจิทัล)

กาวยาแนว (บริษัทย่อยเป็นผู้ผลิต) ภายใต้เครื่องหมายการค้า ท็อปสติ๊ก (TOP STICK)

แบรนด์ผลิตภัณฑ์ (สินค้าซื้อขายไป)

กายาแนว ภายใต้เครื่องหมายการค้า เวเบอร์(WEBER)

กาวซีเมนต์ ภายใต้เครื่องหมายการค้า ท็อปสติ๊ก (TOP STICK) ,เดฟโก้(DAVCO)

คิ้วกระเบื้อง ภายใต้เครื่องหมายการค้า ไทยสแตนดาร์ดไปป์ (THAI STANDARD PIPE) ,โอดี (OD)

จมูกบันได ภายใต้เครื่องหมายการค้า โอดี (OD)

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ในปี 2562 ที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบปัญหาที่กระทบเศรษฐกิจในหลายๆด้านซึ่งทำให้ GDP ของประเทศไทย ถูกปรับลดลงอยู่ในระดับต่ำถึง 2.4% และคาดว่าจะต่ำลงอีกในปี 2563 อยู่ในระดับ 1.5%-2.5% เท่านั้น ผลกระทบกับเศรษฐกิจไทยหลักๆคงหนีไม่พ้นเรื่องสงครามการค้าของมหาอำนาจทางเศรษฐกิจระหว่างสหรัฐกับจีน ผลกระทบจากความไม่แน่นอนทางการเมืองที่ทำให้นักลงทุนขาดความมั่นใจในการผลักดันนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล และการชะลอตัวของโครงการก่อสร้างที่อยู่อาศัยใหม่จากมาตรการ LTV ที่มีผลกับกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างโดยตรง อีกทั้งผลกระทบจากภัยธรรมชาติที่ทางประเทศไทยได้รับมีทั้งอุทกภัยและภัยแล้ง ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด

สำหรับการแข่งขันวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างภาพรวม การนำเข้าจากประเทศจีนยังคงเพิ่มขึ้น และมีผู้นำเข้าที่นำสินค้ามากขึ้นจากทางอินเดีย ทำให้ราคาวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่คล้ายคลึงกันที่ผลิตได้ในประเทศต้องปรับราคา หรือลดต่ำลง

ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2562 ในด้านยอดขาย ทางบริษัทฯได้ทำการตลาดเชิงรุก โดยเน้นที่กลุ่มซ่อมแซมเป็นหลัก ซึ่งเหมาะสมกับศักยภาพของบริษัทที่มีจุดขายทั่วประเทศ ทำให้การทำงานของสาขาสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วประเทศ และลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก ทำให้บริษัทฯยังสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ โดยยอดขายในครึ่งปีแรกเติบโตร้อยละ 3.7 ในด้านมูลค่า และร้อยละ 1.4 ทางด้านปริมาณ เนื่องจากสินค้าที่ทางบริษัทฯจำหน่ายเป็นกระเบื้องเซรามิคเป็นหลัก มีจุดแข็งอยู่ที่ลวดลายที่แตกต่างจากสินค้านำเข้า สามารถเลือกซื้อได้ง่ายและมีราคาที่เหมาะสมอยู่แล้ว ประกอบกับทางบริษัทฯได้ผลักดันกระเบื้องขนาดใหญ่ที่มีอัตรากำไรที่ดีและได้ราคามากกว่า ทำให้ราคาเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.6 ในด้านการผลิต บริษัทฯสามารถผลิตสินค้าได้มากกว่าปีก่อนร้อยละ 6.5 จึงทำให้ต้นทุนในการผลิตถูกลงเนื่องจาก economy of scale

ในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2562 สถานการณ์เศรษฐกิจแย่งลงเนื่องจากภัยแล้งในหลายจังหวัด ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรน้อยลง ประชากรในต่างจังหวัดขาดรายได้เพื่อใช้ในการซ่อมแซม ทางบริษัทฯจึงเปลี่ยนพื้นที่ในการทำตลาดให้ทุกสาขาทำตลาดในเมืองมากขึ้น ส่งผลทำให้บริษัทฯสามารถปรับยอดขายได้ โดยยอดขายลดลงเพียงแค่อ้อยู่ที่ 0.3 จากปีก่อน เนื่องจากการแข่งขันภายในประเทศจากสินค้านำเข้าเริ่มรุนแรงขึ้น ส่งผลให้ราคาเฉลี่ยลดลงร้อยละ 3 จากปีก่อน

