



1. ปัจจัยความเสี่ยง

1.1 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ

1.1.1 ความเสี่ยงจากการออกมาตรการควบคุมและจำกัดการใช้และการผลิตสินค้าที่มีใยหินเป็นส่วนผสม

ปัจจุบัน บางประเทศในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป มีนโยบายห้ามการขายและบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีใยหินเป็นส่วนผสม ทั้งนี้ เนื่องจากมีแรงกดดันทางสังคมและมีการวิตกกังวลแพร่หลายเกี่ยวกับใยหินที่อาจจะเห็ดออกมาจากเนื้อผลิตภัณฑ์ที่มีใยหินเป็นส่วนผสมเมื่อใช้เป็นเวลานานปี หรือจากการฟุ้งกระจายของฝุ่นละอองใยหินระหว่างขั้นตอนการผลิต ซึ่งอาจมีผลข้างเคียงต่อปอดและทางเดินหายใจของผู้ที่สูดดม ในขณะที่อีกหลายประเทศ รวมถึงสหรัฐอเมริกาไม่มีนโยบายห้ามการผลิตและจำหน่ายแต่มีมาตรการควบคุมการใช้และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีใยหินเป็นส่วนผสมให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ เนื่องจากเชื่อมั่นว่าผลข้างเคียงต่อสุขภาพอนามัยจะอยู่ในระดับที่ไม่เป็นภัยสำคัญหากมีการควบคุมการใช้และจำหน่ายอย่างใกล้ชิด ดังนั้น หากรัฐบาลไทยออกมาตรการควบคุมเข้มงวดขึ้น หรือแม้กระทั่งห้ามการขายและบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีใยหินเป็นส่วนผสม ก็จะส่งผลกระทบโดยตรงแก่กลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคกระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ในประเทศ เนื่องจากกระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์เป็นกระเบื้องชนิดที่มีราคาเฉลี่ยถูกที่สุดและมีผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้มากที่สุดในประเทศไทย โดยในปี 2547 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 77.88 ของมูลค่าตลาดกระเบื้องหลังคา สำหรับบริษัทเองซึ่งมีสัดส่วนรายได้สุทธิที่มาจากผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของใยหิน ซึ่งได้แก่ กระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์ และไม้ฝา คิดเป็นประมาณร้อยละ 76.60 ของรายได้จากการขายสุทธิในปี 2547 และร้อยละ 75.30 สำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2548

อย่างไรก็ดี บริษัทเห็นว่าความเสี่ยงดังกล่าวมีโอกาสเป็นไปได้น้อยในระยะสั้น เนื่องจากยังมีนักวิจัยและสถาบันชั้นนำในต่างประเทศ รวมทั้งองค์การอนามัยโลก (World Health Organization) ที่เชื่อมั่นว่าความเสี่ยงต่อสุขภาพอนามัยจากใยหินประเภท Chrysotile ซึ่งเป็นส่วนผสมของกระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ อยู่ในระดับที่ต่ำหากมีมาตรการควบคุมการฟุ้งกระจายของฝุ่นที่รัดกุมระหว่างกระบวนการผลิต¹ อย่างไรก็ดี บริษัทตระหนักถึงข้อวิตกกังวลเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยของผู้บริโภค จึงมีการติดตามการศึกษาและวิจัยในประเด็นนี้อย่างใกล้ชิด เพื่อให้ทั้งภาครัฐและผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับใยหิน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีส่วนผสมใยหินต่อไป ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทในฐานะสมาชิกกลุ่มอุตสาหกรรมหลังคาและอุปกรณ์ ของสภาอุตสาหกรรมไทยได้นำเสนอข้อมูลและผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ให้หน่วยงานภาครัฐได้รับทราบ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาใช้สิทธิออกเสียงในการประชุม Intergovernmental Negotiating Committee ซึ่งจัดโดย United Nations Environment Programme (UNEP) เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2547 ที่กรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ โดยมีมติที่ประชุมเห็นด้วยกับข้อเสนอของสภาอุตสาหกรรม ที่ให้นำสาร Chrysotile Asbestos ออกจากบัญชีรายชื่อวัตถุอันตราย (Prior Informed Consent หรือ “PIC” list) นอกจากนี้ บริษัทกำลังจะออกผลิตภัณฑ์แบบใหม่ที่ไม่ใช่ใยหินเป็นส่วนผสม (Non-Asbestos) โดยใช้เครื่องหมายการค้าภายใต้ชื่อ “เจียรไน” ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์กระเบื้องหลังคาและไม้ฝา เพื่อเป็นการตอบสนองการวิวัฒนาการด้านความต้องการผู้บริโภค

