

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2522 ด้วยทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องแก้วที่ใช้บนโต๊ะอาหาร มีโรงงานตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมบางปู ซึ่งได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ต่อมาในปี 2536 บริษัทได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท เป็นทุนชำระแล้ว 213.31 ล้านบาท

ธุรกิจหลักของบริษัทคือผลิตภาชนะเครื่องแก้วที่ใช้บนโต๊ะอาหาร โดยจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศกว่า 90 ประเทศทั่วโลก ภายใต้เครื่องหมายการค้า Ocean สำหรับเครื่องแก้วโซดาไลม์ และ Lucaris สำหรับเครื่องแก้วคริสตัลปลอดสารตะกั่ว (คริสตัลลีน) บริษัทมุ่งมั่นในการผลิตเครื่องแก้วคุณภาพสูงซึ่งได้รับการออกแบบให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งผลิตภัณฑ์แก้วใสและแก้วพิมพ์ลาย ด้วยเทคโนโลยีการผลิตและเครื่องจักรที่ทันสมัย

ด้านการตลาดและการขาย บริษัทแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าธุรกิจโรงแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food Service) กลุ่มลูกค้าปลีกที่ซื้อไปในครัวเรือน (Retail) และกลุ่มลูกค้าจ้างผลิต ลูกค้าสถาบันที่ใช้เครื่องแก้วเป็นของแจกแถม (B2B)

### 1.1 วิสัยทัศน์ ภารกิจ ค่านิยมหลัก และการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท

วิสัยทัศน์ (Vision)	โอเชียนกลาสจะเป็นหนึ่งในผู้นำในตลาดโลก ด้วยนวัตกรรม ความเป็นเลิศขององค์กร และการบริหารจัดการ พร้อมทั้งมุ่งสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยบริษัทเจริญเติบโตและมีผลกำไรอย่างต่อเนื่อง
ภารกิจ (Mission)	การมอบสุนทรียภาพในการใช้ชีวิตผ่านทางผลิตภัณฑ์เครื่องแก้วคุณภาพดี
ค่านิยมหลัก (Core Value)	การสร้างสรรค์คุณภาพ ความซื่อสัตย์สุจริต การให้โอกาส การเคารพและให้เกียรติซึ่งกันและกัน

เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางและเป้าหมายให้เป็นอันหนึ่งเดียวกัน คณะกรรมการได้กำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และค่านิยมหลักขององค์กร **วิสัยทัศน์** เป็นตัวกำหนดภาพความมุ่งหวังสูงสุด **ภารกิจ** เป็นหลักปฏิบัติที่องค์กรจะยึดถือในการดำเนินธุรกิจ **ค่านิยมหลัก** คือหลักการร่วมกันที่ผู้บริหารและพนักงานจะนำมาใช้ในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยกลยุทธ์ได้รับการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยยังคงรักษาบริบทของวิสัยทัศน์ของบริษัท

ในปี 2563 คณะกรรมการบริษัทได้ทบทวนวิสัยทัศน์ และเห็นชอบให้กำหนดกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในตลาดหลัก และขยายตลาดพร้อมทั้งการกระจายสินค้าไปยังตลาดส่วนเพิ่ม เพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ พร้อมทั้งสร้างความต้องการสินค้าที่มีมูลค่าสูงเพื่อเพิ่มผลกำไร ทั้งนี้ด้วยวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โรงแรมและร้านอาหาร หยุดชะงัก ความต้องการสินค้ามีปริมาณลดลง คณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหารจึงปรับเปลี่ยนกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นพัฒนาช่องทางจำหน่ายสินค้าในประเทศผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ

บริษัทได้นำระบบการบริหารงานและประเมินผลทั่วทั้งองค์กร (Balance Scorecard) มาใช้ โดยจะวัดผลผ่านมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่ 1) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) 2) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) 3) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective) และ 4) มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต (Learning and Growth Perspective) นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดตัวชี้วัดผลงานหลัก (Key Performance Indicator) ของแต่ละหน่วยงานเชื่อมโยงกับการบริหารผลงานตามแผนที่วางไว้เพื่อกำหนดค่าตอบแทนตามผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงานระดับผู้จัดการ