ด้วยศักยภาพของช่องทางขายของทางบริษัทที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ประกอบกับกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสภาพตลาด จึงส่งผลทำให้บริษัทสามารถรักษายอดขายสูงขึ้นกว่าปีที่แล้วร้อยละ 1.1 อีกทั้งยังบริหารจัดการให้อัตรากำไรสุทธิคงที่อีกด้วย

2.2.1 การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์

➤ ช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ได้จัดจำหน่ายกระเบื้อง ผ่าน ตลาดนัดสาขาที่มีอยู่ทั่วประเทศรวม 203 สาขา (ณ สิ้นปี 2562) ซึ่งเป็นสาขาของบริษัทฯ มีการจำหน่ายผ่านตัวแทน และ ส่งออก ยังคงเน้นขายภายในประเทศเป็นหลัก ร้อยละ 96 โดยแบ่งสัดส่วน ได้ดังนี้

% การจำหน่าย	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560
Outlets	72	70	73
Agents by DCC	9	9	8
Agents by Outlets	15	17	15
Export	4	4	4
รวม	100	100	100

➤ % สัดส่วนประเภทสินค้าที่จำหน่าย โดยมีสถิติในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา ดังนี้

ลำดับที่	ประเภท	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560
1.	Floor 20 cm. x 20 cm.	-	1	2
2.	Floor 30 cm. x 30 cm.	6	9	12
3.	Floor 30 cm. x 30 cm. Hybrid	14	18	15
4.	Floor 30 cm. x 60 cm. Rectified Hybrid	2	1	0
5.	Floor 40 cm. x 40 cm.	7	8	12
6.	Floor 40 cm. x 40 cm. Hybrid	34	29	26
7.	Floor 60 cm. x 60 cm. Rectified	1	1	1
8.	Floor 60 cm. x 60 cm. Rectified Hybrid	19	12	12
9.	Wall 20 cm. x 20 cm.	-	-	2
10.	Wall 20 cm. x 25 cm.	-	1	0
11.	Wall 20 cm. x 25 cm. Hybrid	-	1	1
12.	Wall 20 cm. x 30 cm.	-	1	2
13.	Wall 20 cm. x 30 cm. Hybrid	2	2	2
14.	Wall 25 cm. x 40 cm.	2	2	2

15.	Wall 25 cm. x 40 cm. Hybrid	6	3	3
16.	Other	7	11	8
รวม		100	100	100

2.2.2 สภาพการณ์แข่งขันในกลุ่มธุรกิจ

ในปี 2562 หลังจากกลุ่มในเครือ COTTO ปรับโครงสร้างองค์กร ตั้งแต่ปี 2561 โดยเป็นการรวมธุรกิจที่ผลิตและจัดจำหน่ายกระเบื้องเซรามิคในประเทศไทยภายใต้กลุ่มบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 บริษัท ทำให้บริษัทมี % สัดส่วนการขายสินค้ากระเบื้องเซรามิคในประเทศไทยเป็นอันดับ 2 ของกลุ่มผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิคที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 4 บริษัท คือ DCC , RCI, UMI และ COTTO (ควบรวมกับ TGCI ในปี 2561) เนื่องจากบริษัท ยังคงเน้นนโยบายการขายสินค้าในประเทศเป็นหลัก ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96 ซึ่งในปี 2562 มีการปรับแผนการตลาดที่สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้หลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นลวดลาย ขนาดของกระเบื้อง และยังได้กระเบื้องที่ผลิตจาก RCI เข้ามาเสริมทัพเพื่อให้ลูกค้าได้มีทางเลือกเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งมีการปรับโฉมภาพลักษณ์สาขาให้ดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น บริษัทได้ใช้กลยุทธ์กระจายสาขา(Outlets)ไปทั่วทุกจังหวัดของประเทศไทยกว่า 203 สาขา (ณ 31 ธันวาคม 2562) ซึ่งเป็นจุดแข็งของบริษัท เน้นการบริการที่รวดเร็ว หาซื้อสินค้าได้สะดวก มีลวดลายให้เลือกมากมาย มีของต่อเนื่อง ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยตรง

ในปี 2562 บริษัท มีสัดส่วนยอดขายทางการตลาด (Market share) เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 36 จากปีก่อนที่มี สัดส่วนทางการตลาด ร้อยละ 32 ในขณะที่มูลค่ารวมในตลาดลดลงจากปีก่อนร้อยละ 2

ยอดขายแบ่งตามธุรกิจกระเบื้องปูพื้นและบุผนัง ในกลุ่มเซรามิค ในรอบ 3 ปี

บริษัท	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
	ยอดขาย (ล้านบาท)	%เพิ่ม(ลด) จากปีก่อน	ยอดขาย (ล้านบาท)	%เพิ่ม(ลด) จากปีก่อน	ยอดขาย (ล้านบาท)	%เพิ่ม(ลด) จากปีก่อน
DCC	8,118	1%	8,027	9%	7,363	3%
TGCI	-	-	-	-100%	1,971	-13%
RCI	1,156	18%	981	93%	507	-23%
UMI	2,275	1%	2,244	-4%	2,348	3%
COTTO	10,871	-6%	11,513	-10%	12,754	na
รวม	22,420	-2%	22,765	-9%	24,943	-1%

% สัดส่วนยอดขาย (Market Share) แบ่งตามธุรกิจกระเบื้องปูพื้นและบุผนัง ในกลุ่มเซรามิคในรอบ 3 ปี

บริษัท	ปี 2562- (%)	ปี 2561-(%)	ปี 2560-(%)
DCC	36	32	28
TGCI	-	-	8
RCI	5	5	2
UMI	10	10	10
COTTO	49	53	52
รวม	100	100	100

ที่มา : ข้อมูลผลการดำเนินงานประจำปี จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

DCC = บมจ.ไดนาสตี เซรามิค TGCI = บมจ.ไทย-เยอรมัน เซรามิค อินดัสทรี, UMI = บมจ.สหโมเสกอุตสาหกรรม,

COTTO = บมจ.เอสซีจี เซรามิกส์ (ประกอบด้วย 1.บริษัทเซรามิคอุตสาหกรรมไทย จำกัด 2. บริษัทเจมาโก จำกัด 3.บริษัทเดอะ สยาม เซรามิค กรุ๊ป อินดัสทรี

รีส์ จำกัด 4. บริษัทไฮสบู๊ท แอนด์ กรุ๊ป (2008) จำกัด และ 5.บริษัทไทย-เยอรมัน เซรามิค อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) : บริษัทเอสซีจี เซรามิกส์ จำกัด (มหาชน)

“บริษัท” เกิดจากการรวมธุรกิจโดยวิธีการควบบริษัท ซึ่งเป็นการรวมธุรกิจที่ผลิตและจัดจำหน่ายกระเบื้องเซรามิกในประเทศไทยภายใต้กลุ่มบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 บริษัท เพื่อจัดโครงสร้างองค์กรให้มีความเหมาะสมและเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานร่วมกันในแต่ละบริษัท รวมทั้งรองรับการขยายตัวของธุรกิจเซรามิกทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทมีการจดทะเบียนจัดตั้งเป็นนิติบุคคลในประเทศไทยและได้รับอนุมัติเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2561 (วันควบบริษัท)

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

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

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

2. สินค้าที่ซื้อจากบริษัทย่อยโรงงานที่ผลิตสินค้าของบริษัท ไทล์ ท็อป อินดัสตรี่ จำกัด(มหาชน) ตั้งอยู่ที่เลขที่ 3/2 หมู่ 8ถนนพหลโยธิน ตำบลหนองไช้ อำเภอหนองแค 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 4 ปี ที่ผ่านมาของบริษัทและบริษัทย่อยมีดังนี้

