

บริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

ผลการดำเนินงานรวมสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559

ภาพรวมธุรกิจ

ในปี 2559 บริษัทโอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มีรายได้รวมจำนวน 2,054.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.42 เมื่อเทียบกับปีก่อนท่ามกลางการแข่งขันด้านราคาและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการแข่งขันในประเทศจีน และอินเดีย ซึ่งบริษัทยังคงรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้ได้ด้วยกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาช่องทางกระจายจำหน่าย และการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและตัวแทนจำหน่าย เป็นผลให้บริษัทมียอดขายเติบโตจากปีก่อนหน้า ทั้งนี้ บริษัทมีผลกำไรสุทธิรวม จำนวน 94.57 ล้านบาท หรือ 4.43 บาทต่อหุ้น

บริษัทมุ่งเน้นขยายช่องทางกระจายจำหน่ายในหลายภูมิภาค เช่น ภูมิภาคอาเซียน ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ภูมิภาคเอเชียใต้ ประเทศจีน สำหรับตลาดในประเทศ บริษัทยังคงรักษาส่วนแบ่งตลาดภายใต้เศรษฐกิจภายในประเทศที่ชะลอตัว โดยเน้นช่องทางกระจายจำหน่าย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกค้าธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food Service) กลุ่มลูกค้าปลีกที่ซื้อไปใช้ในครัวเรือน (Retail) และกลุ่มลูกค้า B2B ที่ซื้อผลิตภัณฑ์แล้วไปเป็นสินค้าในกิจกรรมส่งเสริมการขาย

บริษัทจำหน่ายสินค้าทั้งตลาดภายในประเทศและส่งออกยังตลาดต่างประเทศ กว่า 70 ประเทศทั่วโลก มีช่องทางกระจายจำหน่ายทั้งที่ผ่านตัวแทนจำหน่ายและพนักงานขายของบริษัท

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและดีไซน์ สามารถตอบสนองทุกความต้องการและไลฟ์สไตล์ของลูกค้า โดยในปี 2559 ตราสินค้า Ocean และ Ocean Professional ได้นำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด อาทิเช่น ชุดแก้วคอลเล็กชัน A Touch of Nature ซึ่งบอกเล่าเรื่องราวการผสมผสานความเป็นธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังมีชุดแก้วน้ำส่วนตัว Ocean ME ซึ่งได้รับการออกแบบให้สะท้อนบุคลิกของผู้บริโภค และแก้วเครื่องดื่มสำหรับงานสังสรรค์ ได้แก่ แก้วเครื่องดื่มรุ่น Society และ Sensation แก้วค็อกเทลรุ่น Cuba Poco Grande

ในปี 2559 Ocean และ Ocean Professional ได้จัดกิจกรรมด้านการตลาดและการส่งเสริมการขาย อาทิเช่น

- งานแสดงสินค้า Ambiente ประเทศเยอรมัน
- งานแสดงสินค้า AAHAR (The international Food and Hospitality Fair) ที่ประเทศอินเดีย
- งานแสดงสินค้า HOTELEX (Shanghai International Hospitality Equipment & Supply Expo) ที่ประเทศจีน
- งานแสดงสินค้า Marriott Conference ประเทศอินโดนีเซีย
- งานแสดงสินค้า FHA (Food & Hotel Indonesia) ที่ประเทศอินโดนีเซีย

สำหรับตราสินค้า Lucaris บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมที่สำคัญทางด้านการตลาดและการส่งเสริมการขาย อาทิเช่น