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ 5 ปีที่ผ่านมา

ปี 2559	บริษัทได้จัดตั้งบริษัท คริสตัล เคลียร์ อินโนเวชั่น จำกัด เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2559 ด้วยทุนจดทะเบียน 100,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความเข้าใจความต้องการสินค้าในตลาด พร้อมทั้งพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ
ปี 2560	แก้ว Lucaris รุ่น "Desire" ได้รับรางวัล China Good Design Award ประจำปี 2560
ปี 2561	แก้ว Lucaris รุ่น "Desire" ได้รับรางวัล iF Design Award ประจำปี 2561 ซึ่งเป็นรางวัลอันทรงเกียรติด้านการออกแบบที่ทั่วโลกต่างให้การยอมรับ
ปี 2562	แก้ว Lucaris รุ่น "RIMS" ได้รับรางวัลดีไซน์ระดับเวิลด์คลาส Good Design Award 2019 (GMARK) จากประเทศญี่ปุ่น และ Design Excellence Award 2019 (DEmark) จากกรมส่งเสริมการส่งออก ประเทศไทย
	แก้ว Ocean รุ่น "CONNEXION" ได้รับรางวัลดีไซน์ Tableware International Awards 2019 จากประเทศอังกฤษ
	นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับรางวัล Thai Star Packaging Awards 2019 จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ประเทศไทย
ปี 2563	บริษัทเปิดตัวแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ <a href="http://www.ocean-tableware.com">www.ocean-tableware.com</a> เพื่อจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์
	<p>บริษัทได้รับรางวัลดีไซน์ระดับเวิลด์คลาสต่าง ๆ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แก้ว Lucaris รุ่น Element ได้รับรางวัล Design Excellence Award 2020 – ประเทศไทย</li> <li>2. แก้ว Lucaris รุ่น Rims ได้รับรางวัล Golden Pin Design Award 2020 – ประเทศไต้หวัน</li> <li>3. แก้ว Lucaris รุ่น Desire ได้รับรางวัล Golden Pin Design Award 2020 – ประเทศไต้หวัน</li> <li>4. แก้ว Ocean รุ่น Centique ได้รับรางวัล Golden Pin Design Award 2020 – ประเทศไต้หวัน</li> <li>5. แก้ว Ocean รุ่น Centique ได้รับรางวัล iF Design award 2020 – ประเทศเยอรมนี</li> <li>6. แก้ว Ocean รุ่น Centique ได้รับรางวัล Design Excellence Award 2020 – ประเทศไทย</li> </ol>

### 1.3 การประกอบธุรกิจของบริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย



บริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน) เริ่มประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องแก้วสำหรับใช้บนโต๊ะอาหาร ตั้งแต่ ปี 2522 ต่อมาในปี 2549 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้ง Ocean Glass Trading (Shanghai) Co., Ltd. เพื่อประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในสาธารณรัฐประชาชนจีน ในปี 2556 บริษัทจดทะเบียนจัดตั้ง Ocean Glass Trading India Private Limited เพื่อพัฒนาตลาดและสร้างเครือข่ายตัวแทนจำหน่าย และในปี 2559 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท คริสตัล เคลียร์ อินโนเวชั่น จำกัด ในประเทศไทยเพื่อการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัททั้งหมดเป็นภาชนะเครื่องแก้วสำหรับใช้บนโต๊ะอาหาร ผลิตโดยอาศัยเทคโนโลยีและเครื่องจักร อันทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ทำให้ได้เครื่องแก้วที่มีคุณภาพสูง โปร่งใส รูปแบบทันสมัย เหมาะสมกับการใช้งาน มี ลวดลายพิมพ์ที่สวยงามชัดเจน จึงเป็นที่ต้องการของตลาด โดยบริษัทได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9001:2008 OHSAS 18001:2007 มอก. (TIS) 18001:1999 และ มอก. (TIS) 603-2546

