

## ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน) เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2528 ภายใต้ชื่อ บริษัท นครหลวงกระบี่และท่อ จำกัด แต่เดิม บริษัทฯ เป็นบริษัทในเครือของ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) การดำเนินงานของบริษัทฯ จึงจำกัดอยู่เพียงการเป็นผู้ผลิตกระเบื้องหลังคาและท่อให้กับบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทฯ ผ่านเครือข่ายผู้ค้าส่งของตนเอง

เมื่อบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นใหม่ ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการทำธุรกิจของกลุ่มบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) จึงได้ขายหุ้นที่ถืออยู่ในบริษัทฯ ทั้งหมดในปี 2545 ให้แก่กลุ่ม บริษัท มายเรียด วัสดุ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นในลักษณะ Holding Company เพื่อลงทุนในบริษัทโดยเฉพาะ โดยไม่ได้ประกอบธุรกิจอื่นแต่อย่างใด บริษัท มายเรียด วัสดุ จำกัด มีกลุ่มนายชัยยุทธ ศรีวิกรม์ กลุ่มนายประกิต ประทีปะเสน และกลุ่มคุณหญิงศศิมา ศรีวิกรม์ เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ยกเลิกการผลิตท่อซีเมนต์ใยหินซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักเดิมของบริษัทฯ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเริ่มไม่เป็นที่ต้องการของตลาด กระเบื้องหลังคาจึงเป็นผลิตภัณฑ์หลักแต่เพียงอย่างเดียวของบริษัทฯ ดังนั้น ในวันที่ 3 เมษายน 2544 บริษัทฯ จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท กระเบื้องหลังคาตราเพชร จำกัด ซึ่งในปัจจุบันเป็นหนึ่งในผู้ผลิตและจำหน่ายกระเบื้องหลังคา รายใหญ่ของประเทศไทย และบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2547 หลังจากนั้นเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2548 ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ให้นำหุ้นสามัญเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2548 ได้มีการซื้อขายหลักทรัพย์ครั้งแรก โดยใช้ชื่อย่อว่า “DRT” โดยบริษัทฯ เริ่มมีการผลิตสินค้าหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ใหม่และรองรับกับการขยายธุรกิจในอนาคต ซึ่งภาพรวมต้องมีความร่วมสมัย ความน่าเชื่อถือ ความเป็นสากล และสามารถใช้ได้กับหลากหลายธุรกิจนอกเหนือจากกระเบื้องหลังคา โดยยังคงความเป็น “ตราเพชร” อยู่ด้วย เพราะว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไม่ใช่กระเบื้องอย่างเดียว บริษัทฯ จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น **บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน)** เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2554

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลังคา แผ่นผนังและฝ้า ไม้สังเคราะห์ รวมทั้งสินค้าประกอบการติดตั้งหลังคาและสินค้าโครงสร้างของบ้านพร้อมให้บริการถอดแบบและติดตั้งหลังคา ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตราเพชร ตราหลังคา ตราอดามัส และตราเจียรไน ประกอบด้วย 5 กลุ่มหลัก

1. **กลุ่มผลิตภัณฑ์หลังคา** แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้
  - 1.1 กลุ่มหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ ได้แก่ กระเบื้องลอนคู่ กระเบื้องลอนเล็ก กระเบื้องจตุลอน กระเบื้องเจียรไน และครอบ เป็นต้น
  - 1.2 กลุ่มหลังคาคอนกรีต ได้แก่ กระเบื้องคอนกรีตแบบลอน “CT เพชร” “CT เวนิส” และกระเบื้องคอนกรีตแบบเรียบ “อดามัส” และครอบ เป็นต้น
2. **กลุ่มผลิตภัณฑ์แผ่นผนังและฝ้า** ได้แก่ แผ่นผนัง แผ่นฝ้า “ไดมอนด์บอร์ด” และอิฐมวลเบา “ไดมอนด์บล็อก” คานทับหลังสำเร็จรูป “ไดมอนด์ ลินเทล” และครีวสำเร็จรูป “ไดมอนด์แคนเตอร์” เป็นต้น
3. **กลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้สังเคราะห์** ได้แก่ ไม้ฝ้า ไม้ระแนง ไม้เชิงชาย ไม้รั้ว และไม้พื้น เป็นต้น
4. **กลุ่มสินค้าพิเศษ** ซึ่งประกอบด้วย 2 กลุ่มสินค้า ดังนี้
  - 4.1 กลุ่มสินค้าประกอบการติดตั้งหลังคา ได้แก่ ฉนวนกันความร้อน แผ่นสะท้อนความร้อน แผ่นปิดชายกันนก สีทาปูนทราย รวมทั้งกลุ่มหลังคาเหล็กเคลือบหินภูเขาไฟ “DECRA” เป็นต้น
  - 4.2 กลุ่มสินค้าโครงสร้างของบ้าน ได้แก่ โครงหลังคาสำเร็จรูป โครงโศแป และแผ่นยิปซัมบอร์ด เป็นต้น
5. **การให้บริการถอดแบบและบริการติดตั้งระบบหลังคา** ประกอบด้วยโครงหลังคาสำเร็จรูป หลังคาและกลุ่มไม้สังเคราะห์ จากทีมงานที่มีความชำนาญและทีมติดตั้งที่ผ่านการฝึกอบรมและทดสอบจากบริษัทฯ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า เมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการติดตั้งของบริษัทฯ จะได้รับการติดตั้ง และบริการหลังการขายอย่างมีประสิทธิภาพ สรุปได้ดังนี้

5.1 การให้บริการติดตั้งจากส่วนกลาง ประจำที่โรงงานสระบุรี เป็นช่างที่มีความชำนาญโดยปกติจะติดตั้งงานโครงการบ้านจัดสรรต่างๆ เป็นต้น

5.2 การให้บริการติดตั้งส่วนท้องถิ่น ประจำร้านตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ โดยช่างท้องถิ่นต้องผ่านการฝึกอบรมและทดสอบ ความรู้และทักษะการติดตั้งหลังคา โครงหลังคา และกลุ่มไม้สังเคราะห์ อย่างมืออาชีพ สามารถนำไปแนะนำให้ความรู้ กับกลุ่มช่างรายอื่นๆ ในท้องถิ่นได้ เป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้คนในชุมชนโดยรอบ รวมทั้งแนะนำวิธีการควบคุมการกำจัดเศษที่เกิดขึ้นจากการใช้งานได้อย่างถูกวิธี เป็นการช่วยลดมลพิษในอากาศได้อีกวิธีหนึ่ง

## 1.1 นโยบายและทิศทางของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีแผนกลยุทธ์ในการสร้างการเติบโตและผลกำไรอย่างยั่งยืน สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่เพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าและสังคม ผ่านกระบวนการทำงานที่เน้นคุณภาพและความคล่องตัวให้กับบริษัทฯ รวมทั้งสนับสนุนวัฒนธรรมการเรียนรู้และพัฒนาของพนักงาน จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กร เป้าหมาย และกลยุทธ์ ดังนี้

### วิสัยทัศน์

“เป็นทางเลือกที่ดีกว่าด้านวัสดุก่อสร้างและบริการ”

### พันธกิจ

เราอยู่ในธุรกิจของการผลิต การจัดจำหน่าย รวมถึงการให้บริการเกี่ยวกับ กระเบื้องหลังคา ผนัง และอุปกรณ์ประกอบ เราเชื่อว่าการประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม จะเป็นพื้นฐานตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า พนักงาน สังคม และผู้ถือหุ้นของเรา สู่ความสำเร็จต่อพันธกิจของเรา

#### สำหรับลูกค้า

เราจะส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและการออกแบบที่แตกต่างกันอย่างมีคุณค่าในราคาที่แข่งขันได้ โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตลอดจนให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้า ด้วยช่องทางจัดจำหน่ายที่แข็งแกร่ง และระบบการบริหารจัดการที่มีความสามารถของเรา

#### สำหรับพนักงาน

เราจะสร้างและส่งเสริมสภาพแวดล้อมแห่งการเรียนรู้ และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน รวมถึงครอบครัวของพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาศักยภาพได้อย่างเต็มความสามารถ

#### สำหรับสังคม

เราจะให้การสนับสนุนช่วยเหลือสังคมที่เราอยู่ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยตระหนักว่า สังคมของเราเป็นกลไกสำคัญ ที่จะช่วยส่งเสริมผลักดันให้กิจการของบริษัทฯ คงอยู่และเติบโตอย่างยั่งยืน

#### สำหรับผู้ถือหุ้น

เราจะสร้างผลตอบแทนด้านการเงินที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคง

### ค่านิยมองค์กร

เราจะขยัน ตั้งใจทำงาน ด้วยความรับผิดชอบต่อ มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จและความเป็นเลิศ เพื่อรักษาสมดุลของผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม ทำงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และโปร่งใส ส่งเสริมการเรียนรู้ แบ่งปัน และพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อความแตกต่างที่ดีกว่า รวมทั้งการดูแลเอาใจใส่สังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เพื่อการสร้างความค้ำอย่างยั่งยืน

มุ่งมั่น

โปร่งใส

ไม่พัฒนา

รักษาสีสิ่งแวดล้อม

โดยใช้ตัวย่อ “D-BUILDS” มีคำจำกัดความว่า “มุ่งมั่น โปร่งใส ไม่พัฒนา รักษาสิ่งแวดล้อม” ซึ่งมีความหมายดังนี้



Diligence	Balance	Unity	Integrity	Learning	Differentiation	Social Responsibility
มุ่งมั่นสู่ ความสำเร็จและ ความเป็นเลิศ ด้วยความ รับผิดชอบ ขยัน และตั้งใจทำงาน	ตั้งมั่นรักษา สมดุลของ ผลประโยชน์ ของผู้มีส่วน ได้เสียทุกฝ่าย อย่างเป็นธรรม	เชื่อมั่นว่า ความเป็น อันหนึ่ง อันเดียวกัน จะนำไปสู่ ความสำเร็จ	ยึดมั่นความ ซื่อสัตย์ สุจริตและ โปร่งใส จะนำไปสู่ ความเป็นเลิศ	ส่งเสริมการเรียนรู้ และแบ่งปัน เพื่อ เป็นคนเก่งและ เป็นคนดีเป็นที่ ยอมรับของสังคม	พัฒนาอย่างไม่ หยุดยั้งเพื่อความ แตกต่างที่ดีกว่า	ดูแลเอาใจใส่ สังคม ชุมชนและ สิ่งแวดล้อมเพื่อ การสร้างคุณค่า อย่างยั่งยืน

## วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลัก

คณะกรรมการบริษัท กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัท โดยคำนึงถึงรูปแบบธุรกิจ ที่สามารถสร้างคุณค่าให้แก่บริษัท ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และสังคมโดยรวม โดยได้พิจารณาถึงสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงต่างๆ การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้อย่างเหมาะสม ตามความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย ความพร้อม ความชำนาญ และความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ดังนี้

### • วัตถุประสงค์

1. บริษัทฯ จะเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลังคา แผ่นผนังและฝ้า ไม้สังเคราะห์ รวมทั้งสินค้าประกอบการติดตั้งหลังคาและสินค้าโครงสร้างของบ้าน พร้อมให้บริการถอดแบบและติดตั้งหลังคา ภายใต้อาคารพาณิชย์การค้า ตราเพชร ตราหลังคา ตราอดามัส และตราเจียระไน รวมทั้งการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเป็นทางเลือกที่ดีกว่าด้านวัสดุก่อสร้างและบริการ
2. บริษัทฯ จะดำเนินธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขันและมีผลประกอบการที่ดี เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน
3. บริษัทฯ จะประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความโปร่งใส เคารพสิทธิและมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทำประโยชน์ต่อสังคมและลดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ภายใต้สภาพแวดล้อมและปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้กิจการดำรงอยู่ได้ในระยะยาว
4. บริษัทฯ จะส่งเสริมการสื่อสาร และเสริมสร้างให้วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัทฯ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจและการดำเนินงานของพนักงานทุกระดับ จนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร

- เป้าหมายหลัก



## ● รูปแบบธุรกิจ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลังคา แผ่นผนังและฝ้า ไม้สังเคราะห์ รวมทั้งสินค้าประกอบการติดตั้งหลังคาและสินค้าโครงสร้างของบ้านพร้อมให้บริการถอดแบบและติดตั้งหลังคา ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตราเพชร ตราหลังคา ตราอดามัส และตราเจียระไน ซึ่งมีรูปแบบธุรกิจดังนี้