¹ ในกรณีของประเทศไทย มาตรฐานความปลอดภัยของกระทรวงมหาดไทย กำหนดห้ามมิให้ขายจ้างให้ลูกจ้างทำงานในที่ๆ มีปริมาณฝุ่นแร่ใยหินในบรรยากาศของการทำงานเกิน 5 เส้นใยต่ออากาศหนึ่งลูกบาศก์เซนติเมตร ทั้งนี้ จากการตรวจวิเคราะห์เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2547 ปริมาณความเข้มข้นของฝุ่นแร่ใยหินในสภาพแวดล้อมการทำงานของบริษัท ยังคงไม่เกินมาตรฐานความปลอดภัยตามประกาศกระทรวงมหาดไทย



1.1.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันทางด้านราคา

บริษัทมีความเสี่ยงจากการแข่งขันทางด้านราคาจากผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศ โดยเฉพาะในสินค้ากระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์ ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 66.98 ของรายได้จากการขายสุทธิในปี 2547 เนื่องจากกระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์เป็นสินค้าที่มีลักษณะและรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันระหว่างผู้ผลิต อีกทั้ง ผู้ผลิตรายใหญ่มักมีกำลังการผลิตส่วนเกิน ทั้งนี้ หากราคาขายเฉลี่ยกระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์ยังคงปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาได้ปรับลดลงจากราคา 5,426 บาทต่อตันในปี 2546 เป็น 5,261 บาทต่อตันในปี 2547 และ 5,178 บาทต่อตันในช่วง 6 เดือนสิ้นสุดมิถุนายน 2548 จะทำให้ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลดลงตามลำดับ

บริษัทเองมีนโยบายป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว โดยหันไปเน้นในเรื่องคุณภาพของการให้บริการเป็นหลัก ทั้งในด้านการจัดส่งสินค้าที่ทันต่อเวลา และบริการหลังการขาย เพื่อสร้างจุดแตกต่างของสินค้าบริษัท นอกจากนี้ บริษัทก็มีนโยบายนำเสนอมลพิษภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดเป็นระยะๆ ตลอดจนส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์กระเบื้องคอนกรีต และไม้ฝา ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่า ทั้งนี้ เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรโดยรวมของบริษัท

1.1.3 ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าขนส่ง

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักและมีโอกาสการแตกเสียหายหรือบิ่นได้ง่าย ตลอดจนบริษัทมีโรงงานที่ทำการผลิตสินค้าบนท่าเลที่ตั้งเพียงแห่งเดียวในขณะที่ทำการจำหน่ายสินค้าไปยังทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ต้นทุนในการขนส่งสินค้าจึงอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับมูลค่าของสินค้า นอกจากนี้ บริษัทอาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันและอัตราค่าขนส่ง ซึ่งอาจมีผลกระทบอย่างสำคัญต่อค่าใช้จ่ายและกำไรของบริษัทหากบริษัทไม่สามารถผลักภาระต้นทุนดังกล่าวให้แก่ลูกค้าได้ โดยในปี 2547 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้ามีมูลค่าประมาณ 144.2 ล้านบาท หรือเทียบเท่าร้อยละ 7.14 ของรายได้จากการขายและขนส่งสุทธิ เพิ่มขึ้นจาก 129.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.09 ของรายได้จากการขายและขนส่งสุทธิในปี 2546 สำหรับช่วง 6 เดือนสิ้นสุดมิถุนายน 2548 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า 83.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.65 ของรายได้จากการขายและขนส่งสุทธิ ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเป็นผลจากการปรับเพิ่มสูงขึ้นของราคาน้ำมัน เป็นหลัก