ผลิตภัณฑ์เครื่องแก้วของบริษัทจัดจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า Ocean สำหรับเครื่องแก้วโซดาโลม และ LUCARIS สำหรับเครื่องแก้วคริสตัลลินในระดับพรีเมียม ซึ่งเครื่องหมายการค้าดังกล่าวได้เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าอย่าง กว้างขวางและมีคุณภาพสูงทัดเทียมกับผู้นำในตลาดโลก ผลิตภัณฑ์ถูกจัดจำหน่ายโดยตรงและผ่านเครือข่ายผู้แทน จำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

#### ผลิตภัณฑ์ของบริษัท แบ่งเป็น 3 ประเภทตามกระบวนการผลิต

- 1) Blownware ได้แก่ เครื่องแก้วที่มีลักษณะทรงกระบอกกลมยาว หรือทรงเหลี่ยม ขอบแก้วบาง เช่น แก้วน้ำ โถแก้ว ถูกผลิตโดยอาศัยกระบวนการอัดและเป่าแก้ว (Press & Blow Process)
- 2) Pressware ได้แก่ เครื่องแก้วรูปแบน ทรงกลมมีหู หรือรูปทรงอื่นๆ ขอบแก้วจะมีความหนา เช่น จาน ชาม จาน รองแก้ว ที่เขี่ยบุหรี่ แก้วกัน แก้วเบียร์ เป็นต้น เครื่องแก้วประเภทนี้ถูกผลิตโดยกระบวนการอัด (Press Process)
- 3) Stemware ได้แก่ เครื่องแก้วที่มีก้านเรียบสำหรับจับ ไม่มีหู เช่น แก้วไวน์ แก้วبرانดี แก้วแชมเปญ ถูกผลิตโดย กระบวนการเป่าตัวแก้วและอัดขึ้นรูปก้านแก้ว (Blow & Blow and Press Process)

### 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

#### นโยบายและลักษณะการตลาด

บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องแก้วทั้งในประเทศ และต่างประเทศทั่วโลก ในปี 2563 บริษัทมีสัดส่วนการจำหน่าย สินค้าในประเทศคิดเป็นร้อยละ 29.8 และตลาดต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 70.2 โดยมีกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่

1. Food Service หรือลูกค้าที่ทำธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น โรงแรม และร้านอาหาร
2. Retail หรือลูกค้าที่ทำธุรกิจค้าปลีก เช่น ห้างค้าปลีกต่างๆ
3. Business to Business (B2B) หรือลูกค้าที่เป็นบริษัทห้างร้าน รวมถึงหน่วยงานราชการต่างๆ ซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการขาย หรือเป็นของขวัญ เช่น บริษัทเครื่องดื่ม และธนาคาร

#### สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ด้วยวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโคโรนา 2019 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โรงแรมและร้านอาหาร หยุดชะงัก ส่งผลให้ความต้องการสินค้าในตลาดลดลง ผู้ผลิตเครื่องแก้วที่ใช้บนโต๊ะอาหารมีสินค้าที่เหลือจากกำลังการผลิตส่วนเกินจนเกิดสภาวะสินค้าล้นตลาดและมีการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรง ประกอบกับสถานการณ์ค่าเงินบาทที่

ยังคงแข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้จำหน่ายรายอื่นนำเข้าสินค้าเครื่องแก้วและสินค้าทดแทนจากต่างประเทศมาจำหน่าย และแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มลูกค้าปีทูปี และกลุ่มลูกค้าร้านอาหารขนาดกลาง และขนาดเล็ก