## กลยุทธ์และแผนงานประจำปี

คณะกรรมการบริษัทฯ กำกับดูแลให้มั่นใจการดำเนินงานของบริษัทฯ บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลัก โดยการกำหนดแผนงานและกลยุทธ์ในระยะเวลาปานกลาง และ/หรือประจำปี ให้สอดคล้องกับการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัทฯ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องตลอดสาย Value Chain ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตมาใช้ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยยังคงอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการถ่ายทอดวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลัก ตลอดจนกลยุทธ์และแผนงานให้ทั่วทั้งองค์กรและติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามกลยุทธ์และแผนงานประจำปี อย่างสม่ำเสมอ

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงานในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

### ปี 2560

- ธันวาคม
- เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2560 เปิดสายการผลิตโครงหลังคาสำเร็จรูป (Truss) เพื่อขายเชิงพาณิชย์ โดยใช้เงินทุนทั้งสิ้น 9.53 ล้านบาท
  - เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2560 การประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 308 ได้มีมติแต่งตั้งนายสาธิต สุดบรรทัด เป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (ปัจจุบันตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ) แทนนายอัสนี ชันทอง ที่เกษียณอายุ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2561 เป็นต้นไป รวมทั้งมีมติแต่งตั้งคณะกรรมการเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิต ให้เป็นคณะกรรมการชุดย่อย โดยมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านเทคโนโลยีการผลิต ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต รวมทั้งกำหนดแผนงานด้านนวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อรองรับการแข่งขันในอนาคต โดยให้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2561 เป็นต้นไป

### ปี 2561

- เมษายน
- เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2561 ด้วยที่ประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 33 (ประจำปี 2561) ได้มีมติอนุมัติการลดทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จำนวน 99,996,200 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 1,047,958,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 947,961,800 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 947,961,800 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยวิธีการตัดหุ้นซื้อคืนที่ยังไม่ได้จำหน่าย ตามโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อการบริหารทางการเงิน และแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิ ข้อ 4 ของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องกับการลดทุนจดทะเบียน ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนลดทุนจดทะเบียน และแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิ ข้อ 4 ของบริษัทฯ กับกระทรวงพาณิชย์ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2561

### ปี 2562

- มีนาคม
- เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ได้มีมติอนุมัติให้ลงทุนในโครงการสายการผลิตไฟเบอร์ซีเมนต์ (NT-11) ขนาดกำลังการผลิต 55,000 ตันต่อปี ณ โรงงานสระบุรี โดยใช้งบประมาณการลงทุนประมาณ 400 ล้านบาท เนื่องจากปัจจุบันบริษัทฯ ใช้อัตราการผลิตมากกว่าร้อยละ 90
- มิถุนายน
- เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ได้มีมติแต่งตั้งผู้บริหารรายใหม่ในตำแหน่งผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการผู้จัดการ จำนวน 2 คน โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2562 ได้แก่
    - นายสุนทร สุวรรณเจตต์ ผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายการผลิตและวิศวกรรม และกรรมการผู้จัดการ
    - นางสาวพิชญนันท์ ลอวรลักษณ ผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายการขายและการตลาด และกรรมการผู้จัดการ



### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

คณะกรรมการบริษัทฯ กำหนดนโยบายและการดำเนินงานของบริษัทย่อยและกิจการอื่นที่บริษัทไปลงทุนอย่างมีนัยสำคัญในระดับที่เหมาะสมกับกิจการแต่ละแห่ง ดังนี้

1. คณะกรรมการบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายกำกับดูแลบริษัทย่อย ดังนี้
  - 1.1 คณะกรรมการบริษัทฯ เป็นผู้แต่งตั้งบุคคลไปดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อย โดยกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้มีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับบริษัทใหญ่
  - 1.2 กำหนดขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคคลที่เป็นตัวแทนของบริษัทฯ ตามข้อ 1.1 และให้ปฏิบัติเป็นไปตามนโยบายของบริษัทย่อย รวมทั้งในกรณีที่บริษัทย่อยมีผู้ร่วมลงทุนอื่น ตัวแทนก็ควรทำหน้าที่อย่างดีที่สุด เพื่อผลประโยชน์ของบริษัทย่อย และให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทใหญ่
  - 1.3 กำหนดระบบการควบคุมภายในและระบบการบริหารความเสี่ยงของบริษัทย่อยที่เหมาะสม เพียงพอ และรัดกุม เพื่อให้การทำรายการต่างๆ เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
  - 1.4 กำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลฐานะการเงินและผลการดำเนินงานการทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน การทำรายการอื่นที่สำคัญ การเพิ่มทุน การลดทุน และการเลิกบริษัทย่อย เป็นต้น
2. กำหนดหลักเกณฑ์การเข้าร่วมลงทุนในกิจการอื่นอย่างมีนัยสำคัญ เช่น มีสัดส่วนการถือหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงตั้งแต่ร้อยละ 20 แต่ไม่เกินร้อยละ 50 และจำนวนเงินลงทุนหรืออาจต้องลงทุนเพิ่มเติมมีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ ในกรณีที่จำเป็นคณะกรรมการบริษัทฯ กำหนดให้จัดทำ Shareholders' agreement หรือข้อตกลงอื่น เพื่อให้เกิดความชัดเจนเกี่ยวกับอำนาจในการบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องสำคัญ
3. ติดตามผลการดำเนินงานบริษัทย่อย เพื่อสามารถใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำงบการเงินรวมของบริษัทฯ ได้ตามมาตรฐานและเวลาที่กำหนด

บริษัทฯ มีการลงทุนในบริษัทย่อยซึ่งถือหุ้นทางตรง ในสัดส่วนที่เกินกว่าร้อยละ 50 ของทุนที่ชำระแล้ว จำนวน 1 บริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริษัท ไดมอนด์ วัสดุ จำกัด (จดทะเบียนในประเทศไทย)



สถานที่ตั้ง

สำนักงานใหญ่ : เลขที่ 408/163-165 อาคารสำนักงานพหลโยธินเพลส ชั้น 40 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : 0 2619 0742 โทรสาร : 0 2619 0488

สำนักงานสาขา : เลขที่ 263 หมู่ที่ 10 ตำบลแม่แฝก อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50290  
โทรศัพท์ : 0 3622 4171-8 โทรสาร : 0 3622 4187

**ประเภทธุรกิจ** : เป็นผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อัฐมวอลเบา

ทุนจดทะเบียน : หนึ่งล้านสองแสนบาท หนึ่งหมื่นบาทต่อหุ้น รวมมูลค่า 200,000,000 บาท

พื้นที่ชำระแล้ว : หินสามัญ 2,000,000 หิน มลคานหินที่ตราไวหนละ 100 บาทต่อหิน รวมมลค 200,000,000 บาท

การถือหุ้นของบริษัทฯ : หุ้นสามัญ 1,999,995 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาทต่อหุ้น รวมมูลค่า 199,999,500 บาท คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นทางตรงร้อยละ 99.99 ของทุนที่ชำระแล้ว

### ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ไดมอนด์ วัสดุ จำกัด เป็นบริษัทย่อยที่จดทะเบียนในประเทศไทย โดยบริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน) (บริษัทใหญ่) ถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของทุนที่ชำระแล้ว ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อัญมณีพลอย โดยมีโรงงานผลิต ตั้งอยู่ที่อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ขนาดกำลังการผลิต 50,000 ตันต่อปี โดยใช้ปณิธิเมนต์ และทรายเป็นวัตถุดิบหลัก

## โครงสร้างการบริหารจัดการ

โครงสร้างการบริหารจัดการของบริษัทย่อย ประกอบด้วย คณะกรรมการบริษัทย่อย ผู้จัดการโรงงาน โดยมีสายงานด้านการผลิต และสายงานด้านการควบคุมคุณภาพ และหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ ที่เพียงพอเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดสรุปได้ดังนี้

1. คณะกรรมการบริษัทย่อย

คณะกรรมการบริษัทย่อย ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่างๆ ที่มีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ มีภาวะผู้นำ มีวิสัยทัศน์ มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจ อุดมคติเวลาและพยายามอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบ ระมัดระวัง และซื่อสัตย์สุจริต เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทย่อย ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 คณะกรรมการบริษัทย่อย มีจำนวน 3 คน ประกอบด้วยกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทใหญ่

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	การประชุมคณะกรรมการบริษัทย่อย (ครั้ง)	
		ปี 2562	ปี 2561
1. นายสาธิต สูดบรรทัด	ประธานกรรมการ	8/8	4/4
2. นายไมตรี ถาวรธวัชสิน	กรรมการ	8/8	4/4
3. นางสาวรณกานต์ พันธาริรัตน์	กรรมการและเลขานุการ	8/8	4/4

กรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อแทนบริษัทย่อย คือ กรรมการสองคนลงลายมือชื่อร่วมกัน และประทับตราสำคัญของบริษัทย่อย

บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทฯ สรรพสาระสำคัญได้ดังนี้

1. กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ เป้าหมาย แผนงาน และงบประมาณประจำปี ตลอดจนกำกับดูแลการบริหารงานของกรรมการ และผู้จัดการโรงงานให้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดกับบริษัทย่อยและผู้ถือหุ้น โดย กำหนดให้มีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

2. กำหนดให้มีระบบการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง ระเบียบปฏิบัติ อำนาจในการอนุมัติทางการเงิน และการจัดซื้อจัดจ้างที่เหมาะสมและเพียงพอ



3. กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของผู้จัดการโรงงาน และแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเฉพาะเรื่องตามความจำเป็น รวมทั้งกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการชุดย่อย ตามความเหมาะสมเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

4. แต่งตั้งเลขาธิการคณะกรรมการบริษัทย่อย และกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ ให้เป็นผู้ประสานงานระหว่างผู้จัดการโรงงาน กรรมการ และผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อย มีหน้าที่จัดประชุมและบันทึกถ้อยแถลงการประชุมผู้ถือหุ้นและคณะกรรมการบริษัทย่อย

## 2. ผู้จัดการโรงงาน

**บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้จัดการโรงงาน สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้**

มีหน้าที่ในการบริหารงานประจำวัน ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ นโยบาย เป้าหมายที่กำหนด ภายใต้กรอบอำนาจที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

### การควบคุมภายใน

คณะกรรมการ ก.ต.ส. ของบริษัทใหญ่ ทำหน้าที่สอบทานการดำเนินงานให้ถูกต้องตามนโยบายและระเบียบข้อบังคับของบริษัทย่อย ตลอดจนกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติและข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล ส่งเสริมให้พัฒนาระบบรายงานทางการเงินและบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชีที่รับรองทั่วไป รวมทั้งสอบทานให้บริษัทย่อย มีระบบการควบคุมภายใน ระบบตรวจสอบภายใน และระบบบริหารความเสี่ยงที่รัดกุม เหมาะสม ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอให้เกิดความโปร่งใส ตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดแนวทางการตรวจสอบตามมาตรฐานสากล

### การบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการ ก.บ.ส. ของบริษัทใหญ่ ทำหน้าที่ในการประเมินความเสี่ยงของบริษัทย่อย เพื่อให้มีความมั่นใจว่าความเสี่ยงของบริษัทย่อย ได้มีการจัดการและมีแนวทางการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต กำกับดูแล แก้ไข และติดตามผลการจัดการกับความเสี่ยงที่ไม่สามารถยอมรับได้ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าบริษัทย่อยมีกรอบการบริหารความเสี่ยงที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ

### รายการระหว่างกัน

ในรอบปี 2562 บริษัทย่อย มีการทำธุรกรรมที่สำคัญกับบริษัทใหญ่ โดยบริษัทใหญ่ถือหุ้นในบริษัทย่อย 99.99% และมีกรรมการร่วมกัน 3 คน รายการดังกล่าวจึงถือเป็นรายการระหว่างกัน แต่เป็นไปตามเงื่อนไขและเกณฑ์ที่ตกลงร่วมกันตามปกติธุรกิจ ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