บริษัท	ปริมาณการผลิต (ล้านตารางเมตรต่อปี)			
	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560	ปี 2559
บริษัท ไดนาสตี เซรามิค จำกัด(มหาชน) - ผลิต	21.6	21.0	23.9	22.9
เต็มกำลังการผลิต	31.2	31.0	31.0	30.4
(ผลิตเฉพาะกระเบื้องเซรามิคปูพื้น) กำลังผลิตร้อยละ	69.3%	67.7%	77.1%	75.3%
บริษัท ไทล์ ท็อป อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) - ผลิต	30.1	30.4	27.6	31.0
เต็มกำลังการผลิต	39.0	37.9	37.4	37.5
(ผลิตกระเบื้องเซรามิคปูพื้นและบุผนัง) กำลังผลิตร้อยละ	77.3%	80.2%	73.8%	82.7%
บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน) - ผลิต	10.7	9.6	4.1	0
เต็มกำลังการผลิต	11.8	9.7	6.1	0
(ผลิตกระเบื้องเซรามิคปูพื้นและบุผนัง) กำลังผลิตร้อยละ	90.2%	99.0%	67.2%	0%
รวมผลิต	62.4	61.0	55.6	53.9
เต็มกำลังการผลิต	82.0	78.6	74.5	67.9
รวมกำลังการผลิตคิดเป็นร้อยละ	76.1%	77.6%	74.6%	79.4%

บริษัทฯ นับรวม RCI เป็นบริษัทย่อย เมื่อ 1 เมษายน 2560

การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญต่อการผลิต

- **ดิน , หินบด และแร่** ที่สั่งซื้อในประเทศ แถบจังหวัด ลำปาง, กาญจนบุรี, ราชบุรี, สิงห์บุรี, ชัยภูมิ, ปราจีนบุรี, นราธิวาส เป็นต้น ไม่มีปัญหาเรื่องขาดแคลนวัตถุดิบในระยะยาวเนื่องจากบริษัทมีแผนสำรองกรณีวัตถุดิบขาดสต็อก โดยการวิจัยพัฒนาคุณสมบัติของดินทุกประเภท เพื่อสำรองไว้ใช้หากเกิดกรณีฉุกเฉิน และอยู่ในแผนการจัดการบริหารความเสี่ยงของบริษัท
- **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 ที่มีชื่อเสียงในการผลิตกระเบื้องเซรามิคจากผู้ขายหลายรายจึง

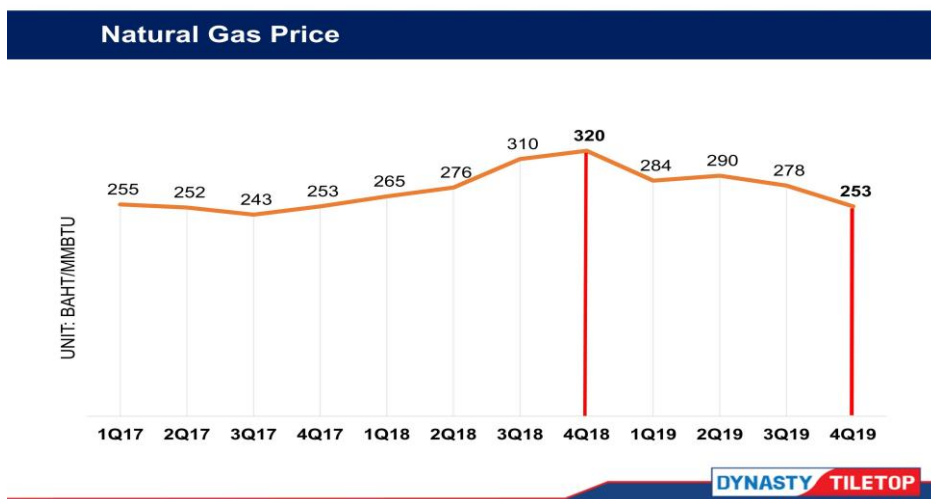
ไม่มีความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลงผู้ขาย และบริษัทมีสัมพันธภาพอันดีกับผู้ขายซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ มีแหล่งวัตถุดิบอยู่หลายแห่งทั้งในและนอกประเทศ หากมีการเปลี่ยนผู้ขายบริษัทอาจหาผู้ขายอื่นทดแทนได้โดยง่ายเพราะมีการสำรองผู้ขายวัตถุดิบไว้อยู่หลายราย อีกทั้ง บริษัทยังมีการทดลองวัตถุดิบให้กับผู้ขายรายย่อยเพื่อเป็นอีกทางเลือกในการหาแหล่งวัตถุดิบสำรองและราคาถูก 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 2017-2019