ทั้งนี้ บริษัทยังคงเดินหน้าดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการรับรู้แบรนด์ในตลาดหลักซึ่งได้แก่ ประเทศไทย จีน อินเดีย เวียดนาม โดยบริษัทเน้นจัดกิจกรรมด้านการตลาดผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียเป็นหลัก ในปี 2563 บริษัทได้สำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์ Ocean ในด้านผลิตภัณฑ์ การจัดส่งสินค้า และการขาย โดยตลาดประเทศไทยมีอัตราความพึงพอใจอยู่ที่ร้อยละ 89.4 ในขณะที่ตลาดต่างประเทศ (จีนและอินเดีย) มีอัตราความพึงพอใจอยู่ที่ร้อยละ 70.4 สำหรับแบรนด์ Lucaris การรับรู้ของแบรนด์ผ่านโซเชียลมีเดีย ใน Facebook ซึ่งมีผู้ติดตาม 240,000 คน เพิ่มขึ้น 38,010 คนจากปี 2562 และใน Weibo มีผู้ติดตามจำนวน 147,000 แสนคน นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญสำหรับเทศกาลปีใหม่ได้รับการยอมรับและสามารถสร้างยอดขายชุดของขวัญเทศกาลเพิ่มขึ้น 33% เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2562

#### การจัดหาผลิตภัณฑ์

##### (ก) การจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

บริษัทตั้งโรงงานอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ บนพื้นที่ 82-2-11.5 ไร่ ปัจจุบัน มีเครื่องจักรหลัก คือ เตาหลอมแก้ว จำนวน 3 เตา เครื่องจักรขึ้นรูปแก้วพร้อมเตาอบแก้ว จำนวน 12 ชุด (สายการผลิต) โดยเตาหลอมที่ 3 และเครื่องจักรขึ้นรูปแก้วชุดที่ 12 ได้ถูกติดตั้งเสร็จและเริ่มดำเนินการผลิตจริงในปลายปี 2553 กำลังการผลิตรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นดังนี้

	2563	2562	2561	2560	2559
กำลังการผลิตจริง (ตัน)	27,094	50,310	54,087	50,154	51,944
กำลังการผลิตจริง (ล้านชิ้น)	64	121	132	123	126

##### หมายเหตุ

ในปี 2563 บริษัทหยุดสายการผลิตบางส่วนชั่วคราวสำหรับเตาหลอมแก้วโซดาไลม์ (เตาหลอม B) และเตาหลอมแก้วคริสตัลไลน์ (เตาหลอม C) เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2563 และวันที่ 1 เมษายน 2563 ตามลำดับ เพื่อซ่อมบำรุง และบริหารสินค้าคงเหลือ โดยสายการผลิตเตาหลอมแก้วโซดาไลม์ (เตาหลอม A) ยังคงดำเนินการผลิตตามปกติ

##### (ข) การจัดหาวัตถุดิบเพื่อผลิต

วัตถุดิบหลักของบริษัท ได้แก่ ทรายแก้ว หินปูน และเศษแก้ว สามารถจัดหาได้จากแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศและต่างประเทศได้โดยไม่ขาดแคลน ส่วนวัตถุดิบและสารเคมีสำคัญอื่น เช่น โซดาแอช บริษัทจัดหาจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศหลายรายอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการตามมาตรฐานงานจัดซื้อทั่วไป

## (ค) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทยึดมั่นและถือเป็นนโยบายในการผลิตสินค้าคุณภาพสูงและปลอดภัยในการใช้งาน และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ดังนั้นผู้บริหารจึงสนับสนุนให้พนักงานทุกคนในทุกระดับถือปฏิบัติตามมาตรฐานคุณภาพ ISO 9001:2008 รวมถึงการนำเอาระบบมาตรฐานความปลอดภัยและชีวอนามัย OHSAS 18001:2007 มาปฏิบัติใช้ทั่วทั้งองค์กร นอกจากนี้บริษัทตั้งเป้าหมายในการเป็นเลิศด้านการผลิตสินค้าและการให้บริการแล้ว บริษัทยังดำเนินการด้วยการคำนึงและเอาใจใส่ในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยบริษัทได้ดำเนินการในเรื่องต่อไปนี้

- ลดมลภาวะในอากาศและสิ่งปฏิกูลในทุกขบวนการผลิต
- ลดการใช้ และเพิ่มการนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นๆ รวมถึงการบริหารการสูญเสียต่างๆ
- มุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยสำหรับพนักงานในทุกสถานประกอบการของบริษัท

บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559

## 2.3 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโคโรนา 2019

- บริษัทได้ประเมินความเสี่ยง ผลกระทบ และโอกาสที่อาจเกิดจากการแพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปภายใต้สภาวะวิกฤต
- โดยบริษัทให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน คู่ค้า และลูกค้า โดยบริษัทได้ประเมินความเสี่ยง เช่น กรณีพนักงานหรือผู้ใกล้ชิดติดเชื้อ กรณีภาครัฐงดกิจกรรม การประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน เป็นต้น และจัดทำมาตรการป้องกันเพื่อรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น โดยบริษัทได้เริ่มปฏิบัติตามแผนในเดือนมีนาคม 2563 เช่น การประกาศห้ามพนักงานเดินทางออกนอกประเทศ หรือเดินทางเข้าไปในพื้นที่เสี่ยง การจัดทำมาตรการคัดกรองบุคคลภายนอกก่อนเข้าพื้นที่สำนักงาน และโรงงานผลิตด้วยการวัดอุณหภูมิและกรอกแบบประเมินความเสี่ยง แจกเจลแอลกอฮอล์ล้างมือให้กับพนักงาน พร้อมทั้งประกาศงดรับแขกให้พนักงานรักษาสุขอนามัย หมั่นล้างมือบ่อยๆ โดยบริษัทได้ประกาศให้พนักงานทำงานที่บ้าน (Work From Home) ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคมจนถึงเดือนเมษายน 2563 เพื่อป้องกันการติดต่อและการแพร่ระบาดของเชื้อโรค ทั้งนี้ บริษัทได้ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความปลอดภัยของข้อมูล ทำให้พนักงานสามารถทำงานที่บ้าน (Work From Home) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ความเสี่ยงด้านการตลาด
- เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นส่งผลให้ความต้องการสินค้าในตลาดมีปริมาณลดลง การขายสินค้าในประเทศและต่างประเทศชะลอตัว ฝ่ายบริหารจึงได้ดำเนินการหยุดสายการผลิตบางส่วนเพื่อลดผลกระทบจากปริมาณสินค้าคงเหลือที่อาจเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งควบคุมค่าใช้จ่ายภายในบริษัทเพื่อลดผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว

#### ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยส่งสินค้าออกจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศทำให้มีรายได้เป็นสกุลเงินต่างประเทศ โดยมีสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นสกุลเงินหลัก บริษัทจึงป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศโดยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อลดความผันผวน

#### ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

บริษัทจำหน่ายสินค้าและจัดหาปัจจัยการผลิตภายใต้เงื่อนไขเงินสดและการให้และรับสินเชื่อ ทั้งนี้ ภายใต้วิกฤตเศรษฐกิจจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโคโรนา 2019 บริษัทบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพคล่องด้วยความรอบคอบ มีการบริหารลูกหนี้และรักษาวงเงินสินเชื่อที่มีกับสถาบันการเงิน โดยบริษัทยังคงความสามารถในการหาแหล่งเงินทุนเพื่อจัดสรรเป็นเงินทุนหมุนเวียนให้เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ

#### ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทจำหน่ายสินค้าภายใต้เงื่อนไขสินเชื่อทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงมีความเสี่ยงที่ลูกค้าหรือคู่สัญญาไม่สามารถชำระหนี้ให้แก่บริษัทตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้เมื่อครบกำหนด บริษัทควบคุมความเสี่ยงดังกล่าวโดยกำหนดให้มีนโยบายและขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ โดยให้มีการวิเคราะห์และทบทวนฐานะทางการเงินของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทได้ขายสินค้าและให้บริการแก่ลูกค้าที่มีประวัติสินเชื่ออยู่ในระดับที่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังมีการให้ลูกค้าวางหลักประกันวงเงินสินเชื่อในรายที่มีความเสี่ยงสูง สำหรับลูกค้าต่างประเทศจะมีการขายภายใต้เงื่อนไข L/C