- **การซื้อขายอิฐมวลเบา** บริษัทใหญ่มีการซื้อขายอิฐมวลเบาจำนวน 61,999.62 ตัน มูลค่าประมาณ 146.83 ล้านบาท โดยมีนโยบายการกำหนดราคาเป็นไปตามปกติธุรกิจ

#### เหตุผลและความจำเป็น

เนื่องจากบริษัทใหญ่ ได้จัดตั้งบริษัทย่อย เพื่อเป็นฐานการผลิตและจำหน่ายอิฐมวลเบาในภาคเหนือ ดังนั้นจึงเป็นการดำเนินธุรกิจตามปกติและตามเงื่อนไขการค้าโดยทั่วไป เพื่อให้มีสินค้าเพียงพอต่อการขายและส่งมอบให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วในภาคเหนือ ฉะนั้นแนวโน้มการซื้อขายอิฐมวลเบาระหว่างกันจึงมีความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจในอนาคต

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลังคา แผ่นผนังและฝ้า ไม้สังเคราะห์ รวมทั้งสินค้าประกอบการติดตั้งหลังคาและสินค้าโครงสร้างของบ้านพร้อมให้บริการถอดแบบและติดตั้งหลังคา ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตราเพชร ตราหลังคา ตราดามัส และตราเจียรไน ประกอบด้วย 5 กลุ่มหลัก

1. **กลุ่มผลิตภัณฑ์หลังคา** แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1.1 กลุ่มหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ ได้แก่ กระเบื้องลอนคู่ กระเบื้องลอนเล็ก กระเบื้องจตุลอน กระเบื้องเจียรไน และครอบ เป็นต้น

1.2 กลุ่มหลังคาคอนกรีต ได้แก่ กระเบื้องคอนกรีตแบบลอน “CT เพชร” “CT เวนิส” และกระเบื้องคอนกรีตแบบเรียบ “อตามัส” และครอบ เป็นต้น

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์แผ่นผนังและฝ้า ได้แก่ แผ่นผนัง แผ่นฝ้า “ไดมอนต์บอร์ด” อิฐมวลเบา “ไดมอนต์บล็อก” คานทับหลังสำเร็จรูป “ไดมอนต์ ลินเทิล” และครีวสำเร็จรูป “ไดมอนต์เคาน์เตอร์” เป็นต้น

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้สังเคราะห์ ได้แก่ ไม้ฝา ไม้ระแนง ไม้เชิงชาย ไม้รั้ว และไม้พื้น เป็นต้น

4. กลุ่มสินค้าพิเศษ ซึ่งประกอบด้วย 2 กลุ่มสินค้า ดังนี้

4.1 กลุ่มสินค้าประกอบการติดตั้งหลังคา ได้แก่ ฉนวนกันความร้อน แผ่นสะท้อนความร้อน แผ่นปิดชายกันนก สีทาปูนทราย รวมทั้งกลุ่มหลังคาเหล็กเคลือบหินภูเขาไฟ “DECRA” เป็นต้น

4.2 กลุ่มสินค้าโครงสร้างของบ้าน ได้แก่ โครงหลังคาสำเร็จรูป โครงโอสถ แป และแผ่นยิปซัมบอร์ด เป็นต้น

5. การให้บริการถอดแบบและบริการติดตั้งระบบหลังคา ประกอบด้วยโครงหลังคาสำเร็จรูป หลังคาและกลุ่มไม้สังเคราะห์ จากทีมงานที่มีความชำนาญและทีมติดตั้งที่ผ่านการฝึกอบรมและทดสอบจากบริษัทฯ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าเมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการติดตั้งของบริษัทฯ จะได้รับบริการติดตั้ง และบริการหลังการขายอย่างมีประสิทธิภาพ สรุปได้ดังนี้

5.1 การให้บริการติดตั้งจากส่วนกลาง ประจำที่โรงงานสระบุรี เป็นช่างที่มีความชำนาญโดยปกติจะติดตั้งงานโครงการ บ้านจัดสรรต่างๆ เป็นต้น

5.2 การให้บริการติดตั้งส่วนท้องถิ่น ประจำร้านตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ โดยช่างท้องถิ่นต้องผ่านการฝึกอบรมและทดสอบ ความรู้และทักษะการติดตั้งหลังคา โครงหลังคา และกลุ่มไม้สังเคราะห์ อย่างมืออาชีพ สามารถนำไปแนะนำให้ความรู้กับกลุ่มช่างรายอื่นๆ ในท้องถิ่นได้ เป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้คนในชุมชนโดยรอบ รวมทั้งแนะนำวิธีการควบคุมการกำจัดเศษที่เกิดขึ้นจากการใช้งานได้อย่างถูกวิธี เป็นการช่วยลดมลพิษในอากาศได้อีกวิธีหนึ่ง

## โครงสร้างรายได้

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา

ผลิตภัณฑ์และบริการ	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560 *	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายและการให้บริการ						
1. รายได้จากการขายสินค้า	4,326.94	91.14%	3,948.85	91.21%	3,825.51	91.71%
1.1 ผลิตภัณฑ์หลังคา	2,232.40	47.02%	2,018.02	46.61%	2,030.59	48.68%
1.2 ผลิตภัณฑ์แผ่นผนังและฝ้า	742.69	15.65%	747.51	17.27%	717.70	17.21%
1.3 ผลิตภัณฑ์ไม้สังเคราะห์	838.52	17.66%	771.57	17.82%	729.96	17.50%
1.4 สินค้าพิเศษ	513.33	10.81%	411.75	9.51%	347.26	8.32%
2. รายได้จากการให้บริการ	420.61	8.86%	380.50	8.79%	345.62	8.29%
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	4,747.55	100.00%	4,329.35	100.00%	4,171.13	100.00%

หมายเหตุ : \* รายได้จากการขายและการให้บริการปี 2560 เป็นรายได้ก่อนปรับตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า (IFRS15) ซึ่งมีผลบังคับใช้กับงบการเงินปี 2561 เป็นต้นไป

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 2.2.1 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

โดยภาพรวมธุรกิจก่อสร้างภาคเอกชนในปี 2562 ยังมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง รวมถึงภาวะเศรษฐกิจและความกังวลของผู้ประกอบการเกี่ยวกับกำลังซื้อภายในประเทศที่ชะลอตัว โดยเฉพาะภาคอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นที่อยู่อาศัยระดับกลาง-ล่าง ทำให้ผู้ประกอบการมีความระมัดระวังการขึ้นโครงการใหม่ๆ และปัจจัยทางการเมืองที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุน สำหรับปัจจัยบวก เช่น การออก พ.ร.บ. ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งได้ออกในปี 2562 แต่มีผลบังคับใช้ปี 2563 จะช่วยกระตุ้นให้เจ้าของที่ดินนำที่ดินเปล่าที่เก็บสะสมไว้มากใช้ประโยชน์เพื่อลดภาระการจ่ายภาษี และตลาดซ่อมแซมบ้านเรือน ที่เพิ่มขึ้นจาก 30% เป็น 40% ของมูลค่าตลาดรวมวัสดุก่อสร้าง รวมทั้งการเกิดอุทกภัยในหลายพื้นที่ ทำให้ความต้องการวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น

สำหรับการสื่อสารองค์กรและสื่อสารการตลาด มุ่งเน้นการสื่อสารตราสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคในประเทศรับรู้ “ตราเพชร” พร้อมสโลแกน “คุณภาพเคียงคู่บ้านคุณ ผลิตภัณฑ์ตราเพชร แกร่ง ทน สมชื่อ” และตราสินค้า “DIAMOND” ในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งยังคงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แคมเปญ “สวยครบเซต ตราเพชรทั้งหลัง” เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นผู้ผลิตสินค้าที่ครอบคลุมทั้งระบบหลังคา ผนัง และพื้น ที่สามารถนำมาก่อสร้างและตกแต่งบ้านให้สวยงามได้ทั้งหลัง โดยการสื่อสารแคมเปญดังกล่าวควบคู่ไปกับมาสคอต “น้องเพชร” ผ่านทั้งช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์ ดิจิตอลทีวี และการสื่อสารออนไลน์ที่ได้พัฒนาขึ้น เช่น Facebook, Youtube, Instagram ภายใต้ชื่อ @DiamondBrandOfficial และพัฒนาเว็บไซต์ [www.dbp.co.th](http://www.dbp.co.th) ที่แสดงผลข้อมูลรวม 6 ภาษา ได้แก่ ไทย อังกฤษ พม่า เวียดนาม กัมพูชา และจีน รวมถึงการพัฒนา Mobile Application ภายใต้ชื่อ “Diamond Brand” ในระบบปฏิบัติการ Android และ iOS เพื่อเป็นการสื่อสารการใช้งานสินค้าอย่างถูกวิธี ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี

สำหรับช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ได้จัดโครงการ DIAMOND Architect Contest 2019 ซึ่งเริ่มจัดครั้งแรกในปี 2016 โดยในปีนี้นอกจากจะเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมออกแบบบ้านที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แล้ว ยังเปิดโอกาสให้สถาปนิกมืออาชีพร่วมส่งผลงานอีกด้วย โดยกำหนดให้ออกแบบบ้านเดี่ยวชั้นเดียว พื้นที่ใช้สอยไม่เกิน 70 ตารางเมตร บนที่ดิน 50 ตารางวา ใช้งบก่อสร้าง (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 1 ล้านบาท สอดคล้องกับโครงการ “บ้านล้านหลัง” ของภาครัฐ ด้วยแนวคิด “Strong & Stylish : Reasonable Price & High Quality” ซึ่งเงินรางวัลรวมมูลค่ากว่า 200,000 บาท

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดการอบรมพัฒนาตัวแทนจำหน่ายและผู้รับเหมาในประเทศให้มีศักยภาพเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงกิจกรรมการฝึกอบรมทั้งปี จำนวน 221 ครั้ง โดยมีผู้เข้าอบรมรวม 1,935 คน และสนับสนุนร้านค้าในการจัดแสดงสินค้าในร้านให้ทันสมัย เป็นระเบียบ และสะอาดเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า

สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม มีการแข่งขันด้านการพัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะในสินค้ากลุ่มแฟชั่นและสินค้าทดแทนไม้ ขณะที่ยังมีกำลังการผลิตส่วนเกินทำให้ผู้ผลิตทุกรายมุ่งเน้นการรักษาสถานตลาด มีผลให้ทิศทางการแข่งขันยังคงมีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง

## 2. ภาวะการแข่งขันในตลาดในประเทศ

ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และผู้ผลิตรายใหม่ยังเน้นใช้กลไกด้านราคาคัดดินตลาด ส่งผลให้การแข่งขันด้านราคามีความรุนแรง ขณะที่มีการผลิตส่วนเกิน และสินค้าทดแทนที่ผู้บริโภคให้ความนิยมเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีการพัฒนา รูปแบบและสีสันทที่สวยงาม รวมทั้งการติดตั้งรวดเร็ว เช่น หลังคาเหล็ก (Metal Sheet) ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

มูลค่าส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศประจำปี 2561 มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ประกอบการ (หน่วย : ล้านบาท)	ยอดขาย ปี 2561	
	มูลค่า	สัดส่วน
1. กลุ่มปูนซีเมนต์ไทย	12,037.33	46.91%
2. กลุ่มมหพันธ์	6,152.84	23.98%
3. ผลิตภัณฑ์ตราเพชร	4,401.35	17.15%
4. กลุ่มกฤษณ์ (กระเบื้องโอฟาร์)	844.30	3.29%
5. คอนวูด	1,065.45	4.15%
6. กระเบื้องหลังคาเซรามิคไทย	1,159.59	4.52%
<b>รวม</b>	<b>25,660.86</b>	<b>100.00%</b>

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

### 3. ภาพการแข่งขันตลาดต่างประเทศ

ในปี 2562 มูลค่าการส่งออกกระเบื้องหลังคา ไม้สังเคราะห์ แผ่นผนัง และฝ้า จากประเทศไทยไปยังตลาดต่างประเทศ 6,533.75 ล้านบาท ลดลง 2.18% จากปี 2561 ซึ่งแยกตามสินค้าและประเทศคู่ค้าได้ดังนี้