บริษัทมีมาตรการการบรรเทาผลกระทบจากความผันผวนของราคาน้ำมันและอัตราค่าขนส่งในระดับหนึ่ง โดยบริษัทสามารถผลักดันภาระบางส่วนไปยังผู้บริโภคได้โดยบริษัทมีการเสนอราคาค่าบริการขนส่งแยกเก็บออกจากการเสนอราคาขายผลิตภัณฑ์เพื่อผลักภาระค่าบริการขนส่งในระดับหนึ่ง ซึ่งจะเห็นได้จากการที่รายได้ค่าขนส่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.34 ของรายได้จากการขายและค่าขนส่งสุทธิในปี 2547 เป็นร้อยละ 4.24 ในช่วง 6 เดือนสิ้นสุด มิถุนายน 2548 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.63 จากช่วงเดียวกันของปี 2547 นอกจากนี้ ในสภาวะที่ราคาน้ำมันและอัตราค่าขนส่งยังคงปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทมีนโยบายบริหารส่วนลดการค้า ซึ่งเป็นส่วนลดจากราคาขายมาตรฐาน ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และทัดเทียมกับคู่แข่ง

1.1.4 ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ

บริษัทมีความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ โดยเฉพาะราคาปูนซีเมนต์ และราคาไยหิน เนื่องจากค่าใช้จ่ายวัตถุดิบเป็นต้นทุนหลักในการผลิต โดยในช่วงระหว่างปี 2545 ถึง 2547 บริษัทมีค่าใช้จ่ายวัตถุดิบคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.64 ร้อยละ 59.90 และร้อยละ 62.30 ของต้นทุนการขายและบริการ ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 41.12 ร้อยละ 40.74 และร้อยละ 44.56 ของรายได้จากการขายและขนส่งสุทธิ ตามลำดับ สำหรับในช่วง 6 เดือนสิ้นสุด มิถุนายน 2548 สัดส่วนค่าใช้จ่ายวัตถุดิบได้ปรับลดลงเล็กน้อยเป็นร้อยละ 60.55 ของต้นทุนการขายและบริการ และร้อยละ 44.05 ของรายได้จากการขายและขนส่งสุทธิ (สำหรับแนวโน้มราคาซื้อปูนซีเมนต์ และไยหินของบริษัทในอดีตโปรดดูรายละเอียดในหัวข้อ 3.3.2 การจัดหาวัตถุดิบ) อย่างไรก็ตาม หากราคาวัตถุดิบมีการปรับราคาเพิ่มสูงขึ้นในอนาคตอย่างต่อเนื่องจากการปรับเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน หรือจากภาวะการผลิตไยหินในตลาดโลก เป็นต้น โดยไม่มีการปรับราคาขายควบคู่กันไป บริษัทก็อาจได้รับผล



กระทบในด้านอัตราส่วนกำไรขั้นต้นได้

บริษัทมีแนวทางลดผลกระทบดังกล่าวในระยะสั้น โดยการซื้อปูนซีเมนต์ด้วยเงินสดในปริมาณที่มากขึ้นเพื่อรับส่วนลดเงินสดจากผู้ผลิต ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทมีวงเงินกู้หมุนเวียนในปริมาณที่เพียงพอ ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยังอยู่ในระดับต่ำ ทำให้บริษัทได้รับประโยชน์จากการใช้เงินกู้ระยะสั้นซึ่งมีต้นทุนต่ำไปซื้อสินค้าเป็นเงินสดซึ่งได้รับส่วนลดในอัตราที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ย ซึ่งทำให้ต้นทุนของบริษัทโดยรวมเพิ่มขึ้นน้อยกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบในตลาด นอกจากนี้ บริษัทได้หันไปผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น อาทิ กระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์สี่ กระเบื้องคอนกรีต และไม้ฝา ซึ่งล้วนแต่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่า กระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์ขาวปกติ