● การจัดหาที่ดินเพื่อสร้างสาขา

บริษัทมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ (ณ สิ้นปี 2562 มีจำนวนสาขา 203 สาขา) โดยมีจำนวน 62 สาขา บริษัทเป็นเจ้าของที่ดินเองคิดเป็นร้อยละ 31 ส่วนอีก ร้อยละ 69 เป็นสาขาเช่า กำหนดระยะเวลา ตั้งแต่ 1 ปี ถึง 20 ปี ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา บริษัท เริ่มมีนโยบายซื้อที่ดินเป็นของตนเอง บริษัท จึงได้ศึกษา ความเป็นไปได้ โดยตรวจสอบสภาพการณ์ตลาด และ สภาพการแข่งขัน ตลอดจนความต้องการของลูกค้าในพื้นที่เป้าหมายที่จะดำเนินการซื้อที่ดิน เน้นพื้นที่ติดถนนใหญ่สายหลัก ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง จึงต้องศึกษาอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อ

1. ทดแทนสาขาเดิม ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทมีกลุ่มฐานลูกค้าเดิมอยู่แล้ว โดยเน้นสาขาที่มียอดขายในลำดับต้นๆ หรือ มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น หลังจากนั้นบริษัท จะหาทำเลในระยะใกล้ทดแทนสาขาเดิม เพื่อไม่ให้เสียฐานลูกค้าเดิมไป

บริษัทฯ จะดำเนินการซื้อที่ดินจากเจ้าของที่ดินโดยตรง ซึ่งมีทีมพัฒนาธุรกิจ เป็นผู้ดำเนินการ พร้อมทำการเปรียบเทียบราคาที่ดินกับราคาประเมินหรือราคาตลาด เพื่อให้แน่ใจว่าที่ดินที่ซื้อจะมีราคาที่ไม่แพงเกินไป โดยมีการวางแผนและของบประมาณและผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทไว้ล่วงหน้าทุกครั้ง

2. โดยในปี 2563 บริษัทฯ ลดบรายจ่ายลงทุนในการซื้อที่ดินจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจ เน้นปรับปรุงสาขาที่ก่อสร้างต่อเนื่องมาจากปี 2562 ให้สามารถสร้างรายได้ รวมทั้งสาขาที่มีอยู่เดิมให้ใช้ประโยชน์ในพื้นที่สร้างรายได้เพิ่มให้มากที่สุด

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้ซื้อที่ดินเพิ่ม

- ❖ เพื่อขยายพื้นที่สาขาเดิมที่อยู่ระหว่างก่อสร้างจำนวน 2 แห่ง คือ สาขาอรัญประเทศ และ สาขานครปฐม
- ❖ ทดแทนสาขาเดิมที่มีพื้นที่ขนาดเล็กและไม่ต่อสัญญาเช่า 2 แห่ง คือ อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก และ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

3.ปัจจัยความเสี่ยง

หนึ่งในวัฒนธรรมองค์กรคือการบริหารและจัดการความเสี่ยงภายในและภายนอกองค์กร การที่บริษัทฯ จะเติบโตไปข้างหน้าได้อย่างยั่งยืนนั้น การบริหารและจัดการความเสี่ยงนับเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่ง ที่ผ่านมาทางบริษัทฯ ได้มีการบริหารและจัดการความเสี่ยงให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร มีการปฏิบัติตามแนวทางและนโยบายความเสี่ยงเพื่อป้องกันและลดอัตราความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทฯ รวมทั้งมีการติดตามผลการดำเนินงานเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงต่อเนื่องทั้งในระดับบริหารและปฏิบัติการ นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารและเสริมความรู้ให้ทุกหน่วยงานเข้าใจเรื่องการบริหารและจัดการความเสี่ยงผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ของทางบริษัทฯ