**มูลค่าการส่งออกสินค้าวัสดุก่อสร้าง มีรายละเอียดดังนี้**

รายการสินค้า (หน่วย : ล้านบาท)	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560
1. กระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์	1,000.07	1,157.72	1,158.66
2. กระเบื้องคอนกรีต	813.68	772.75	655.04
3. แผ่นผนังและฝ้า	4,345.18	4,432.61	3,891.90
4. ไม้สังเคราะห์	374.82	316.61	333.70
<b>รวมมูลค่าส่งออก</b>	<b>6,533.75</b>	<b>6,679.69</b>	<b>6,039.29</b>
<b>อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น (ลดลง) (%)</b>	<b>(2.18%)</b>	<b>10.60%</b>	<b>10.79%</b>

ที่มา : กรมศุลกากร

### ประเทศคู่ค้า

ประเทศคู่ค้า (หน่วย : ล้านบาท)	กระเบื้อง ไฟเบอร์ซีเมนต์	สัดส่วน	กระเบื้อง คอนกรีต	สัดส่วน	แผ่นผนัง และฝ้า	สัดส่วน	ไม้ สังเคราะห์	สัดส่วน
1. ฟิลิปปินส์	19.29	1.93%	13.39	1.65%	1,204.75	27.73%	8.20	2.19%
2. พม่า	17.28	1.73%	20.93	2.57%	1,021.48	23.51%	63.15	16.85%
3. กัมพูชา	206.90	20.69%	431.04	52.97%	325.76	7.50%	38.17	10.18%
4. ลาว	442.75	44.27%	335.82	41.27%	194.81	4.48%	120.78	32.22%
5. จีน	44.15	4.41%	0.00	0.00%	4.71	0.11%	8.83	2.35%
6. อังกฤษ	92.36	9.23%	0.00	0.00%	1.83	0.04%	7.46	1.99%
7. เวียดนาม	71.63	7.16%	0.54	0.07%	737.13	16.96%	4.04	1.08%
8. อินเดีย	1.53	0.15%	0.23	0.03%	204.40	4.70%	1.19	0.32%
9. อินโดนีเซีย	2.78	0.28%	0.00	0.00%	68.74	1.58%	0.06	0.02%
10. เกาหลีใต้	2.43	0.24%	0.00	0.00%	124.98	2.88%	0.14	0.04%
11. อื่นๆ	98.97	9.91%	11.73	1.44%	456.59	10.51%	122.80	32.76%
<b>รวมมูลค่าการส่งออก</b>	<b>1,000.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>813.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,345.18</b>	<b>100.00%</b>	<b>374.82</b>	<b>100.00%</b>

ที่มา : กรมศุลกากร

บริษัทฯ ส่งออกสินค้าไปประเทศเพื่อนบ้านที่มีพื้นที่ติดกับประเทศไทยเป็นหลัก ได้แก่ ลาว กัมพูชา พม่า และจีน เป็นต้น เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักมากแตกเสียหายง่าย และมีค่าขนส่งสูง จึงมีข้อจำกัดในการขนส่งระยะทางไกล รวมมูลค่าการส่งออกในปี 2562 จำนวน 730.04 ล้านบาท คิดเป็น 11.17% ของการส่งออกทั้งประเทศ ซึ่งเพิ่มขึ้น 6.39% จากปีก่อน

### 4. แนวโน้มการแข่งขันในอนาคต

4.1 **กลุ่มผลิตภัณฑ์หลังคา** กลุ่มสินค้ากระเบื้องลอนคู่และลอนเล็กได้รับผลกระทบจากสินค้าทดแทน คือ หลังคาเหล็ก (Metal sheet) และหลังคากระเบื้องคอนกรีตแนวโน้มจะมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น จากมูลค่าตลาดที่ไม่เติบโต

4.2 **กลุ่มสินค้าทดแทนไม้ และแผ่นผนัง** จากตลาดซ่อมแซมมีแนวโน้มเติบโต ทำให้ต้องมีการพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการใช้งานที่หลากหลาย ทำให้สามารถทดแทนไม้จริงได้อย่างเต็มรูปแบบ และตอบสนองความต้องการของตลาด

ได้อย่างรวดเร็ว ขณะที่กำลังการผลิตส่วนเกิน และการแข่งขันมีความรุนแรง การบริหารจัดการด้านการส่งเสริมการขายจึงมีความสำคัญ เพื่อผลักดันการขายและช่วงชิงพื้นที่ในตลาดเพิ่มขึ้น

4.3 **กลุ่มอิฐมวลเบา** หลังจากมีการจัดตั้งรัฐบาลปี 2562 ภาครัฐ มีแนวโน้มเร่งรัดงานเมกะโปรเจกต์ ภาคเอกชนในจังหวัดรองของแต่ละภูมิภาค แต่กำลังการผลิตของผู้ผลิตยังมีส่วนเกิน ทำให้การแข่งขันในตลาดที่รุนแรง สำหรับสินค้ากลุ่มคอนกรีตมวลเบาเสริมเหล็ก เพิ่มการสื่อสารการโฆษณา ทำให้ความต้องการสินค้าเพิ่มมากขึ้น เช่น ครุภัณฑ์สำเร็จรูป และเคาน์เตอร์สำเร็จรูป เป็นต้น

## 2.2.2 ลักษณะคู่ค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีการจำหน่ายสินค้าทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้ามีดังนี้

รายได้จากการขายสินค้า (หน่วย : ล้านบาท)	ปี 2562	สัดส่วน	ปี 2561	สัดส่วน	ปี 2560 *	สัดส่วน
1. ตลาดในประเทศ	3,596.90	83.13%	3,262.66	82.62%	3,158.77	82.57%
• กลุ่มตัวแทนจำหน่าย	2,300.10	53.16%	2,139.78	54.19%	2,119.53	55.41%
• กลุ่มโมเดิร์นเทรด	777.68	17.97%	633.61	16.05%	595.15	15.56%
• กลุ่มโครงการบ้านจัดสรร	519.12	12.00%	489.27	12.38%	444.09	11.60%
2. ตลาดต่างประเทศ	730.04	16.87%	686.19	17.38%	666.74	17.43%
รวม	4,326.94	100.00%	3,948.85	100.00%	3,825.51	100.00%

หมายเหตุ : \* รายได้จากการขายและการให้บริการปี 2560 เป็นรายได้ก่อนปรับตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่องรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า (IFRS15) ซึ่งมีผลบังคับใช้กับงบการเงินปี 2561 เป็นต้นไป

บริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลัก 4 ช่องทาง ดังนี้

1. **ตลาดในประเทศ** มีสัดส่วนรายได้ 83.13% โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1.1 **กลุ่มตัวแทนจำหน่าย (Agent)** มีตัวแทนจำหน่ายหลักมากกว่า 1,000 ราย ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 75 จังหวัด และร้านค้าช่วงมากกว่า 6,000 ราย กระจายทั่วประเทศ

1.2 **กลุ่มโมเดิร์นเทรด (Modern Trade)** ได้แก่ ไทวัสดุ สยามโกลบอลเฮาส์ และเมกาไฮม ซึ่งมีสาขารวมกันกระจายอยู่ทั่วประเทศ มากกว่า 100 สาขา

1.3 **กลุ่มโครงการบ้านจัดสรร (Project)** เช่น แลนด์แอนด์เฮาส์ ศุภาลัย พฤษภา แสนสิริ เป็นต้น โดยปีนี้มุ่งเน้นโครงการจากภาครัฐ บริษัทรับสร้างบ้าน และงานโครงการต่างจังหวัด

2. **ตลาดต่างประเทศ (Export)** มีสัดส่วนรายได้ 16.87% ซึ่งเป็นตลาดประเทศเพื่อนบ้าน CLMV โดยยังคงเป็นตลาดหลักเนื่องจากอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างยังสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง แต่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจ และค่าเงินของหลายประเทศและผู้ผลิตรายใหม่ยังคงใช้กลไกด้านราคากดดันตลาด ทำให้การแข่งขันด้านราคามีความรุนแรง จึงต้องมีการขยายตลาดเพื่อลดแรงกดดัน เช่น อินเดีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น

## 2.2.3 กลยุทธ์ในการแข่งขัน

บริษัทฯ ได้มีการกำหนดกลยุทธ์ และวางแผนการขายสินค้าเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด รวมทั้งมีการทบทวนแผน กลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอเมื่อการขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด สรุปได้ดังนี้

1. **พัฒนาการบริการให้สู่ความเป็นเลิศ**

บริษัทฯ มุ่งมั่นปรับปรุงประสิทธิภาพการบริการ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรด้านการขายและทีมงานหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด มีการจัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท เพื่อนำมาปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับบริษัทฯ ผ่าน Call Center ผ่านระบบโทรศัพท์ (Tele Sales) และผ่านระบบการตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่ลูกค้าในกรณีที่ต้องการสินค้าเร่งด่วน

2. พัฒนาการส่งมอบสินค้าให้ตรงเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มุ่งมั่นรักษามาตรฐานการส่งมอบสินค้าให้ตรงเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นไปตามนโยบายการส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง มีการปรับปรุงระบบการจัดส่งให้มีการเชื่อมโยง ตั้งแต่การผลิต การจัดเก็บสินค้า การรับคำสั่งซื้อ การจัดสินค้าขึ้นรถบรรทุก รวมทั้งมีการเยี่ยมลูกค้าเพื่อให้คำแนะนำในเรื่องระบบโลจิสติกส์และการจัดเก็บสินค้าอย่างเหมาะสม

3. พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความแตกต่างที่ดีกว่า

บริษัท ยังคงมุ่งมั่นการวิจัยพัฒนาสินค้าใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด เช่น ไม้ฝาเพิ่มความเงา เพื่อเพิ่มความสวยงามให้กับสินค้า และหลังคา Decra เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าหลังคาเหล็กที่มีคุณภาพ ลดเสียง และลดอุณหภูมิภายในบ้านได้ เป็นต้น

4. กำหนดราคาที่เป็นธรรมและแข่งขันได้

บริษัท มุ่งเน้นการขึ้นนโยบายกำหนดราคาที่เป็นธรรมและแข่งขันได้ โดยเน้นถึงคุณภาพบนความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การให้ผลตอบแทนแก่ลูกค้าตัวแทนจำหน่ายอย่างเหมาะสมและแข่งขันได้ เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย

5. พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้มแข็ง

บริษัท มุ่งเน้นดูแลตัวแทนจำหน่ายเหมือนเป็นคนในครอบครัวตราเพชร และพัฒนาให้มีความเข้มแข็ง เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการผลักดันสินค้าของบริษัทฯ ควบคู่ไปกับการเพิ่มตัวแทนจำหน่ายใหม่ที่มีศักยภาพและครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้มีการสื่อสารสินค้า ทั้งช่องทางในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงสินค้า ผ่านการจัดการแสดงสินค้าที่จุดขาย Display ป้าย Banner การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อทางโทรทัศน์ (TVC : Television Commercial) เป็นต้น

6. พัฒนาศูนย์กระจายสินค้าและงานการผลิตไปสู่ภูมิภาค

บริษัท มุ่งเน้นที่จะพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าและฐานการผลิตไปสู่ภูมิภาค ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น รวมถึงเพิ่มสินค้าที่ผลิตให้ครอบคลุมสินค้าที่ลูกค้าและผู้บริโภคต้องการ ทั้งนี้ในปัจจุบัน บริษัท มีศูนย์กระจายสินค้าและฐานการผลิต 2 จุดดังนี้

6.1 โรงงาน CT-KK : เป็นโรงงานผลิตกระเบื้องคอนกรีตที่มีกำลังการผลิต 50,000 ตันต่อปี โดยเริ่มผลิตไตรมาสที่ 1/2557 เพื่อใช้เป็นศูนย์กระจายสินค้าสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและต่างประเทศ ตั้งอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น

6.2 โรงงาน AAC-CM : บริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัทย่อยคือ บริษัท ไดมอนด์ วัสดุ จำกัด (DMATS) เป็นโรงงานผลิตสินค้าอิฐมวลเบา มีกำลังการผลิต 50,000 ต้นต่อปี เริ่มผลิตได้ไตรมาสที่ 2/2556 เพื่อใช้เป็นศูนย์กระจายสินค้าในภาคเหนือ ตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่