1.1.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านรสนิยมของผู้บริโภค

ความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วได้มีการวิวัฒนาการจากเดิมที่ใช้กระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์เป็นหลัก ไปเป็นการนิยมใช้กระเบื้องหลังคาคอนกรีตสำหรับบ้านพักอาศัย และหลังคาเหล็กเคลือบสี (metal sheet) สำหรับโรงงานและคลังสินค้า โดยปัจจัยสำคัญของการวิวัฒนาการนี้ คือระดับการพัฒนาการของเศรษฐกิจ และการเพิ่มขึ้นของรายได้ครัวเรือน ดังนั้น หากความต้องการผู้บริโภคในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางดังกล่าวแล้ว บริษัทอาจจะถูกกระทบเนื่องจากมูลค่าการขายกระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ของบริษัทมีสัดส่วนสูงถึงประมาณร้อยละ 66.98 ของรายได้จากการขายสุทธิในปี 2547

ในขณะเดียวกัน บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการขายกระเบื้องคอนกรีตคิดเป็นร้อยละ 23.40 ของรายได้จากการขายสุทธิในปี 2547 และเพิ่มเป็นร้อยละ 24.70 ในช่วง 6 เดือนสิ้นสุด มิถุนายน 2548 โดยบริษัทมีนโยบายเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการขายกระเบื้องคอนกรีต และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์กระเบื้องหลังคา นอกเหนือจากกระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ เช่น กระเบื้องหลังคาคอนกรีตแบบเรียบ (ตราดามัส) ผลิตภัณฑ์ไม่มีใยหิน (ตราเจียรไน) และไม้ฝา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงนโยบายรักษาการผลิตกระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ต่อไป และนำเสนอกระเบื้องสีใหม่ๆ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทและเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เนื่องจากระดับความต้องการในตลาดกระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุปสงค์รวมของหลังคาในประเทศ แม้ว่าอัตราการเจริญเติบโตจะน้อยกว่าเมื่อเทียบกับกระเบื้องชนิดอื่น แต่ก็ไม่มีแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงรสนิยมในการใช้กระเบื้องหลังคาอย่างฉับพลัน ทั้งนี้ เนื่องจากกระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์มีราคาต่ำ น้ำหนักเบา และสามารถทนความร้อนได้ดีกว่ากระเบื้องคอนกรีต จึงยังคงเป็นสินค้าที่นิยมใช้โดยผู้บริโภคระดับกลาง-ล่างต่อไป นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายเพิ่มสัดส่วนการส่งออก โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่ยังคงนิยมใช้ผลิตภัณฑ์กระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์ ซึ่งสะท้อนถึงระดับการพัฒนาของเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อเป็นการขยายฐานตลาดกระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์ของบริษัทให้กว้างยิ่งขึ้น

1.1.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงภาคอสังหาริมทรัพย์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นสินค้าในกลุ่มวัสดุก่อสร้างทั้งสิ้น ความต้องการสินค้าจึงขึ้นอยู่กับภาวะการก่อสร้างที่อยู่อาศัยและภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์เป็นสำคัญ ทั้งนี้ ในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา ภาครัฐได้ออกมาตรการสนับสนุนภาคอสังหาริมทรัพย์เป็นระยะๆ ซึ่งได้ช่วยกระตุ้นภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์ให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ผลประกอบการของบริษัทได้ปรับเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ โดยรายได้จากการขายและขนส่งสุทธิได้ปรับเพิ่มขึ้นจาก 1,635.0 ล้านบาทในปี 2545 เป็น 2,020.8 ล้านบาท ในปี 2547 ดังนั้น หากภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์ซบเซาลง และภาครัฐไม่ออกมาตรการสนับสนุนภาคอสังหาริมทรัพย์เพิ่มเติมเช่นในอดีต บริษัทอาจได้รับผลกระทบในด้านผลการดำเนินงานได้

แม้ว่าความเสี่ยงดังกล่าวจะอยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท แต่ทางบริษัทมีนโยบายการขยายฐานรายได้ โดยการเพิ่มสัดส่วนการส่งออก และการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด ซึ่งจะช่วยกระจายความเสี่ยงออกไปบนฐานลูกค้าที่