ในปี 2562 ทางบริษัทฯ ได้ประเมินและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งจากปัจจัยภายนอกและภายใน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของทางบริษัทฯ รวมทั้งด้านสถานะเศรษฐกิจของธุรกิจกระเบื้องเซรามิคโดยตรง ความผันผวนของราคาเชื้อเพลิงและวัตถุดิบ การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและวัฒนธรรม และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดปัจจัยความเสี่ยงให้ครอบคลุมทุกด้านที่สำคัญ และได้ประเมินความเสี่ยงและผลกระทบของปัจจัยดังกล่าว พร้อมทั้งบริหารจัดการมาตรการตอบโต้และป้องกัน เพื่อเตรียมพร้อมและลดความเสี่ยงจากผลกระทบต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นความเสี่ยง	การบริหารจัดการ
1. ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ <i>ผลกระทบ :</i> รายได้จากธุรกิจกระเบื้องเซรามิค / ต้นทุนการผลิตที่เปลี่ยนแปลง	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับเปลี่ยนแผนและนโยบายการตลาดและผลิตให้สอดคล้องกัน เพื่อแข่งขันในสถานะที่เศรษฐกิจถดถอย - ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพในทุกหน่วยงาน - ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการประเมินและปรับเปลี่ยนขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานเพื่อลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในองค์กร
2. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - ติดตามและพัฒนากระบวนการผลิต เพื่อรองรับเทคโนโลยีการผลิตที่อาจ

<p><u>ผลกระทบ</u> : สัดส่วนทางการตลาด / ต้นทุนการผลิตที่อาจเปลี่ยนแปลง</p>	<p>เปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> - นำเทคโนโลยีใหม่ เข้ามาใช้ในการพัฒนาและผลิตสินค้า - วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า - ร่วมพัฒนาและส่งเสริมให้คู่ค้าพัฒนาและปรับเปลี่ยนกระบวนการ เพื่อควบคุมต้นทุนวัตถุดิบและเตรียมพร้อมสำหรับการแข่งขันในอนาคต
<p>3. ความเสี่ยงด้านบุคลากร <u>ผลกระทบ</u> : การขาดบุคลากรที่มีความรู้และ ความสามารถตรงตามความต้องการขององค์กร</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ข้ามสายงาน และสามารถปรับเปลี่ยนการทำงานได้ทันที - นำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเพื่อให้ใช้ เพื่อลดอัตราการใช้แรงงานในกระบวนการผลิต - พัฒนา ส่งเสริม และเพิ่มศักยภาพให้พนักงาน โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ ลดค่าใช้จ่าย และลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น และสามารถลดต้นทุนขององค์กรได้ - ปรับปรุง ทบทวนกำหนดอัตราค่าจ้างและคุณสมบัติ ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และการดำเนินธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต
<p>4. ความเสี่ยงด้านการทุจริต <u>ผลกระทบ</u> : สูญเสียค่าใช้จ่าย ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดนโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน และสื่อสารให้ทุกคนในองค์กร ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใส สุจริต ซื่อสัตย์ และไม่กระทำการใดๆ เพื่อประโยชน์ของตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
<p>5. ความเสี่ยงด้านความต่อเนื่องของวัตถุดิบ <u>ผลกระทบ</u> : กระบวนการผลิตหยุดชะงักเนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินและทำงานร่วมกับคู่ค้า เพื่อศึกษาและวิจัยข้อมูลและความผันผวนของวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้กระบวนการผลิตกระเบื้องเซรามิค - วิจัยและพัฒนาวัตถุดิบทดแทนชนิดต่างๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนของวัตถุดิบ - ปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้วัตถุดิบบางชนิด โดยมุ่งเน้นที่ปรับปรุงคุณภาพหรือคงไว้ซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์
<p>6. ความเสี่ยงด้านภัยพิบัติ <u>ผลกระทบ</u> : กระบวนการผลิตหยุดชะงัก / ทรัพย์สินเสียหาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ถ้ายโอนและลดความสูญเสียจากภัยพิบัติไปยังคู่ค้า - ออกแบบและจัดทำระบบป้องกันภัยพิบัติต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น - ส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกและตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ และร่วมกันป้องกันก่อนเกิดเหตุ