## 2.3 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### 2.3.1 ด้านการผลิต

บริษัท มีการขยายการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยในปัจจุบันมีกำลังการผลิต 1,100,000 ตันต่อปี ซึ่งเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยในปี 2562 บริษัท ใช้กำลังการผลิตโดยรวมประมาณ 89% ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ใช้อัตรากำลังการผลิต 85% เป็นผลจากการเพิ่มช่องทางการขาย และการขยายตลาดในต่างประเทศ แต่อย่างไรกำลังการผลิตที่มีอยู่ยังเพียงพอต่อความต้องการของตลาด

### 2.3.2 ด้านการจัดหาวัตถุดิบ

บริษัท ได้มีการปรับปรุงคู่มือการจัดซื้อและสั่งจ้าง เพื่อให้มีแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจน มีประสิทธิภาพ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ตามนโยบายของบริษัท โดยจัดเป็นหมวดหมู่ ตั้งแต่เรื่องการขอให้อัดซื้อ สั่งจ้าง จนถึงกรรับสินค้าและบริการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตามระเบียบปฏิบัติของฝ่ายจัดซื้อ โดยวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิตมีการจัดซื้อมาจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้



## 1. ในประเทศ

เป็นวัตถุดิบที่มีแหล่งผลิตภายในประเทศ เช่น ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ทราาย สีชนิดต่างๆ เยื่อกระดาษ และวัตถุดิบอื่นๆ โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบภายในประเทศเพิ่มขึ้นจาก 60.55% ในปี 2561 เป็น 63.26% ในปี 2562

## 2. ต่างประเทศ

เป็นวัตถุดิบที่มีแหล่งผลิตภายนอกประเทศ เช่น ไยหิน ไยสังเคราะห์ และเยื่อกระดาษ เป็นต้น โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศลดลงจาก 39.45% ในปี 2561 เป็น 36.45% ในปี 2562

### 2.3.3 ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ

บริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เนื่องจากมีการบริหารจัดการและมีการวางแผนการสั่งซื้ออย่างเป็นระบบ มีการสั่งซื้อจากลูกค้าหลายรายของแต่ละประเภท และมีการสรรหาแหล่งวัตถุดิบใหม่สำรอง เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบ รวมทั้งมีกระแสเงินสดที่ดี มีวงเงินสินเชื่อหมุนเวียนที่เพียงพอ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างยาวนาน ทำให้บริษัทฯ ได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจจากลูกค้าเป็นอย่างดี

## 3. ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ก.บ.ส.) ได้บริหารจัดการและลดความเสี่ยง โดยการประเมินและทบทวนปัจจัยเสี่ยงที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทุกด้าน กำกับดูแลและกำหนดแนวทางแก้ไขความเสี่ยงที่ไม่สามารถยอมรับได้ รวมทั้งมีการติดตามให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมและเพียงพอตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อป้องกันและลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตและสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

### นโยบายการบริหารความเสี่ยง :

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยการวิเคราะห์ ประเมิน และ ทบทวนปัจจัยเสี่ยงที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทุกด้านโดยกำกับควบคุมดูแลและกำหนดแนวทางแก้ไขหรือบริหารจัดการความเสี่ยงที่ไม่สามารถยอมรับได้ รวมทั้งมีการติดตามให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงที่รัดกุมเหมาะสม เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในรอบปี 2562 คณะกรรมการ ก.บ.ส. ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารจากทุกหน่วยงาน จำนวน 14 ท่าน ได้มีการประชุมรวมทั้งสิ้น 7 ครั้ง เพื่อพิจารณาวิเคราะห์และประเมินปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ มาสรุปเป็น Risk Map และกำหนดแนวทางแก้ไขเพื่อจัดการความเสี่ยงตามปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้น ได้แก่

- Red Risk : ปัจจัยเสี่ยงที่ต้องได้รับการแก้ไขโดยเร่งด่วน โดยกำหนดแนวทางแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยงเป็นลำดับแรก
- Yellow Risk : ปัจจัยเสี่ยงที่ต้องเฝ้าระวังซึ่งอาจจะเป็นปัจจัยเสี่ยง ที่มีแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดความเสี่ยงขึ้น
- Green Risk : ปัจจัยเสี่ยงที่ยังไม่ถือเป็นความเสี่ยงที่ต้องบริหารจัดการทันที

ผลจากการวิเคราะห์และประเมินปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ของบริษัทฯ สรุปเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ต้องได้รับการแก้ไขโดยเร่งด่วน (Red Risk) จำนวน 9 รายการ โดยแบ่งเป็นความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกบริษัทฯ 5 รายการ และจากปัจจัยภายในบริษัทฯ 4 รายการ จึงได้กำหนดแนวทางและขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

### 3.1 ความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายนอก

#### 3.1.1 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการออกมาตรการควบคุมการใช้แร่ใยหินจากภาครัฐ

ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อเดือนธันวาคม 2557 เรื่องการยกเลิกการใช้แร่ใยหิน (โครโซไทล์)

ภาครัฐยังไม่มีความชัดเจนในการกำหนดนโยบายดังกล่าว และในปี 2562 มีการเพิ่มเติมข้อบังคับในใบอนุญาต เพิ่มจากข้อบังคับเดิมที่กำหนดให้ใช้ใบอนุญาตนำเข้าวัตถุดิบทรายจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมตามพระราชบัญญัติวัตถุดิบทราย พ.ศ. 2535 เพียงอย่างเดียว โดยกำหนดให้ขอใบอนุญาตนำเข้าแร่ใยหินจากกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ตามพระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2560 ในลักษณะการนำเข้าครั้งต่อครั้ง เป็นการเพิ่มเติม โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนดอย่างถูกต้องครบถ้วน

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังผลิตสินค้าที่มีส่วนประกอบของแร่ใยหิน เนื่องจากคุณสมบัติของกระเบื้องหลังคาชนิดที่มีแร่ใยหิน มีราคาถูก มีความทนทานและแข็งแรงกว่ากระเบื้องหลังคาชนิดที่ไม่มีแร่ใยหิน มีความสามารถกันเสียงและกันความร้อนได้ดี รวมทั้งการติดตั้งก็ทำได้ง่ายกว่า ซึ่งยังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมรองรับความเสียหายดังกล่าวโดยจัดทำแผนการพัฒนาเครื่องจักรอุปกรณ์และปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้าที่ไม่มีแร่ใยหินเป็นส่วนประกอบเพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น กระเบื้องหลังคาที่ไม่มีแร่ใยหิน กระเบื้องหลังคาคอนกรีต กระเบื้อง DECRA อิฐมวลเบา โครมหลังคาสำเร็จรูป แผ่นยิปซัม ฉนวนกันความร้อน แผ่นสะท้อนความร้อน และอุปกรณ์ประกอบหลังคา เป็นต้น ซึ่งก็ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี

### 3.1.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการออกกฎหมายใหม่จากรัฐ

บริษัท มอบหมายให้สำนักงานกฎหมายเป็นหน่วยงานที่ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการศึกษารายละเอียดของกฎหมายใหม่ที่จะออกจากรัฐว่ามีผลกระทบต่อการทำงานในหน่วยงานใด โดยในแต่ละหน่วยงานที่รับผลกระทบออกมาตรการและกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการป้องกันการกระทำผิดกฎหมายที่อาจจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัท ในอนาคต ซึ่งกฎหมายที่ออกใหม่ดังกล่าวต้องสรุปรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท เป็นประจำทุกเดือน โดยในรอบปี 2562 ภาครัฐได้ออกกฎหมายใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท ที่มีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ (1) พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 (2) พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562 (3) กฎกระทรวงกำหนดให้ทางน้ำชลประทานแม่น้ำป่าสักเป็นทางน้ำชลประทานที่จะเรียกเก็บค่าชลประทาน พ.ศ. 2562 (4) พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 (5) ประกาศอธิบดีกรมสรรพากร เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการหักเงินได้พึงประเมินเพื่อชำระเงินกู้ยืมคืนกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาตามพระราชบัญญัติกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พ.ศ. 2560 (ฉบับที่ 2) (6) ประกาศคณะกรรมการกำกับการทางถาพหนึ่ เรื่องจำนวนครั้งในการติดตามทางถาพหนึ่ เป็นต้น

### 3.1.3 ความเสี่ยงเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงิน

1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งเกิดจากการขายและซื้อสินค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ป้องกันความเสี่ยงโดยทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าอายุไม่เกิน 1 ปี และเปิดบัญชีเงินฝากเป็นเงินตราต่างประเทศ (FCD) เพื่อใช้ในการรับและจ่ายเงินตราต่างประเทศเพื่อลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในเกณฑ์ที่เหมาะสม

2. **ความเสี่ยงเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย** บริษัทฯ มีการป้องกันความเสี่ยง โดยกู้ยืมเงินระยะยาวที่มีอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ แต่การกู้ยืมเงินระยะสั้นหรือตัวแลกเปลี่ยนระยะสั้นไม่เกิน 1 ปี เพื่อใช้ในการบริหารงานประจำวัน ยังคงใช้อัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว โดยมีการจัดวางกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเป็นรายวัน เพื่อการบริหารการรับเงินและจ่ายอย่างเหมาะสมและเพียงพอ รวมทั้งการจัดหาแหล่งเงินที่มีต้นทุนต่ำเพื่อรองรับการบริหารกิจการให้เป็นไปตามเป้าหมาย และกลยุทธ์ที่กำหนด

### 3.1.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับอิทธิพลจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศ

ในปี 2562 สถานการณ์ก่อสร้างในประเทศยังมีทิศทางชะลอตัว ผู้ประกอบการภาคเอกชนมีการดำเนินงานด้วยความระมัดระวัง การขึ้นโครงการใหม่ๆ จึงชะลอโครงการ งานก่อสร้างภาครัฐและเอกชนที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่จะเป็นโครงการต่อเนื่อง นอกจากงานก่อสร้างของภาครัฐและภาคเอกชน ตลาดการซ่อมแซมที่อยู่อาศัยเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีทิศทางเพิ่มขึ้น บริษัทฯ จึงวางแผนการขายและการตลาดให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจอย่างเหมาะสม เน้นทำสื่อสารการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการจดจำในตราสินค้า และภาพพจน์ที่ดีของบริษัทฯ

### 3.1.5 ภัยพิบัติวิกฤตภัยแล้ง

คณะกรรมการ ก.บ.ส. ได้มอบหมายให้ฝ่ายวิศวกรรมและซ่อมบำรุง ได้จัดทำแผนรองรับความเสี่ยงวิกฤตภัยแล้ง โดยการประเมินติดตามข้อมูลและประเมินสถานการณ์น้ำ ทั้งสถานะน้ำในเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ระดับน้ำในแม่น้ำป่าสัก และนโยบายบริหารจัดการน้ำโดยภาครัฐ-กรมชลประทานในลุ่มน้ำป่าสักและพื้นที่สระบุรี โดยผลการประเมินอยู่ในระดับความเสี่ยงสูงมาก ดังนั้นในปี 2562 บริษัทฯ จึงทำแผนจัดการวิกฤตภัยแล้ง ด้วยการขุด-เจาะบ่อบาดาล ทั้งหมด 4 บ่อ มีกำลังการผลิตน้ำดิบเพียงพอรองรับการใช้งานในกระบวนการผลิต โดยดำเนินการแล้วเสร็จในเดือนกันยายน 2562 ทำให้สามารถรองรับความเสี่ยงในกรณีน้ำในแม่น้ำป่าสักไม่เพียงพอต่อการใช้งานในกระบวนการผลิต

## 3.2 ความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายใน

### 3.2.1 ความเสี่ยงเกี่ยวกับกลยุทธ์

บริษัทฯ ได้มีการจัดทำงบประมาณประจำปีให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในแต่ละปี กำหนดเป้าหมาย แผนงานและกลยุทธ์ในการบริหารกิจการให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด รวมทั้งวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านต่างๆ ที่อาจจะส่งผลให้การดำเนินงานไม่บรรลุเป้าหมายสรุปได้ดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการแข่งขันด้านราคา