- การเป็นผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการในมหกรรมงานไวน์ระดับโลก หรือ วินเอ็กซ์โป ฮองกง 2559 (Vinexpo Hong Kong 2016) ณ ประเทศฮ่องกง
- งาน Lucaris Master Class ณ โรงแรม โอกูระ เพรสทีจ โดยได้รับเกียรติจากคุณอลัน แคม ประธานสมาคมเซน เดอ โรติสเซอร์ ประเทศไทย มาร่วมแชร์ประสบการณ์ในการดื่มไวน์ ผ่านคอลเลคชั่นใหม่ล่าสุดของ Lucaris Desire พร้อมแนะนำนวัตกรรม Aerlumer เส้นโค้ง 5 เส้นบริเวณกันแก้ว ที่ช่วยกระตุ้นปฏิกิริยาไมโครออกซิเดชั่นระหว่างไวน์กับอากาศ
- Lucaris ได้รับเกียรติจากเครือโรงแรมเซ็นทารา เอเชีย แปซิฟิค ในการส่งมอบประสบการณ์การชิมไวน์ผ่านแก้วคอลเลคชั่น "Desire" โดยผู้เข้าร่วมคือผู้บริหารระดับสูงด้านอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมเครือเซ็นทารา ในงานสัมมนาประจำปี เซตเอเชีย แปซิฟิค เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2559 ที่โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลเวิร์ล บรรยายโดย คุณ อลัน แคม ประธานสมาคมเซน เดอ โรติสเซอร์ ประเทศไทย
- Lucaris ได้จัดกิจกรรมไวน์เทสต์ขึ้นในรูปแบบ Lucaris Master Class ที่จังหวัดภูเก็ตและเกาะสมุย โดยเชิญกลุ่มธุรกิจโรงแรมชั้นนำเข้าร่วมกิจกรรม โดยกิจกรรมดังกล่าว ได้รับเกียรติจาก อาจารย์ไพรัช อินทพุดธิ ประธานสมาคมซอมเมอเรียแห่งประเทศไทย และเป็นที่ปรึกษาด้านไวน์ให้กับบริษัทชั้นนำเป็นผู้บรรยายและให้ความรู้

ในปี 2559 บริษัทยังคงมุ่งมั่นปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตตามกลยุทธ์ที่วางไว้ ซึ่งนอกจากการนำหลักการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร หรือ TQM (Total Quality Management) มาประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่องแล้ว บริษัทยังได้นำระบบ Lean Six Sigma มาปฏิบัติเพื่อลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบการจัดการอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559

นอกจากนี้ บริษัทได้ส่งเสริมและสนับสนุนเรื่องการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรมที่ช่วยปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ลดต้นทุน และลดมลภาวะซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2559 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท คริสตัล เคลียร์ อินโนเวชั่น จำกัด ขึ้นในประเทศไทย มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 99.99 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

สรุปผลการดำเนินงาน

ในปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการขายในงบการเงินรวม 2,040.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 52.45 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.64 เมื่อเทียบกับปีก่อน บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นรวมร้อยละ 39.10 ของยอดขาย ลดลงจากปีก่อนซึ่งมีอัตราร้อยละ 42.69 เนื่องจากผลกระทบทางด้านราคาจากภาวะการแข่งขันในธุรกิจเครื่องแก้วและต้นทุนพลังงานที่สูงขึ้นในไตรมาสสุดท้าย ในขณะที่บริษัทมีค่าใช้จ่ายรวมจำนวน 1,943.16 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.21 ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายเพื่อใช้ในการส่งเสริมการขาย ส่งผลให้บริษัทมีผลกำไรสุทธิจำนวน 94.57 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 29.12 หรือคิดเป็นกำไรต่อหุ้น 4.43 บาท

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

	ปี 2559 (ล้านบาท)	ปี 2558 (ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
รายได้จากการขาย	2,040.36	1,987.91	2.64
กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	8.93	(4.73)	(288.90)
รายได้อื่น	5.66	3.79	49.38
รวมรายได้	2,054.95	1,986.97	3.42
ต้นทุนขาย	1,242.63	1,139.29	9.07
ค่าใช้จ่ายจากการระงับการผลิตชั่วคราว	173.27	166.31	4.19
ค่าใช้จ่ายในการขาย	393.74	347.89	13.18
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	100.90	117.03	(13.78)
ต้นทุนทางการเงิน	32.62	42.00	(22.34)
รวมค่าใช้จ่าย	1,943.16	1,812.52	7.21
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	111.79	174.45	(35.92)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(17.22)	(41.02)	(58.02)
กำไรสำหรับปี	94.57	133.43	(29.12)
กำไรเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี, สุทธิจากภาษี	0.77	6.40	(87.95)
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	95.34	139.83	(31.81)
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาท)	4.43	6.26	(29.23)