กว้างขึ้นและมีความหลากหลายขึ้น

1.1.7 ความเสี่ยงจากการผันผวนของรายได้ผู้บริโภคภาคเกษตรกรรมซึ่งพึ่งพิงฤดูกาล

บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการขายกระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์สูงเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 66.98 ของรายได้จากการขายสุทธิในปี 2547 โดยกลุ่มผู้บริโภคหลักของผลิตภัณฑ์กระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์อยู่ในภาคเกษตรกรรม ทั้งนี้ ที่มาของรายได้ในกลุ่มผู้บริโภครายดังกล่าวต้องพึ่งพาผลการเก็บเกี่ยวตามฤดูกาลเป็นสำคัญ ดังนั้น หากมีเหตุการณ์ที่มีผลกระทบในทางลบต่อรายได้ภาคเกษตรกรรม อาทิเช่น สภาพดินฟ้าอากาศที่ไม่ดี สภาพการขาดแคลนน้ำ และผลผลิตขายไม่ได้ราคา เป็นต้น ผลประกอบการของบริษัทอาจได้รับผลกระทบในทางลบได้เช่นกัน นอกจากนี้ เนื่องด้วยการก่อสร้างบ้านในภาคชนบทส่วนใหญ่จะทำนอกฤดูฝน อุปสงค์ที่ขึ้นอยู่กับฤดูกาลจึงอาจทำให้บริษัทไม่สามารถใช้กำลังการผลิตได้เต็มที่ในช่วงนอกฤดูกาล หรือมีกำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอในช่วงฤดูกาล

บริษัทตระหนักดีถึงการที่ยอดขายกระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์ขึ้นอยู่กับฤดูกาลเก็บเกี่ยวของภาคเกษตรกรรม ซึ่งอาจส่งผลให้บริษัทไม่สามารถใช้กำลังการผลิตได้เต็มที่ในช่วงนอกฤดูกาล หรือมีกำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอในช่วงฤดูกาล บริษัทจึงได้ริเริ่มโครงการ Diamond Warehouse Project ตั้งแต่ปี 2545 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มการผลิตในช่วงนอกฤดูกาลสำหรับการจำหน่ายในช่วงฤดูกาล โดยโครงการดังกล่าวเป็นการขายขาดให้กับผู้แทนจำหน่ายที่เข้าร่วมโครงการ โดยที่บริษัทสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าด้วยการให้ส่วนลดทางการค้า และขยายระยะเวลาเครดิตที่ยาวขึ้น ทั้งนี้ ยอดขายผ่านโครงการ Diamond Warehouse Project มีมูลค่าทั้งสิ้น 98.5 ล้านบาทในช่วง 4 เดือนของโครงการระหว่างเดือนกันยายน - ธันวาคม 2547 คิดเป็นร้อยละ 15.7 ของยอดขายในช่วงระยะเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทยังได้เร่งพัฒนาด้านตลาดส่งออก ซึ่งจะช่วยขยายฐานของรายได้ในช่วงนอกฤดูกาล ประกอบกับบริษัทได้เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์กระเบื้องหลังคา นอกเหนือจากกระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ ตลอดจนการหันมาเน้นการตลาดในโครงการบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพฯ รวมทั้งการพัฒนาตลาดกระเบื้องที่ใช้ทำฝ้าผนังซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร ซึ่งจะส่งผลให้การพึ่งพาการขายให้แก่ภาคเกษตรกรรมลดลงและยอดขายมีความสมดุลยิ่งขึ้นในแต่ละไตรมาส