สายงานขายและการตลาดได้ติดตามสถานการณ์ตลาดและการแข่งขันแต่ละผลิตภัณฑ์ ในทุกช่องทางทางการจัดจำหน่ายอย่างใกล้ชิด รวมทั้งมีการทบทวนแผนงานและกลยุทธ์การขายและการตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด แต่มีความเสี่ยงด้านการแข่งขันด้านราคาที่ยังมีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้กำหนดแผนการติดตามและควบคุมราคาขายและประสิทธิภาพการทำการในทุกลูกผลิตภัณฑ์ และทุกช่องทางทางการจัดจำหน่ายอย่างใกล้ชิด ทบทวนการจ่ายผลตอบแทนให้ผู้แทนจำหน่ายในพื้นที่ที่มีการแข่งขันสูง ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดโดยการมุ่งเน้นสื่อสารผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัยเช่น Facebook Line Instagram ภายใต้ชื่อ @DiamondBrandOfficial และ Mobile Application ภายใต้ชื่อ Diamond Brand เป็นต้น เพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพ การใช้งาน การออกแบบ และการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว การอบรมพัฒนาตัวแทนจำหน่ายให้มีความสามารถในการแข่งขัน และกระจายสินค้าไปยังโมเดิร์นเทรด งานโครงการ และตลาดส่งออก เพื่อเพิ่มยอดขายในพื้นที่ที่ยังมีการขยายการก่อสร้างและต้องการสินค้าวัสดุก่อสร้างจากบริษัทฯ

#### 2. ความเสี่ยงเกี่ยวกับกำลังการผลิต

สายการผลิตและวิศวกรรมได้กำกับดูแลบริหารกำลังการผลิตอย่างใกล้ชิด โดยฝ่ายผลิต ฝ่ายเทคโนโลยี และฝ่ายวิศวกรรมและซ่อมบำรุง ได้ร่วมกันบริหารการผลิต การซ่อมบำรุง เพื่อดูแลเครื่องจักรให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยในรอบปี 2562 มีการวางแผนการผลิตให้มีความยืดหยุ่นสามารถผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาด มีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตให้มีความกำลังการผลิตเพิ่มขึ้น และเริ่มดำเนินโครงการขยายกำลังการผลิต NT-11 เพื่อผลิตสินค้ากลุ่มไฟเบอร์ซีเมนต์ประเภทไม่มีใยหิน ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จและเริ่มผลิตสินค้าในเชิงพาณิชย์ได้ประมาณต้นปี 2564 รวมทั้งขยายกำลังการผลิต CT และ CT KK ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับความต้องการของตลาดในปี 2563 เป็นต้นไป

#### 3. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

คณะกรรมการ ก.ท.น. ร่วมกับคณะกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาสินค้าใหม่อย่างน้อยปีละ 1-2 รายการ เนื่องจากสินค้าของบริษัทฯ เป็นสินค้าวัสดุก่อสร้าง เช่น กระเบื้องหลังคา ไม้มัดโครงเหล็ก แผ่นผนัง เคา้นเตอร์อิฐมวลเบา อิฐมวลเบา และอุปกรณ์ประกอบต่างๆ เป็นต้น การพัฒนาสินค้าใหม่ จึงเป็นการนำสินค้าเดิมมาพัฒนาทำให้เกิดประโยชน์ที่แตกต่างและสามารถแข่งขันได้ หรือการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ ใช้พลังงานและต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า

ถึงแม้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ต้องเสียทั้งค่าใช้จ่ายและเวลาในการทดลองการผลิตเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพสามารถจำหน่ายได้และเป็นที่ยอมรับของตลาด ซึ่งมีความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในกรณีที่ไม่ประสบความสำเร็จ แต่อย่างไรก็ตามเพื่อให้บริษัทฯ มีความสามารถในการแข่งขันและอยู่ในอุตสาหกรรมได้อย่างยั่งยืน การวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องดำเนินไปอย่างเป็นระบบ รวมทั้งการพัฒนาคนตราเพชรให้มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างนวัตกรรมในการพัฒนาอย่างยั่งยืนสืบไป

### 3.2.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน

ฝ่ายสนับสนุนต่างๆ เช่น ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล จะต้องบริหารจัดการเพื่อสนับสนุนให้ฝ่ายขาย และฝ่ายผลิตสามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด โดยการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่จะไม่บรรลุเป้าหมาย ดังต่อไปนี้

#### 1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการขาดแคลนวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักของบริษัท ประกอบด้วย ปูนซีเมนต์ เส้นใยสังเคราะห์ เยื่อกระดาษ ทราย และน้ำ ซึ่งมีความเสี่ยงในเรื่องราคา และการขาดแคลนวัตถุดิบที่อาจจะปรับตัวสูงขึ้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดมาตรการในการป้องกันความเสี่ยง โดยการตั้งคณะทำงานเพื่อกำกับดูแลเป็นการเฉพาะในกลุ่มวัตถุดิบหลัก เช่น ปูนซีเมนต์ ทราย สี และสารเคลือบ เป็นต้น โดยกำหนดกลยุทธ์การจัดซื้อจากผู้ขายหลายแหล่ง มีการบริหารการจัดซื้อ การจัดส่ง การจัดเก็บ และพัฒนากระบวนการผลิตรองรับอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบในอนาคตและกระจายความเสี่ยงในการส่งมอบและการสร้างดุลยภาพในการต่อรองด้านราคา ตลอดจนกำหนดแผนการวิจัยและพัฒนาสูตรการผลิตที่สามารถใช้วัตถุดิบทดแทน และจัดหาแหล่งวัตถุดิบทั้งในประเทศและต่างประเทศเพิ่มขึ้น

#### 2. ความเสี่ยงเกี่ยวกับอัตราค่าจ้างและการจ้างงาน

บริษัทฯ มีความเสี่ยงเกี่ยวกับการขาดแคลนแรงงานและการปรับค่าแรงขึ้นต่ำ เนื่องจากมีความต้องการแรงงานที่มีทักษะการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม โดยมีการบริหารจัดการตั้งแต่การสรรหา การพัฒนา และการรักษาบุคลากร และให้ความสำคัญในการดูแลคนตราเพชรให้มีความสุข มีสุขภาพแข็งแรง มีอัตราผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมและเป็นธรรม บริษัทฯ มอบหมายให้คณะกรรมการ ก.ท.น. ซึ่งประกอบด้วยฝ่ายผลิต และฝ่ายวิศวกรรมและซ่อมบำรุง ร่วมกันปรับปรุงและพัฒนาเครื่องจักรให้เป็นแบบ Automatic และการใช้หุ่นยนต์ (Robot) เพื่อมาทดแทนแรงงานคนในกระบวนการผลิตที่ใช้แรงงานคนเป็นจำนวนมากในจุดเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ และจุดที่งานหนักไม่เหมาะกับการใช้แรงงานคน เพื่อลดความเสี่ยงการขาดแคลนแรงงานในอนาคต

### 3.2.3 ความเสี่ยงเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อม

#### 1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับอาชีวอนามัย และความปลอดภัย

คณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (ค.ป.อ.) ร่วมกับส่วนอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (SHE) ได้ประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อดูแลให้พนักงาน และบุคคลที่เกี่ยวข้อง มีความเป็นอยู่ที่ดี และปลอดภัย ได้จัดทำคู่มือมาตรการความปลอดภัยพื้นฐาน 7 ข้อ (SHE 7 Rules) มาตรการขออนุญาตทำงานเสี่ยง 7 ข้อ (7 Permits) และมาตรการรายงานแก้ไขพฤติกรรมเสี่ยง (Unsafe Action) รายงานแก้ไขสภาพไม่ปลอดภัย (Unsafe Condition) รายงานเหตุการณ์เกือบเกิดอุบัติเหตุ (Near Miss Report) มาใช้ภายในบริษัทฯ โดยในปี 2562 คณะกรรมการ ค.ป.อ. ร่วมกับ SHE ได้เพิ่มแผนการออกสำรวจพื้นที่เสี่ยงต่างๆ มาตรการควบคุมความเสี่ยง เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุ ส่งผลให้พนักงานตราเพชรและคู่ค้าธุรกิจเกิดการตื่นตัวมีส่วนร่วมช่วยกันป้องกันอุบัติเหตุ จากความร่วมมือนี้ทำให้พนักงานมีส่วนร่วมแจ้งแนะนำแก้ไขพฤติกรรมกว่า 8,600 ครั้งในปี 2562

#### 2. ความเสี่ยงเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการบริหารของเสียในกระบวนการผลิต ด้วยแนวคิด 3R คือ การใช้ซ้ำ (Reuse) ลดการใช้ (Reduce) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ทำให้สามารถลดปริมาณของเสียในกระบวนการผลิต ลดการทิ้งเศษวัสดุออกสู่ภายนอกและลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย มีการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้น้ำและพลังงาน โดยเฉพาะการใช้กระแสไฟฟ้า บริษัทฯ ได้ตั้งคณะกรรมการจัดการด้านพลังงาน ได้จัดทำโครงการพลังงานแสงอาทิตย์ โดยติดตั้งหลังคาโซลาร์เซลล์บริเวณอาคารสายการผลิตอิฐมวลเบา เพื่อลดการใช้กระแสไฟฟ้า ลดภาวะเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศ และปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดฝุ่นละออง และลดกลิ่น ตลอดจนกำหนดให้มีการตรวจวัดผลกระทบอย่างต่อเนื่อง โดยผลการตรวจสอบในปี 2562 บริษัทฯ ได้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมทุกรายการไม่ส่งผลกระทบต่อหรือทำลายสภาพแวดล้อมและทรัพยากรของชุมชน

### 3.2.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการบริหารจัดการของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทฯ มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท มายเรียด วัสดุ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 58.85 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562) เมื่อรวมกับหุ้นที่ถือโดยกรรมการที่เป็นตัวแทนของบริษัท มายเรียด วัสดุ จำกัด แล้วจะมีสัดส่วนการถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 60 ซึ่งจะทำให้ บริษัท มายเรียด วัสดุ จำกัด สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ทั้งหมด แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามข้อพึงปฏิบัติที่ดีสำหรับกรรมการของบริษัทจดทะเบียน (Code of Best Practices) และมีหลักการอนุมัติรายการระหว่างกันซึ่งบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์จะไม่สามารถอนุมัติรายการที่เกี่ยวข้องกับตนได้ โดยมีคณะกรรมการ ก.ต.ส. เป็นผู้พิจารณาถ่วงดุลและให้ความเห็นก่อนนำเสนอคณะกรรมการบริษัทฯ และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติในลำดับต่อไป โดยจะเปิดเผยการทำรายการระหว่างกันไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินของบริษัทฯ ที่เปิดเผยต่อสาธารณชนด้วย

## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### 4.1 ทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น 1,708.57 ล้านบาท ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นที่ดังนี้

1. DBP-1 ตั้งอยู่เลขที่ 69-70 หมู่ที่ 1 ถนนมิตรภาพ กม.115 ตำบลดิ่งชัน อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี
2. DBP-2 ตั้งอยู่เลขที่ 169-170 หมู่ที่ 4 ถนนมิตรภาพ ตำบลตาลเดี่ยว อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี
3. CT-KK ตั้งอยู่เลขที่ 269 หมู่ที่ 3 ตำบลสำราญ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

สำหรับบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น 95.62 ล้านบาท ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 263 หมู่ที่ 10 ตำบลแม่แฝก อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ สรุปรายละเอียดได้ดังนี้

ประเภททรัพย์สิน	บริษัทฯ		บริษัทย่อย		รวม
	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (พันบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (พันบาท)	
1. ที่ดิน *	เป็นเจ้าของ รวม 17 โฉนด	210,522	เป็นเจ้าของ รวม 9 โฉนด	20,097	230,619
2. อาคาร โรงงาน และสิ่งปลูกสร้าง	เป็นเจ้าของ	276,182	เป็นเจ้าของ	43,916	320,098
3. เครื่องจักร และอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	1,002,744	เป็นเจ้าของ	30,924	1,033,668
4. เครื่องตกแต่งติดตั้งและ เครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	15,115	เป็นเจ้าของ	126	15,241
5. ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	18,828	เป็นเจ้าของ	337	19,165
6. งานระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ	185,183	เป็นเจ้าของ	221	185,404
<b>รวมทั้งหมด</b>		<b>1,708,574</b>		<b>95,621</b>	<b>1,804,195</b>

หมายเหตุ : \* ที่ดินของบริษัทฯ เป็นที่ดินที่ตั้งโรงงาน และอาคารสำนักงานมีเนื้อที่รวม 328 ไร่ 2 งาน 10 ตารางวา สำหรับบริษัทย่อยมีเนื้อที่รวม 34 ไร่ 2 งาน 44.80 ตารางวา

ทั้งนี้ในปี 2562 สินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทั้งของบริษัทฯ และบริษัทย่อยดังกล่าว ไม่ได้ใช้เป็นหลักประกันแต่อย่างใด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน 25.31 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้มีการประเมินราคาที่ดินที่ไม่ได้ใช้งานในปี 2562 จากบริษัท ศศิธรดา จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. แต่สำหรับบริษัทย่อยไม่มีสินทรัพย์ถาวรประเภทที่ดินที่ไม่ได้ใช้งาน สรุปรายละเอียดที่ดินที่ไม่ได้ใช้งานได้ ดังนี้

ประเภททรัพย์สิน	บริษัทฯ			
	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (พันบาท)	มูลค่าตามราคาประเมิน (พันบาท)
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน				
ที่ดิน	จังหวัดสระบุรี	รวม 7 โฉนด	5,246	13,023
ที่ดิน	จังหวัดลำปาง	รวม 5 โฉนด	20,059	50,239
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน *			25,305	63,262

หมายเหตุ : \* อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมีราคาทุนทั้งสิ้น 25.31 ล้านบาท จากการประเมินราคาที่ดินที่ดินทุกแปลงมีราคาประเมินสูงกว่าราคาทุน ซึ่งในปี 2562 บริษัทฯ ได้กลับรายการค่าเผื่อการด้อยค่าที่ตั้งไว้เมื่อปี 2559 จำนวน 2.50 ล้านบาท ในที่ดิน จ.สระบุรี จำนวน 0.80 ล้านบาท และ จ.ลำปาง จำนวน 1.70 ล้านบาท ตามลำดับ

ทั้งนี้ รายละเอียดเกี่ยวกับการประเมินราคาทรัพย์สินสามารถดูรายละเอียดได้จากเอกสารแนบ 4

สำหรับปี 2562 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนดังกล่าวของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ไม่ได้ใช้เป็นหลักประกันแต่อย่างใด และในอนาคตบริษัทฯ อาจพิจารณาที่ดินดังกล่าวมาพัฒนาเพื่อเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานของบริษัทฯ

## 4.2 ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนทั้งสิ้น 5.28 ล้านบาท และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนทั้งสิ้น 10.24 ล้านบาท ประกอบด้วยค่าลิขสิทธิ์หรือตัดบัญชีทั้งจำนวน มีรายละเอียดดังนี้

### 4.2.1 ค่าสิทธิและการช่วยเหลือทางเทคนิคหรือตัดบัญชี

บริษัทฯ ได้ปรับปรุงกระบวนการผลิตที่ต้องซื้อลิขสิทธิ์และการช่วยเหลือทางเทคนิค โดยในปี 2556 บริษัทย่อย ได้ซื้อเครื่องจักรสำหรับผลิตอิฐมวลเบา ทำให้ต้องจ่ายค่าสูตรการผลิตอิฐมวลเบามีมูลค่า 30 ล้านบาท โดยค่าลิขสิทธิ์หรือตัดบัญชีมีกำหนดระยะเวลาตัดบัญชี 10 ปี ตามประมาณการอายุการใช้งานของเครื่องจักร ซึ่งเริ่มตัดตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2556

### 4.2.2 ค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์

บริษัทฯ ได้ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อพัฒนาระบบงานให้มีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงทั้งองค์กร สรุปได้ดังนี้

1. ปี 2551 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งหมดสู่ Enterprise Resources Planning (ERP) โดยใช้ซอฟต์แวร์ (Software) ของ SAP ECC6 เข้ามาใช้แทนระบบเดิม ซึ่งค่าลิขสิทธิ์ดังกล่าวมีมูลค่า 23.86 ล้านบาท โดยค่าลิขสิทธิ์หรือตัดบัญชีมีกำหนดระยะเวลาตัดบัญชี 10 ปี ตามประมาณการอายุการใช้งานของเครื่องจักร ซึ่งเริ่มตัดบัญชีตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม 2551

2. ปี 2552 ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มเติมที่ศูนย์กระจายสินค้าขอนแก่น ซึ่งค่าลิขสิทธิ์ดังกล่าวมีมูลค่า 0.58 ล้านบาท โดยค่าลิขสิทธิ์หรือตัดบัญชีมีกำหนดระยะเวลาตัดบัญชี 10 ปี ตามประมาณการอายุการใช้งานของเครื่องจักร ซึ่งเริ่มตัดบัญชีตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2552

3. ปี 2553 พัฒนาระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ (E-Office) Version 4.01.05 มาใช้เพื่อให้การดำเนินการด้านเอกสารต่างๆ ให้มีความรวดเร็วทันต่อการตัดสินใจ ซึ่งค่าลิขสิทธิ์ดังกล่าวมีมูลค่า 0.09 ล้านบาท โดยค่าลิขสิทธิ์หรือตัดบัญชีมีกำหนดระยะเวลาตัดบัญชี 10 ปี ตามประมาณการอายุการใช้งานของซอฟต์แวร์ ซึ่งเริ่มตัดบัญชีตั้งแต่วันที่ 19 กรกฎาคม 2553



4. ปี 2555 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ Business Intelligence: BI ต่อยอดจากระบบ ERP SAP เพื่อช่วยในการจัดการการบริหารงานและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้หลากหลายมุมมอง และสามารถนำเสนอรายงานในรูปแบบต่างๆ ต่อผู้บริหาร ซึ่งค่าลิขสิทธิ์ดังกล่าว มีมูลค่า 4.86 ล้านบาท ตามลำดับ โดยค่าลิขสิทธิ์หรือตัดบัญชีที่กำหนดระยะเวลาตัดบัญชี 10 ปี ตามประมาณการอายุการใช้งานของซอฟต์แวร์ ซึ่งเริ่มตัดบัญชีตั้งแต่วันที่ 31 มกราคม 2555

5. ปี 2555 พัฒนาระบบ Human Resources Management System (HRMS) เพื่อการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้นซึ่งค่าลิขสิทธิ์ดังกล่าว มีมูลค่า 1.76 ล้านบาท โดยค่าลิขสิทธิ์หรือตัดบัญชีที่กำหนดระยะเวลาตัดบัญชี 10 ปี ตามประมาณการอายุการใช้งานของซอฟต์แวร์ ซึ่งเริ่มตัดตั้งแต่วันที่ 24 ธันวาคม 2555


6. ปี 2556 ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศซอฟต์แวร์ (Software) ของ SAP ECC6 เพื่อใช้ที่โรงงานอิฐมวลเบา ซึ่งค่าลิขสิทธิ์ดังกล่าวมีมูลค่า 1.85 ล้านบาท โดยค่าลิขสิทธิ์หรือตัดบัญชีที่กำหนดระยะเวลาตัดบัญชี 10 ปี ตามประมาณการอายุการใช้งานของเครื่องจักร ซึ่งเริ่มตัดบัญชีตั้งแต่วันที่ 28 มิถุนายน 2556

7. ปี 2562 พัฒนาระบบ DOCUMENT FLOW (K2) เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการทำงานทางด้านเอกสารต่าง ๆ ภายในบริษัท ให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น รวมทั้งช่วยลดการใช้กระดาษ เช่น ระบบใบขอซื้อ (PR) และใบรับสินค้า (RC) เป็นต้น ซึ่งค่าลิขสิทธิ์ดังกล่าวมีมูลค่า 2.53 ล้านบาท โดยค่าลิขสิทธิ์หรือตัดบัญชีที่กำหนดระยะเวลาตัดบัญชี 10 ปี ตามประมาณการอายุการใช้งานของซอฟต์แวร์ ซึ่งเริ่มตัดตั้งแต่วันที่ 29 พฤษภาคม 2562

8. ปี 2562 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ Business Intelligence: BI (Qlik Sense) เพื่อช่วยในการบริหารงานและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้หลากหลายมุมมอง และสามารถนำเสนอรายงานในรูปแบบต่างๆ ต่อผู้บริหาร ซึ่งเป็นรูปแบบแอปพลิเคชันที่สวยงาม เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลด้านงานขายและการตลาด เป็นต้น ซึ่งค่าลิขสิทธิ์ดังกล่าว มีมูลค่า 0.76 ล้านบาท โดยค่าลิขสิทธิ์หรือตัดบัญชีที่กำหนดระยะเวลาตัดบัญชี 10 ปี ตามประมาณการอายุการใช้งานของซอฟต์แวร์ ซึ่งเริ่มตัดบัญชีตั้งแต่วันที่ 29 พฤษภาคม 2562

### 4.3 เครื่องหมายการค้า


บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 26 เครื่องหมายดังต่อไปนี้

เครื่องหมายการค้า	สำหรับสินค้า	เลขทะเบียน	ประเทศจดทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	วันที่หมดอายุ
	- ปูนซีเมนต์ คอนกรีตผสมเสร็จ	ค.142373	ไทย	23 กุมภาพันธ์ 2530	21 กุมภาพันธ์ 2570
	กระเบื้องเซรามิกมุงหลังคา กระเบื้องคอนกรีตมุงหลังคา ปูนขาวสำหรับการก่อสร้าง แผ่นพื้นคอนกรีตผสมเสร็จ แผ่นผนังคอนกรีตผสมเสร็จ	8856	ลาว	26 เมษายน 2555	25 เมษายน 2565
	เสาซีเมนต์ เสาเข็มคอนกรีตอัดแรง	2852/02	พม่า	23 พฤษภาคม 2545	ไม่กำหนด
	บล็อกปูพื้นสำเร็จรูป ท่อซีเมนต์	18146/03	กัมพูชา	8 เมษายน 2555	7 เมษายน 2565
	แผ่นยิปซัม กระเบื้องเซรามิกปูพื้น กระเบื้องซีเมนต์มุงหลังคา อิฐบล็อก				

เครื่องหมายการค้า	สำหรับสินค้า	เลข ทะเบียน	ประเทศ จดทะเบียน	วันที่ จดทะเบียน	วันที่ หมดอายุ
5., 6., 7., 8. รูปอักษร นกท ภายในบ้าน 	- ปูนซีเมนต์ คอนกรีตผสมเสร็จ กระเบื้องเซรามิคมุงหลังคา กระเบื้อง คอนกรีตมุงหลังคา ปูนขาวสำหรับ การก่อสร้าง แผ่นพื้นคอนกรีต ผสมเสร็จ แผ่นผนังคอนกรีตผสมเสร็จ เสาคีเมนต์ เสาคีเมนต์คอนกรีตอัดแรง บล็อกปูพื้นสำเร็จรูป ท่อซีเมนต์ แผ่นยิปซัม กระเบื้องเซรามิคปูพื้น กระเบื้องซีเมนต์มุงหลังคา อิฐบล็อก	ค.142905  8855  2851/02  17257/03	ไทย  ลาว  พม่า  กัมพูชา	23 กุมภาพันธ์ 2530  26 เมษายน 2555  23 พฤษภาคม 2545  8 เมษายน 2555	21 กุมภาพันธ์ 2570  25 เมษายน 2565  ไม่กำหนด  7 เมษายน 2565
9., 10., 11., 12. รูปเพชรและกระเบื้อง หลังคา 	- ปูนซีเมนต์ คอนกรีตผสมเสร็จ กระเบื้องเซรามิคมุงหลังคา กระเบื้อง คอนกรีตมุงหลังคา ปูนขาวสำหรับ การก่อสร้าง แผ่นพื้นคอนกรีต ผสมเสร็จ แผ่นผนังคอนกรีตผสมเสร็จ เสาคีเมนต์ เสาคีเมนต์คอนกรีตอัด แรง บล็อกปูพื้นสำเร็จรูป ท่อซีเมนต์ แผ่นยิปซัม กระเบื้องเซรามิคปูพื้น กระเบื้องซีเมนต์มุงหลังคา อิฐบล็อก	ค.170424  8857  2853/02  18147/03	ไทย  ลาว  พม่า  กัมพูชา	12 เมษายน 2544  26 เมษายน 2555  23 พฤษภาคม 2545  8 เมษายน 2555	11 เมษายน 2564  25 เมษายน 2565  ไม่กำหนด  7 เมษายน 2565
13. รูปเพชรและอักษรภาษาอังกฤษคำ ว่า ADAMAS 	- ปูนซีเมนต์ คอนกรีตผสมเสร็จ กระเบื้องเซรามิคมุงหลังคา กระเบื้อง คอนกรีตมุงหลังคา ปูนขาวสำหรับ การก่อสร้าง แผ่นพื้นคอนกรีต ผสมเสร็จ แผ่นผนังคอนกรีตผสมเสร็จ เสาคีเมนต์ เสาคีเมนต์คอนกรีตอัด แรง บล็อกปูพื้นสำเร็จรูป ท่อซีเมนต์ แผ่นยิปซัม กระเบื้องเซรามิคปูพื้น กระเบื้องซีเมนต์มุงหลังคา อิฐบล็อก	ค.415667	ไทย	21 พฤษภาคม 2557	20 พฤษภาคม 2567
14. รูปเพชรและอักษรคำว่า เจียรไน 	- กระเบื้องมุงหลังคา แผ่นผนังที่ไม่ได้ ทำด้วยโลหะ กระเบื้องแผ่นเรียบ บัว เชิงผนังที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ คิ้วที่ไม่ได้ ทำด้วยโลหะ ฝ้าที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ ไม้ระแนงที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ วัสดุ ตกแต่งชายคาที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ แผ่นวัสดุก่อสร้างที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ ไม้ฝ้าที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ ไม้เชิงชายที่ ไม่ได้ทำด้วยโลหะ แผ่นพื้นที่ไม่ได้ทำ ด้วยโลหะ	ค.415647	ไทย	21 พฤษภาคม 2557	20 พฤษภาคม 2567

เครื่องหมายการค้า	สำหรับสินค้า	เลข ทะเบียน	ประเทศ จดทะเบียน	วันที่ จดทะเบียน	วันที่ หมดอายุ
15. รูปเพชรและอักษรคำว่า เจียระไน 	- กระเบื้องมุงหลังคา แผ่นผนังที่ไม่ได้ ทำด้วยโลหะ กระเบื้องแผ่นเรียบ บัวเชิงผนังที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ คิ้วที่ ไม่ได้ทำด้วยโลหะ ฝ้าที่ไม่ได้ทำด้วย โลหะ ไม้ระแนงที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ วัสดุตกแต่งชายคาที่ไม่ได้ทำด้วย โลหะ แผ่นวัสดุก่อสร้างที่ไม่ได้ทำด้วย โลหะ ไม้ฝ้าที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ ไม้เชิงชายที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ แผ่น พื้นที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ	ค.242367	ไทย	29 สิงหาคม 2558	28 สิงหาคม 2568
16. รูปเพชรและอักษรภาษาอังกฤษคำ ว่า Jearanai 	- กระเบื้องมุงหลังคา แผ่นผนังที่ไม่ได้ ทำด้วยโลหะ กระเบื้องแผ่นเรียบ บัวเชิงผนังที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ คิ้วที่ ไม่ได้ทำด้วยโลหะ ฝ้าที่ไม่ได้ทำด้วย โลหะ ไม้ระแนงที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ วัสดุตกแต่งชายคาที่ไม่ได้ทำด้วย โลหะ แผ่นวัสดุก่อสร้างที่ไม่ได้ทำด้วย โลหะ ไม้ฝ้าที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ ไม้เชิงชายที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ แผ่น พื้นที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ	ค.242368	ไทย	29 สิงหาคม 2558	28 สิงหาคม 2568
17. รูปเพชรและกระเบื้องหลังคา และ อักษรภาษาอังกฤษคำว่า Gran Onda 	- กระเบื้องมุงหลังคาที่ไม่ได้ทำด้วย โลหะ	ค.242366	ไทย	30 สิงหาคม 2558	28 สิงหาคม 2568
18. อักษรภาษาอังกฤษ คำว่า WIN WIN และมีเส้นแถบคล้ายคลื่น 3 แถบ 	- ถังบรรจุน้ำทำจากพลาสติก	ค.350352	ไทย	14 ธันวาคม 2553	13 ธันวาคม 2563
19. อักษรภาษาอังกฤษ คำว่า SKY และมีเส้นแถบคล้ายคลื่น 3 แถบ 	- ถังบรรจุน้ำทำจากพลาสติก	ค.350353	ไทย	14 ธันวาคม 2553	13 ธันวาคม 2563

เครื่องหมายการค้า	สำหรับสินค้า	เลข ทะเบียน	ประเทศ จดทะเบียน	วันที่ จดทะเบียน	วันที่ หมดอายุ
20. รูปเพชร และอักษรภาษาไทย คำว่า ตราเพชร อัลตรา ทรีส์  	- โครงทำด้วยโลหะ โครงใช้ในการ ก่อสร้างทำด้วยโลหะ โครงยึดหลังคา ทำด้วยโลหะ โครงโลหะใช้ก่อสร้าง อาคาร โครงโลหะใช้ในการก่อสร้าง โครงสร้างเหล็กสำเร็จรูป โครงหลังคา ทำด้วยโลหะ โครงหลังคาเหล็ก โครง หลังคาอลูมิเนียม ชิ้นส่วนโลหะที่ใช้ ประกอบหลังคา	ค.374979	ไทย	28 เมษายน 2554	27 เมษายน 2564
21.,22. รูปเพชร และอักษรภาษาไทย คำว่า ตราเพชร เซรามิค  	- กาวซีเมนต์ กาวซีเมนต์ติดกระเบื้อง กาวซีเมนต์สำหรับปูกระเบื้องโมเสค และเซรามิค หินอ่อน กาวติด กระเบื้องปูพื้น - ปูนยาแนวกระเบื้อง ปูนยาแนว สำเร็จรูป	ค.376100  ค.388211	ไทย  ไทย	18 เมษายน 2555  18 เมษายน 2555	17 เมษายน 2565  17 เมษายน 2565
23. รูปเพชร และอักษรภาษาอังกฤษ คำว่า DCERA  	- กระเบื้องหลังคาเซรามิค	ค.386091	ไทย	19 มิถุนายน 2555	18 มิถุนายน 2565
24. รูปเพชร และอักษรภาษาอังกฤษ ตัว D  	- กาวซีเมนต์ กาวซีเมนต์ติดกระเบื้อง กาวซีเมนต์สำหรับปูกระเบื้องโมเสค และเซรามิค หินอ่อน กาวติด กระเบื้องปูพื้น กาวติดกระเบื้องบุผนัง กาวใช้ในการก่อสร้าง - ปูนก่อสำเร็จรูป ปูนฉาบ ปูนฉาบใช้ในการ การก่อสร้าง ปูนฉาบสำเร็จรูป ปูนฉาบธรรมดา ปูนฉาบแต่งผิวหน้า คอนกรีต ปูนฉาบผิวคอนกรีตธรรมดา ปูนฉาบผิวคอนกรีตผิวละเอียด ปูนฉาบอุดรูรั่ว	ค. 397139  ค. 397140	ไทย  ไทย	18 กุมภาพันธ์ 2556  18 กุมภาพันธ์ 2556	17 กุมภาพันธ์ 2566  17 กุมภาพันธ์ 2566
25. อักษรภาษาอังกฤษ ตัว D  	- อิฐ อิฐมวลเบา อิฐใช้ในการก่อสร้าง อิฐสำหรับปูพื้นหรือก่อผนัง อิฐทนไฟ อิฐทนความร้อน อิฐก่อสร้าง	ค. 399486	ไทย	5 เมษายน 2556	4 เมษายน 2566

เครื่องหมายการค้า	สำหรับสินค้า	เลขทะเบียน	ประเทศจดทะเบียน	วันที่จดทะเบียน	วันที่หมดอายุ
26. อักษรภาษาอังกฤษ ตัว D-BP 	- แผ่นสังกะสีแผ่นเรียบ	ค. 422159	ไทย	3 มกราคม 2557	2 มกราคม 2567

#### 4.4 โครงการในอนาคต

ในปี 2562 บริษัทฯ มีการขยายกำลังการผลิตตามความต้องการของตลาด มีการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมทั้งการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุนการผลิต และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีโครงการพัฒนาเครื่องจักรสนับสนุนต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รองรับการผลิตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต ดังต่อไปนี้

**4.4.1 โครงการลงทุนสายการผลิต NT-11 :** โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลงทุนในเครื่องจักรผลิตไม้สังเคราะห์และแผ่นเรียบแบบเส้นใยธรรมชาติ กำลังการผลิต 55,000 ตันต่อปี งบประมาณการลงทุน 400 ล้านบาท สามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้อีก 35% รองรับความต้องการขายที่เพิ่มขึ้น

**4.4.2 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต** โดยการใช้หุ่นยนต์แทนแรงงานคนในบริเวณที่มีความเสี่ยงสูงและเกิดอุบัติเหตุง่าย สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการผลิต โดยในปี 2562 ได้ใช้หุ่นยนต์ตัวแรกในการบรรจุภัณฑ์ครอบซึ่งเป็นจุดที่งานหนักไม่เหมาะกับการใช้แรงงานคน และอยู่ระหว่างการใช้หุ่นยนต์ในจุดเสี่ยงอื่นๆ ต่อไป

**4.4.3 โครงการควบคุมคุณภาพของสินค้า** โดยการใช้เครื่องจักรเข้ามาช่วยควบคุมด้านคุณภาพ เช่น โครงการระบบ UV เพื่อปรับปรุงคุณภาพของสีไม้สังเคราะห์ในเรื่องความเงาและความแข็งแรงของสี เป็นต้น

**4.4.4 โครงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม** การดำเนินโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งทุกโครงการจะต้องพิจารณาว่ามีผลกระทบด้านลบต่อชุมชนและต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไร เช่น โครงการติดตั้งเครื่องรีดตะกอนเพื่อนำมาใช้ใหม่สามารถลดเศษตะกอนและ WASTE จากกระบวนการผลิตและลดค่ากำจัดเศษ โครงการติดตั้งระบบบำบัดกลิ่นเพื่อลดมลพิษในอากาศ และโครงการเครื่องบดเศษกระเบื้องเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ สามารถลดต้นทุนการผลิต และลดค่ากำจัดเศษ เป็นต้น

**4.4.5 โครงการเกี่ยวกับการบริหารจัดการ** โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความผิดพลาดในการส่งเอกสาร รวมทั้งลดปริมาณการใช้กระดาษ ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนดำเนินการในปี 2563 ดังนี้

1. โครงการระบบ RFID สำหรับการชั่งน้ำหนักวัตถุดิบ-ออก ลดความผิดพลาดการบันทึกข้อมูลของพนักงานขนส่งและลดการใช้เอกสารใบขอส่งจ่ายในการรับสินค้า
2. โครงการ Web Sale เป็นระบบรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า เพื่อตอบรับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจแบบ E-Commerce ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง อยู่ระหว่างการดำเนินงาน
3. โครงการ K2 เป็นระบบการขออนุมัติ ลดความผิดพลาดในการส่งเอกสารเพื่อขออนุมัติในแต่ละขั้นตอน โดยในปีนี้ได้ทำระบบจัดซื้อ ในเรื่องใบขอซื้อ (PR) และระบบมาตรฐาน ISO ได้จัดทำใบ DAR เพื่อขอเปลี่ยนแปลงงาน สำหรับใบสั่งซื้อ (PO) และใบรับสินค้า (RC) จะดำเนินการในปี 2563
4. โครงการ E-RECEIPT & E-TAX INVOICE ให้เป็นไปตามนโยบายของกรมสรรพากร จะดำเนินการในปี 2563

#### 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งบริษัทฯ เป็นคู่ความหรือคู่กรณีที่น่าจะก่อให้เกิดผลเสียหายต่อบริษัทฯ สูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่น่าจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

## ข้อมูลบริษัท

ประวัติความเป็นมา

สถานที่ตั้ง

๒  
บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัทตรวจสอบบัญชี
บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : 0 2009 9000 โทรสาร : 0 2009 9991 SET Contact center : 0 2009 9999 E-mail : SETContactCenter@set.or.th Website : <a href="http://www.set.or.th/tsd">http://www.set.or.th/tsd</a>	บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด ชั้น 50-51 เอ็มไพร์ทาวเวอร์ 1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ : 0 2677 2000 โทรสาร : 0 2677 2222 E-mail (general issues) : <a href="mailto:info@kpmg.co.th">info@kpmg.co.th</a> E-mail (service request) : <a href="mailto:yyothakarnpinij@kpmg.co.th">yyothakarnpinij@kpmg.co.th</a> Website : <a href="http://www.kpmg.com">www.kpmg.com</a>