รายได้จากการขาย

	ปี 2559 (ล้านบาท)	ปี 2558 (ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
รายได้จากการขาย	2,040.36	1,987.91	2.64
- ขายในประเทศ	595.84	541.46	10.04
- ขายต่างประเทศ	1,444.52	1,446.45	(0.13)

ในปี 2559 บริษัทมีสัดส่วนการขายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 29.20 และต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 70.80 โดยยอดขายในประเทศเติบโตขึ้นร้อยละ 10.04 เนื่องจากการเติบโตของยอดขายในกลุ่ม B2B เพื่อการส่งเสริมการขาย และกลุ่มธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ในขณะที่ยอดขายต่างประเทศค่อนข้างทรงตัว เนื่องมาจากสภาวะทางเศรษฐกิจทั่วโลกที่ยังคงชะลอตัว ประกอบกับการแข่งขันในตลาดต่างประเทศที่รุนแรงขึ้นโดยเฉพาะในประเทศจีนและอินเดีย

บริษัทมีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจำนวน 8.93 ล้านบาท เนื่องมาจากการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

- **ต้นทุนขาย**

บริษัทมีต้นทุนขายรวมจำนวน 1,242.63 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 103.34 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.07 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจากต้นทุนพลังงานที่สูงขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 4

- **ค่าใช้จ่ายจากการระงับการผลิตชั่วคราว**

บริษัทมีค่าใช้จ่ายจากการระงับการผลิตชั่วคราวเพิ่มขึ้นจำนวน 6.96 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.19 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยเป็นการระงับการผลิตชั่วคราวเพื่อบริหารสินค้าคงเหลือให้สอดคล้องกับการจำหน่าย

- **ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร**

ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นจำนวน 45.85 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.18 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ส่วนใหญ่เนื่องมาจากค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายและค่าใช้จ่ายในการขนส่ง อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจในประเทศจีน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลงจำนวน 16.13 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 13.78 เนื่องมาจากความมีประสิทธิภาพในการบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

- **รายจ่ายเพื่อทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม**

บริษัทมีรายจ่ายเพื่อทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมตามแนวทางของ สวทช. จำนวนทั้งสิ้น 2.82 ล้านบาท

- **ต้นทุนทางการเงิน**

บริษัทมีต้นทุนทางการเงินลดลง จำนวน 9.38 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 22.34 เนื่องจากบริษัทสามารถบริหารจัดการให้เกิดกระแสเงินสดจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวในระหว่างงวดส่งผลให้ภาระดอกเบี้ยจ่ายลดลง

- **กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น, สุทธิจากภาษี**

บริษัทมีกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นลดลงจำนวน 5.63 ล้านบาท จากปีก่อน เนื่องจากในปี 2558 บริษัทได้บันทึกผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน ประมาณ 6 ล้านบาท

ฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

	ปี 2559 (ล้านบาท)	ปี 2558 (ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
สินทรัพย์หมุนเวียน	1,360.25	1,469.89	(7.46)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,665.24	1,721.13	(3.25)
รวมสินทรัพย์	3,025.49	3,191.02	(5.19)
หนี้สินหมุนเวียน	641.96	699.46	(8.22)
หนี้สินไม่หมุนเวียน	688.88	825.48	(16.55)
รวมหนี้สิน	1,330.84	1,524.94	(12.73)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,694.65	1,666.08	1.71
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,025.49	3,191.02	(5.19)