1.1.8 ความเสี่ยงในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่มีมูลค่าซื้อสูงสุด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ โดยคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 47.33 ของต้นทุนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมดในปี 2547 ในอดีตที่ผ่านมาจนถึง ปี 2548 บริษัทได้จัดซื้อปูนซีเมนต์ทั้งหมดจากผู้ผลิตปูนซีเมนต์รายเดียว คือ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีโรงงานอยู่ใกล้เคียงกับโรงงานของบริษัท บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่อาจขาดวัตถุดิบที่เพียงพอต่อความต้องการในการผลิตได้ หากผู้ผลิตซีเมนต์รายนั้นเกิดประสบปัญหาทางด้านการผลิตหรือการขนส่ง อย่างไรก็ตาม บริษัทคาดว่าหากการพึ่งพิงปูนซีเมนต์จากผู้ผลิตรายเดียวจะไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัทมากนัก เนื่องจากบริษัทมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตดังกล่าวมาอย่างยาวนาน โดยในอดีตบริษัทเคยเป็นบริษัทในเครือของผู้ผลิตปูนซีเมนต์รายดังกล่าว ประกอบกับบริษัทเองก็มีการวางแผนล่วงหน้าในด้านปริมาณและราคาซื้อ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าเงื่อนไขการค้าที่ได้รับอยู่ในระดับเทียบเท่าหรือดีกว่าราคาตลาด อีกทั้งบริษัทก็ได้มีข้อผูกมัดที่ห้ามจัดซื้อซีเมนต์จากผู้ผลิตรายอื่น นอกจากนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต บริษัทได้เริ่มซื้อปูนซีเมนต์จากผู้ผลิตอื่นอีก 1 ราย เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2548 โดยสัดส่วนการซื้อจากผู้ผลิตดังกล่าวคิดเป็นประมาณร้อยละ 41.34 ของมูลค่าซื้อปูนซีเมนต์รวมในช่วง 6 เดือน สิ้นสุดมิถุนายน 2548

สำหรับวัตถุดิบอื่น ส่วนใหญ่บริษัทจัดหาได้จากแหล่งในประเทศซึ่งมีแหล่งวัตถุดิบหลายแห่งและมีผู้ขายหลายราย ซึ่งสามารถส่งวัตถุดิบให้บริษัทได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว ส่วนยี่หินซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยประสบปัญหาในด้านการขาดแคลนวัตถุดิบ เนื่องจากบริษัทมีการวางแผนล่วงหน้าทั้งในด้านปริมาณวัตถุดิบและแหล่งซื้อวัตถุดิบ โดยมีหน่วยงานในการจัดซื้อวัตถุดิบ รวมทั้งมีการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับวัตถุดิบและวัตถุดิบทดแทนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นหลักประกันสำหรับการผลิตในด้านปริมาณ คุณภาพ และต้นทุนของวัตถุดิบในระยะยาว

1.1.9 ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของที่ดินที่ยังไม่ใช้ในการดำเนินงาน



ปัจจุบัน บริษัทมีที่ดินที่บริษัทยังไม่ได้ใช้ในการดำเนินงาน ซึ่งเป็นที่ดินที่บริษัทซื้อไว้ในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ จังหวัดลำปาง ชลบุรี ขอนแก่น และสุราษฎร์ธานี โดยในอดีตบริษัทมีนโยบายขยายโรงงานไปในภูมิภาคต่างๆ แต่เมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นบริษัทจึงได้เลิกล้มโครงการ ที่ดินที่ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานมีมูลค่าทางบัญชีทั้งสิ้น 101.76 ล้านบาท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2548 คิดเป็นร้อยละ 6.43 ของมูลค่าสินทรัพย์รวม หรือร้อยละ 10.96 ของมูลค่าสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน โดยที่ดินดังกล่าวประกอบด้วยที่ดินจำนวน 29 แปลง รวม 258 ไร่ 3 งาน 68.25 ตารางวา และได้มีการประเมินมูลค่าที่ดินครั้งล่าสุดเมื่อเดือนกรกฎาคม 2547 โดยที่ดินส่วนใหญ่มีมูลค่าประเมินสูงกว่ามูลค่าทางบัญชี การที่บริษัทมีที่ดินที่บริษัทยังไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับสินทรัพย์รวมของบริษัททำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Total Assets) ของบริษัทอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำกว่าที่ควรจะเป็น อีกทั้งหากมูลค่าที่ดินดังกล่าวมีราคาประเมินต่ำกว่าราคาตามบัญชี บริษัทจะต้องตั้งสำรองเพื่อรับรู้การด้อยค่าของที่ดินดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัทยังไม่มีนโยบายที่จะขายที่ดินที่บริษัทยังไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานดังกล่าว เนื่องจากปัจจุบัน บริษัทได้ใช้พื้นที่ที่เป็นโรงงานปัจจุบันของบริษัทจนเกือบเต็มพื้นที่แล้ว ในอนาคตบริษัทจึงอาจพิจารณาหาที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานดังกล่าวมาพัฒนาเพื่อรองรับการขยายกำลังการผลิต หรือเพื่อนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจหรือเป็นศูนย์กระจายสินค้าในแต่ละภูมิภาคได้