การทํารว้จยและพัฒนเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ในปี 2562 บริษัท มีรายจ่ายเพื่อทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม จำนวนทั้งสิ้น 795,720 บาท ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เป็นค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและการทดลองและวิจัย ผลความสำเร็จของการวิจัยและพัฒนา ทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ประหยัดต้นทุนการผลิตด้านวัตถุดิบ และลดอัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ในรอบปี

ที่ผ่านมาทางบริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการทำวิจัยและพัฒนา เพื่อให้เกิดนวัตกรรมการผลิต เพิ่มมูลค่าสินค้า และสามารถแข่งขันในธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจหลัก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ได้แก่

4.1 ทรัพย์สินหลัก

สินทรัพย์ที่ บริษัทฯและบริษัทย่อย ใช้ในการประกอบธุรกิจหลักได้แก่ ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีมูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสม และค่าตัดจำหน่ายสะสม จำนวน 6,029 ล้านบาท

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ล้านบาท	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	เป็นเจ้าของ	1,602	DCC และ TTOP ไม่มีภาระผูกพัน
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	เป็นเจ้าของ/ อยู่บนสัญญาเช่า	3,535	RCI ตัดภาระผูกพัน ⁽¹⁾
เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	6,065	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	1,188	ไม่มีภาระผูกพัน
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	25	ไม่มีภาระผูกพัน
อาคารระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	652	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม		13,067	
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		(7,038)	
รวมที่ดินอาคารและอุปกรณ์ -สุทธิ		6,029	

⁽¹⁾โดยรวมที่ดินอาคารและอุปกรณ์-สุทธิ RCI Group ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 554 ล้านบาท ตัดภาระผูกพันจดจำนองกับสถาบันการเงินเพื่อเป็นหลักประกันกู้ยืมและวงเงินสินเชื่อ

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

➤ โปรแกรมคอมพิวเตอร์

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ล้านบาท	ภาระผูกพัน
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	เป็นเจ้าของ	81.2	ไม่ติดภาระ
หัก ค่าตัดจำหน่ายสะสม		(63.5)	
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ		17.7	

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

เงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทย่อย คิดเป็นร้อยละ 25 ของสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีดังนี้

ชื่อบริษัท	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนที่ออกและ เรียกชำระแล้ว (บาท)	มูลค่าตรา ไว้หุ้นละ (บาท)	สัดส่วน เงินลงทุน (%)	ราคาทุน (บาท)	การลงทุนใน บริษัทอื่น
บริษัทย่อย :						
บมจ.ไทล์ท็อป อินดัสตรี	300,000,000	222,000,000	10.00	96.83	109,479,530	ไม่มี
บมจ.โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม	616,839,365	616,839,365	1.00	84.88	2,100,320,984	หมายเหตุ 1
บริษัท เวลด์ไวต์ ซีรามิค จำกัด	1,000,000	1,000,000	100.00	99.93	1,063,937	ไม่มี
รวม	917,839,365	839,839,365			2,210,864,451	

* บริษัทย่อยได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2557 และอยู่ในระหว่างดำเนินการชำระบัญชี

หมายเหตุ 1: การลงทุนในบริษัทอื่น ของ บมจ.โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม (บริษัทย่อย)คิดเป็นร้อยละ 20 ของสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

ชื่อบริษัท	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนที่ออก และเรียก ชำระแล้ว (บาท)	มูลค่า ตราไว้ หุ้นละ (บาท)	สัดส่วน เงิน ลงทุน (%)	ราคาทุน (บาท)	ค่าเผื่อการ ด้อยค่า (บาท)	ราคาทุน- สุทธิ (บาท)
บริษัทย่อย :							
บริษัท โรแยลเอเชียบริคแอนด์ ไทล์ จำกัด	80,000,000	80,000,000	10.00	100.00	139,985,000	(58,275,071)	81,709,929
บริษัทรวม :							
บริษัท บ้านสมถวิล จำกัด	25,000,000	25,000,000	25.00	45.00	11,250,000	(11,250,000)	-0-
ตราสารทุนที่ไม่อยู่ในความ ต้องการของตลาด :							
บริษัท เซอมาส จำกัด	21,000,000	21,000,000	100.00	1.50	314,300	-0-	314,300
บริษัท ที.ที.ซีรามิค จำกัด (มหาชน)	600,808,896	600,808,896	1.00	8.32	50,000,000	(21,000,000)	29,000,000
รวม					201,549,300	(90,525,071)	111,024,229

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 (เก้าร้อยสิบสามล้านเก้าแสนหนึ่งหมื่นเก้าพันหนึ่งร้อยห้าสิบลบาทสิบสตางค์) แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 9,139,191,541 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท
ทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว	723,143,265.70 บาท (เจ็ดร้อยยี่สิบสามล้านหนึ่งแสนสี่หมื่นสามพันสองร้อยหกสิบบาทเจ็ดสิบสตางค์) ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 7,231,432,657 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท
ประกอบธุรกิจหลักประเภท	เป็นผู้ผลิต และจำหน่ายกระเบื้องเซรามิคปูพื้นและบุผนัง และรับซื้อกระเบื้องเซรามิคปูพื้นและบุผนังและกาวยานวาทังหมดจาก โรงงานผลิต บริษัท ไทล์ท็อป อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) (บริษัทย่อย) รวมทั้งซื้อกระเบื้องเซรามิคปูพื้นและบุผนังอีกส่วนหนึ่ง จาก โรงงานผลิต บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน) (บริษัทย่อย) นอกจากนั้นยังซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระเบื้องเซรามิค เช่น กาวยานวาท กาวซีเมนต์ บัวกาบกัลวย เป็นต้น จากผู้ค้ารายอื่นมาจำหน่าย
สำนักงานใหญ่ของบริษัท	เลขที่ 37/7 ถนนสุทธิสารวิจิตร แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กทม. 10310 โทรศัพท์ 02-276-9275-81 โทรสาร 02-276-0313-17 http://www.dynastyceramic.com
โรงงานของบริษัทใหญ่	เลขที่ 54/8 หมู่ที่ 3 ถนนสุวรรณศร ตำบลโคกแย้ อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี 18230 โทรศัพท์ 036-305914-9 โทรสาร 036-263663

บริษัทย่อย

1. บริษัท ไทล์ท็อป 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 ตำบลหนองไผ่น้ำ

อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี 18140 โทรศัพท์ 036-371815 โทรสาร
036-371111

2. บริษัท โรแยล ซีรามิค อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) โรงงานผลิตกระเบื้องปูพื้นและบุผนัง

สำนักงานใหญ่ อาคารบมจ. ไดนาสตี เซรามิค เลขที่ 37/7 ถนนสุทธิสาร
วินิจฉัย แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์ 0-2276-9275-81 โทรสาร 0-2643-0948-9

โรงงาน เลขที่ 54/7 หมู่ที่ 3 ถนนสุวรรณศร ตำบลโคกแย้ อำเภอหนองแค
จังหวัดสระบุรี 18230 โทรศัพท์ 0-3630-5249 , 0-3630-5979-81

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

72 อาคาร กสท โทรคมนาคม ชั้น 24 ถนนเจริญกรุง

แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

เลขานุการบริษัท

นางสาวคัทลียา แสงศาสตรา

โทรศัพท์ 02-276-9275-81 ต่อ 403

โทรสาร 02-276-0313-17

E-mail: Cattleya.sa@dynastyceramic.com

“ผู้ลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลของบริษัทเพิ่มเติมได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทที่แสดงไว้ใน

www.sec.or.th หรือ www.dynastyceramic.com ”