▪ **สินทรัพย์**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 3,025.49 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนจำนวน 165.53 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 5.19 อันเป็นผลจาก

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลดลงจำนวน 24.41 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 20.83 เนื่องจากการบริหารจัดการกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จึงสามารถชำระคืนเงินกู้ยืมทั้งระยะสั้น และระยะยาวจากสถาบันการเงิน รวมถึงการจ่ายเงินปันผลในระหว่างงวด
- สินค้าคงเหลือ ลดลงจำนวน 57.60 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 5.48 เนื่องจากปริมาณการจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้นในระหว่างปี และการนโยบายการบริหารปริมาณสินค้าคงเหลือ
- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สุทธิ ลดลง 60.01 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 3.53 เนื่องจากผลสุทธิของการคิดค่าเสื่อมราคาในระหว่างปี จำนวน 161.61 ล้านบาท และการลงทุนเพิ่มของสินทรัพย์ในระหว่างงวดจำนวน 108.70 ล้านบาท

▪ **หนี้สิน**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีหนี้สินรวม 1,330.84 ล้านบาท ลดลงจำนวน 194.10 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นผลจากการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวจากสถาบันการเงิน

▪ **ส่วนของผู้ถือหุ้น**

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 1,694.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.57 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.71 เนื่องจากผลสุทธิจากการรับรู้ผลกำไรสำหรับปี และการจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นสำหรับผลการดำเนินงานของปีก่อน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

ความสามารถในการทำกำไร	หน่วย	ม.ค. – ธ.ค. 2559	ม.ค. – ธ.ค. 2558
อัตรากำไรขั้นต้น	ร้อยละ	39.10	42.69
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	ร้อยละ	6.36	10.94
อัตรากำไรสุทธิ	ร้อยละ	4.64	6.72
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	ร้อยละ	5.63	8.30
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	บาท/หุ้น	4.43	6.26
ความมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	หน่วย	ม.ค. – ธ.ค. 2559	ม.ค. – ธ.ค. 2558
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	ร้อยละ	4.65	6.82
ความสามารถในการดำรงสภาพคล่อง	หน่วย	31 ธ.ค. 2559	31 ธ.ค. 2558
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	2.12	2.10
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว	เท่า	0.50	0.51
อายุเฉลี่ยของลูกหนี้การค้า	วัน	37	38
อายุเฉลี่ยของสินค้าคงเหลือ	วัน	182	197
อายุเฉลี่ยของเจ้าหนี้การค้า	วัน	46	45
วงจรเงินสด	วัน	173	190
อัตราส่วนวิเคราะห์หนี้โยบายทางการเงิน	หน่วย	31 ธ.ค. 2559	31 ธ.ค. 2558
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.79	0.92
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย	เท่า	9.49	9.21
อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน	เท่า	1.76	1.47

จากอัตราส่วนแสดงความสามารถในการดำรงสภาพคล่องและอัตราส่วนวิเคราะห์หนี้โยบายทางการเงิน จะพบว่า บริษัทยังคงมีสภาพคล่องที่ดีใกล้เคียงกับปีก่อน และมีความสามารถในการจ่ายชำระดอกเบี้ยและภาระผูกพันทางการเงินได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้บริษัทยังคงรักษาอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสัญญากู้ยืมเงินระยะยาวจากสถาบันการเงินภายในประเทศ

ภาระผูกพันด้านการบริหารและบริการ (ค่าสิทธิ)

เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2558 บริษัททำสัญญาบริการออกแบบผลิตภัณฑ์กับบริษัทต่างประเทศแห่งหนึ่ง ภายใต้ข้อกำหนดของสัญญาดังกล่าว บริษัทต่างประเทศจะให้บริการออกแบบและคำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก้วแก่กลุ่มบริษัท เพื่อเป็นการตอบแทน กลุ่มบริษัทตกลงจ่ายค่าสิทธิเป็นจำนวนคงที่ สัญญานี้สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562