1.1.10 ความเสี่ยงจากกระบวนการขนส่งสินค้า

บริษัทมีความเสี่ยงจากการขนส่งสินค้าให้ทันต่อเวลา เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นวัสดุก่อสร้างที่มีการซื้อขายและขนส่งตามคำสั่งลูกค้า ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่อาจไม่สามารถจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ทันตามความต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากประสบปัญหาภัยธรรมชาติ อาทิ ฝนตกหนัก น้ำท่วม หรือมีรถบรรทุกขนส่งไม่พอเพียง เนื่องจากบริษัทต้องว่าจ้างบริษัทขนส่งภายนอกบริษัทช่วงอีกทอดหนึ่ง ซึ่งอาจส่งผลให้ลูกค้าสูญเสียความมั่นใจในคุณภาพการบริการของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทได้บริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว เนื่องจากบริษัทมีระบบการบริหารการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทมีแนวทางในการป้องกันปัญหาดังกล่าวโดยการทยอยสั่งซื้อจากลูกค้าเชิงรุก ซึ่งฝ่ายบริการลูกค้าของบริษัทจะมีการโทรศัพท์ไปสอบถามความต้องการสั่งซื้อจากลูกค้าแต่ละรายในตอนเช้าของทุกวัน (Morning Call) โดยไม่ต้องรอให้ลูกค้าโทรเข้ามาสั่งซื้อเอง เมื่อบริษัททราบความต้องการทั้งหมดของลูกค้าตั้งแต่ช่วงเช้าของทุกวันแล้ว บริษัทจึงสามารถจัดการเดินรถได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งบริษัทยังเน้นการบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) ที่มีประสิทธิภาพ โดยฝ่ายผลิต ฝ่ายบริการลูกค้า และฝ่ายคลังสินค้า จะมีการประชุมกันในทุกสัปดาห์เพื่อตรวจสอบแนวโน้มในการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าอย่างใกล้ชิด ทำให้ฝ่ายคลังสินค้าสามารถทราบได้อย่างแน่ชัดว่ามีการเก็บสินค้าตัวใดมากหรือน้อยเกินไป และสินค้าที่มีการเก็บไว้จะตรงและเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในช่วงนั้นๆ นอกจากนี้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า บริษัทได้จัดวางระบบโลจิสติกส์ อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งสามารถทำให้บริษัทรับประกันแก่ลูกค้าได้ว่าในกรณีทั่วไปบริษัทจะจัดส่งสินค้าให้ภายใน 24 ชั่วโมง

1.1.11 ความเสี่ยงจากการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตจากต่างประเทศ

ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ได้ทำให้กำแพงภาษีที่ช่วยป้องกันการนำเข้าของสินค้าต่างประเทศลดลง การลดภาษีนำเข้าให้อยู่ในอัตราร้อยละ 5 อาจส่งผลให้มีการนำเข้าสินค้าที่มีต้นทุนถูกกว่าเข้ามาแข่งขันในประเทศไทยได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ ในปี 2547 ไทยมีการนำเข้าสินค้ากระเบื้องหลังคาจากประเทศมาเลเซียมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 81.33 ของมูลค่าการนำเข้ารวม 16.6 ล้านบาท นอกจากนี้ นโยบายการค้าเสรีของรัฐบาลทำให้มีแนวโน้มสูงที่จะทยอยลดภาษีนำเข้าดังกล่าวให้แก่ประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กับประเทศคู่ค้าภายใต้กรอบเขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) ซึ่งจะส่งผลให้ระดับการแข่งขันทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นทำให้ผู้ผลิตในประเทศต้องให้ความสนใจในการพัฒนาและปรับปรุงทั้งในด้านคุณภาพ ต้นทุนการผลิต ตลอดจนกลยุทธ์ด้านการตลาดต่างๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของตนเอง



อย่างไรก็ดี เนื่องด้วยข้อจำกัดในการนำเข้ากระเบื้องหลังคา จากการไม่สามารถขนส่งสินค้าในระยะทางไกลๆ อย่างคุ้มทุนได้ เนื่องจากมีค่าขนส่งสูงเมื่อเทียบกับมูลค่าของสินค้า และมีการแตกเสียได้ง่าย จึงทำให้ความเสี่ยงที่จะเกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงกับผู้ผลิตจากต่างประเทศมีความเป็นไปได้น้อย ทั้งนี้ เห็นได้จากสถิติการนำเข้ากระเบื้องหลังคาของกรมศุลกากร โดยในปี 2547 มีการนำเข้ากระเบื้องหลังคาคอนกรีตมูลค่าทั้งสิ้นเพียง 16.6 ล้านบาท และไม่มีการนำเข้ากระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์แต่อย่างใด ในทางกลับกัน บริษัทเห็นว่าข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับประเทศเพื่อนบ้านน่าจะเปิดโอกาสให้บริษัทสามารถส่งสินค้าออกโดยมีต้นทุนที่ต่ำลงได้ เนื่องจากผู้ผลิตในประเทศไทยได้มีการทำตลาดส่งออกมาระยะหนึ่ง โดย ในปี 2547 มูลค่าการส่งออกกระเบื้องหลังคาคอนกรีตและกระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ของไทยอยู่ที่ 368.4 ล้านบาท โดยร้อยละ 95 เป็นการส่งออกไปยังตลาดประเทศเพื่อนบ้าน

1.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการ

1.2.1 ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทมีสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท มายเรียด วัสดุ จำกัด โดย ณ วันที่ 12 เมษายน 2548 บริษัท มายเรียด วัสดุ จำกัด ถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 91.66 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท และภายหลังการเสนอขายหลักทรัพย์ต่อประชาชน บริษัท มายเรียด วัสดุ จำกัด จะถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 73.33 ส่งผลให้บริษัท มายเรียด วัสดุ จำกัด ยังคงมีฐานะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุดและหากรวมกับหุ้นที่ถือโดยกรรมการที่เป็นตัวแทนของบริษัท มายเรียด วัสดุ จำกัด แล้ว จะมีสัดส่วนการถือหุ้นเกินร้อยละ 75 ซึ่งจะทำให้ บริษัท มายเรียด วัสดุ จำกัด สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น รวมทั้งในเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียงไม่ต่ำกว่า 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจะไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่นำเสนอได้

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน บริษัทไม่มีรายการระหว่างกันกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง และบริษัทเองได้ปฏิบัติตามข้อพึงปฏิบัติที่ดีสำหรับกรรมการบริษัทจดทะเบียน (Code of Best Practices) ตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี (Good Corporate Governance) อย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม โดยใช้หลักความมีจริยธรรมในการปฏิบัติงาน มีการดำเนินงานและเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส

1.2.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารการเงิน

บริษัทมีความเสี่ยงจากการปริวรรตเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากบริษัทมีการซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งเครื่องจักรและการได้รับความช่วยเหลือทางเทคนิค ทำให้บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้

บริษัทไม่มีนโยบายในการกู้เงินเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ส่วนหนึ่งการคำนวณในธุรกรรมปกติที่เกิดจากการนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตกระเบื้องหลังคาก็มีมูลค่าต่ำมากเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายรวม บริษัทจึงจะได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนน้อยมาก นอกจากนั้น การส่งออกสินค้าเป็นเงินสกุลต่างประเทศ ก็ยังเป็นการดำเนินการที่จะช่วยลดความเสี่ยงอันอาจเกิดขึ้นจากความผันผวนของเงินตราต่างประเทศส่วนที่จะเกิดจากภาระหนี้การค้ำที่เป็นเงินตราต่างประเทศที่บริษัทมีจำนวนเล็กน้อยได้อีกทางหนึ่งด้วย (Natural Hedge)