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย

เนื่องจากลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทไม่ขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในตลาด และธุรกรรมการเงินของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับอนุพันธ์อัตราดอกเบี้ยจะต้องได้รับการอนุมัติจากผู้บริหารสูงสุดของสายงานบัญชีการเงิน อย่างไรก็ตาม บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยอันเกิดจากเงินกู้ยืมเพื่อลดผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทั้งนี้ หนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาดหรือมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาดในปัจจุบัน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยของบริษัทจึงอยู่ในระดับต่ำ

ความเสี่ยงด้านการผลิต

วัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้ในการผลิตนั้น บริษัทจัดหาได้จากแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศและจากบริษัทตัวแทนนำเข้า ที่ผ่านมาราคาวัตถุดิบมีความผันผวนในระดับที่ควบคุมได้ แต่เนื่องจากการผลิตแก้วมีความต้องการใช้พลังงานสูง ราคาพลังงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาก๊าซธรรมชาติและราคาก๊าซปิโตรเลียมเหลวจึงส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต บริษัทได้ตระหนักถึงผลดังกล่าวจึงมีการวางแผนการใช้และการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักรอย่างต่อเนื่อง เน้นกระบวนการประหยัดพลังงานในทุกขั้นตอนการผลิต ลดจำนวนของเสีย

นอกจากนี้อะไหล่และส่วนประกอบของเครื่องจักรและอุปกรณ์ส่วนใหญ่ต้องมีการนำเข้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศ บริษัทได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านความรู้และทักษะของช่างและวิศวกรทำให้สามารถใช้งานอุปกรณ์และเครื่องจักรได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและยืดระยะเวลาการใช้งานไปได้ยาวนานขึ้น



**4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ**

**4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก**

บริษัทมีทรัพย์สินเพื่อใช้ในการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ ที่ดิน อาคารโรงงาน และเครื่องจักร มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดินในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 41 โฉนด	บริษัทเป็นเจ้าของ	938.00	ไม่มีภาระผูกพัน
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	บริษัทเป็นเจ้าของ	185.97	ไม่มีภาระผูกพัน
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์และเครื่องมือ	บริษัทเป็นเจ้าของ	882.67	ไม่มีภาระผูกพัน
4. เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และอุปกรณ์สำนักงาน	บริษัทเป็นเจ้าของ	9.12	ไม่มีภาระผูกพัน
5. ยานพาหนะ	บริษัทเป็นเจ้าของ	5.50	ไม่มีภาระผูกพัน
6. เครื่องจักรระหว่างติดตั้งและงานระหว่างก่อสร้าง	บริษัทเป็นเจ้าของ	175.15	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม		<u>2,196.41</u>	

**4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ**

บริษัทมีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีมูลค่าคงเหลือสุทธิจำนวน 11.00 ล้านบาท

**4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม**

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในการผลิต สร้างตราสินค้าและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องแก้ว รวมทั้งผลิตภัณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกับเครื่องแก้ว และสามารถใช้จ่ายประโยชน์จากตราสินค้าหรือช่องทางทางการตลาดที่มีอยู่ได้

**5. ข้อพิพาททางกฎหมาย**

- 5.1 คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น  
- ไม่มี -
- 5.2 คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้  
- ไม่มี -
- 5.3 คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัท  
- ไม่มี -

**6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น**

**6.1 ข้อมูลทั่วไป**

**(1) ข้อมูลบริษัท**

ชื่อบริษัท	บริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	75/88-91 ชั้น 34 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 2 ถนนสุขุมวิท 19 (ซอยวัฒนา) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ +66 (0) 2661 6556 โทรสาร +66 (0) 2661 6550
ประเภทธุรกิจ	ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายภาชนะเครื่องแก้วที่ใช้บนโต๊ะอาหาร โดยมีการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
เลขทะเบียนบริษัท	0107536000153
ทุนจดทะเบียน	500,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 50,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท
ทุนชำระแล้ว	213,307,150 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 21,330,715 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท
Home Page	<a href="https://www.oceanglass.com/">https://www.oceanglass.com/</a> , <a href="https://ocean-tableware.com/">https://ocean-tableware.com/</a>
Email	<a href="mailto:contact@oceanglass.com">contact@oceanglass.com</a> , <a href="mailto:ir@oceanglass.com">ir@oceanglass.com</a>
ที่ตั้งโรงงาน	365 – 365/1 หมู่ 4 นิคมอุตสาหกรรมบางปู ซอย 8 ตำบลแพรกษา อำเภอบางพลี สมุทรปราการ 10280 โทรศัพท์ : +66 (0) 2324 0422-4 โทรสาร : +66 (0) 2324 0420
ที่ตั้งโชว์รูม	อโศก (โอเชียนชอป) 175 อาคารไทยสมุทร ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ : +66 (0) 2661 6556 โทรสาร : +66 (0) 2258 0484

