



บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน)
Thai Steel Cable Public Company Limited

คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ
ประจำปีไตรมาสที่ 1/2557

ผลการดำเนินงาน

หน่วย : ล้านบาท	ต.ค – ธ.ค.2556	% ต่อยอดขาย	ต.ค – ธ.ค.2555	% ต่อยอดขาย
รายได้	724.2	100%	913.0	100%
ต้นทุนขาย	(602.2)	(83.2%)	(740.0)	(81.05%)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(98.5)	(13.6%)	(107.0)	(11.7%)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(2.7)	(0.4%)	(0.8)	(0.1%)
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	(0.7)	(0.1%)	(4.2)	(0.5%)
กำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จ	30.4	4.2%	86.7	9.5%

- รายได้รวม 724.2 ล้านบาทลดลง 188.8 ล้านบาท หรือคิดเป็น 20.7% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนซึ่งเป็นผลจากเศรษฐกิจภายในประเทศถดถอยและปัญหาความไม่สงบทางการเมือง ส่งผลให้ผู้ผลิตรถยนต์และจักรยานยนต์ลดปริมาณการสั่งซื้อลง
- อัตราส่วน % กำไรสุทธิต่อยอดขายของไตรมาส 1/2557เท่ากับ 4.2% ต่ำกว่าปี 2555 ซึ่งเท่ากับ 9.5% สาเหตุมาจากลูกค้ารายหลักของบริษัทลดปริมาณการสั่งซื้อและการส่งมอบงานลดลง

ฐานะทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท	2556	2555
สินทรัพย์หมุนเวียน	1,134.1	1,235.1
สินทรัพย์รวม	2,557.9	2,427.3
หนี้สินหมุนเวียน	792.4	767.8
หนี้สินรวม	848.3	868.2
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม	1,709.6	1,559.1

อัตราส่วน	2556	2555
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น	14.2%	18.0%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	1.8%	5.4%
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน	1.43	1.61
อัตราส่วนหนี้ต่อทุน	0.50	0.56

อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (Gross Profit Ratio) และอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE) ของปี 2556 ต่ำกว่าปี 2555 เนื่องจากยอดขายที่ต่ำกว่า



บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน) Thai Steel Cable Public Company Limited

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio) ลดลง เนื่องจากบริษัทมีการกู้ยืมเงินระยะสั้นจากธนาคารพาณิชย์เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน จึงส่งผลให้ Current Ratio ปี 2556 ลดลงจากปี 2555

อัตราส่วนหนี้ต่อทุน (Debt/Equity Ratio) ในระหว่างปี 2556 ลดลง เนื่องจากบริษัทได้ชำระเงินกู้ยืมสำหรับก่อสร้างโรงงาน คืนให้กับธนาคารพาณิชย์ จึงส่งผลให้อัตราส่วนหนี้ต่อทุนต่ำลงจากปี 2555

แม้ว่ายอดขายในไตรมาสนี้จะลดลงจากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศถดถอยและปัญหาความไม่สงบทางการเมือง แต่ทางบริษัทก็ได้ทำการปรับปรุงการผลิตและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีผลทำให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับบริษัทพยายามขยายฐานผลิตภัณฑ์และลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อให้สามารถรักษาอัตรากำไรสุทธิให้คงที่ได้