(2) รายละเอียดของนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นทางตรงตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

บริษัท/สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	ทุนชำระแล้ว	การถือหุ้นของบริษัท	
						จำนวนหุ้น	สัดส่วน (ร้อยละ)
บริษัท โอเชียนกลาส เทรตติ้ง (เซี่ยงไฮ้) จำกัด Room 1902, Jin Hang Tower, 83 Wan Hang Du Road, Jing An District, Shanghai, People's Republic of China โทรศัพท์ : +86 (21) 6135 9505 โทรสาร : +86 (21) 6135 9428	นำเข้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอเชียนกลาส	USD 150,000	หุ้นสามัญ	5,636	USD 150,000	5,636	100.00
บริษัท โอเชียนกลาส เทรตติ้ง อินเดีย จำกัด 574 Third Floor, Main Road, Chirag Delhi, New Delhi, India 110017 โทรศัพท์ : +91 (11) 4183 4111	ประกอบธุรกิจต่างๆ ตามที่กฎหมายในอินเดียอนุญาต	INR 500,000	หุ้นสามัญ	50,000	INR 500,000	49,999	99.99
บริษัท คริสตัล เคลียร์ อินโนเวชั่น จำกัด เลขที่ 75/88-91 ซอยสุขุมวิท 19 (วัฒนา) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร	ประกอบธุรกิจหลักเพื่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์	บาท 100,000	หุ้นสามัญ	20,000	บาท 100,000	19,998	99.99

(3) ข้อมูลบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์

**บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด**

อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 93 ถนนรัชดาภิเษก

เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : +66 (0) 2009 9000

ผู้สอบบัญชี

**บริษัท บริษัท สอบบัญชีธรรมนิติ จำกัด**

178 อาคารธรรมนิติ ชั้น 6-7 ซอยเพิ่มทรัพย์ (ประชาชื่น 20) ถนนประชาชื่น แขวงบางซื่อ

เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800

โทรศัพท์ : +66 (0) 2596 0500

ผู้ตรวจสอบภายใน

**บริษัท อีวาย คอร์ปอเรท เซอร์วิสเชส จำกัด**

อาคารเลครัชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ ชั้นที่ 33 เลขที่ 193/136-137

ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ : +66 (0) 2264 0777 โทรสาร : +66 (0) 2264 0789

ที่ปรึกษากฎหมาย

**บริษัท กลุ่มไทยสมุทร (ประเทศไทย) จำกัด**

175 ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ : +66 (0) 2260 5200 โทรสาร : +66 (0) 2260 5204

**บริษัท เสรี มานพ แอนด์ คอลส์ จำกัด**

21 ซอยอานวยวัฒน์ ถนนสุทธิสาร เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

โทรศัพท์ : +66 (0) 2693 2036 โทรสาร : +66 (0) 2693 4189

**บริษัท อภิสิทธิ์ แอนด์ อัลลายนแอนซ์ จำกัด**

ชั้น 9 ยูนิต 907 อาคารปาร์คเวนเชอร์ อีโคเพล็กซ์ 57 ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน

กรุงเทพฯ 10330

โทรศัพท์ : +66 (0) 2650 9850 โทรสาร : +66 (0) 2650 9849

**บริษัท อินเตอร์คอนติเนนตัล ลีเกิ้ล แอนด์ คอนซัลแทนท์ จำกัด**

80/1 หมู่ 4, ตำบลบางจาก อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130

โทรศัพท์ : +66 (0) 96 395 1445

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -