

รายได้ในไตรมาส 2/2569 ปรับตัวเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับผลประกอบการในช่วงเดียวกันปีก่อน และเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า

รายได้รวม

บริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน) รายงานรายได้รวมในไตรมาส 2/2569 ที่ 317.18 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.32% จากช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อน อยู่ที่ 259.31 ล้านบาท จากการเติบโตขึ้นในธุรกิจมาสเตอร์แบทช์ ธุรกิจให้บริการติดตั้งระบบโซล่าเซลล์ และระบบน้ำและให้บริการรับเหมาก่อสร้างทุกชนิด

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 64.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 47.24 ล้านบาท โดยบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้น ไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 20.36% เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนอยู่ที่ 18.30% เนื่องจากได้มีการจำหน่าย Masterbatch ที่ผลิตก่อนเกิดภาวะสงครามในวันออกกลางซึ่งส่งผลต่อราคาวัตถุดิบขยับตัวสูงขึ้น

กำไรก่อนภาษีเงินได้

กำไรก่อนภาษีเงินได้ ไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 13.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 304.79% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 3.36 ล้านบาท โดยที่ทุกกลุ่มธุรกิจของบริษัทบริหารค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารให้สอดคล้องและอยู่ในงบประมาณที่วางไว้

กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิ

กำไรสุทธิไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 13.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 210.34% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 4.35 ล้านบาท ส่งผลมาจากอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น ต้นทุนทางการเงินลดลงจากการปรับอัตราดอกเบี้ยตามนโยบายของ BOT แต่ค่าใช้จ่ายทางภาษีเพิ่มขึ้นเนื่องจากสิทธิประโยชน์ทาง BOI จบโครงการส่งผลให้บริษัทมีอัตรากำไรสุทธิที่ 4.28% เพิ่มขึ้น จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่ 1.68%

ข้อมูลหลักทรัพย์

ราคาหุ้น (14/08/2568)	0.99 บาท
จำนวนหุ้นจดทะเบียน:	647,861,080 บาท
ราคาพาร์:	1.00 บาท
มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด	939.40 ลบ.

ภาพรวมของธุรกิจ

บริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ COLOR ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2546 ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเม็ดพลาสติกผสมสีและสารเติมแต่งแบบเข้มข้น หรือเม็ดพลาสติกมาสเตอร์แบทช์ (Masterbatch) เม็ดพลาสติกผสมสีและสารเติมแต่งสำเร็จรูป หรือเม็ดพลาสติกคอมพาวด์ (Compound) และสีผสมพลาสติกแบบชนิดผง (Dry Colorant) เพื่อจำหน่ายให้ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกประเภทต่างๆ อาทิ ถุงพลาสติก บรรจุภัณฑ์เครื่องอุปโภคและเครื่องสำอาง บรรจุภัณฑ์อาหาร การเกษตร เป็นต้น

ตลอดระยะเวลากว่า 23 ปี บริษัทมีการขยายกำลังการผลิตต่อเนื่อง และสร้างธุรกิจใหม่ โดยมุ่งเน้นนวัตกรรม และส่งเสริมแนวคิด ESG ประกอบด้วย นวัตกรรมเพื่อช่วยส่งเสริมภาคการเกษตร จัดตั้งบริษัท THE BUBBLES ประกอบธุรกิจด้านพลังงานทางเลือก และ บริษัท SUBTERRA ประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ท่อระบายน้ำใต้ดิน สายไฟและสายสื่อสารใต้ดิน

กระแสเงินสดและอัตราหนี้สินสุทธิต่อทุน

กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานในไตรมาส 2/2569 เป็นลบ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินจากการดำเนินงานเพิ่มจากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเกิดสงครามในวันออกกลางซึ่งผลกระทบต่อราคาน้ำมัน มีการปรับตัวสูงขึ้นอีกทั้งมีความต้องการมากขึ้นทำให้มีการบริหารจัดการเตรียมวัตถุดิบเพิ่มขึ้น เพื่อป้องกันความเสี่ยง และสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้มีประสิทธิภาพ โดยอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อทุนของบริษัท ณ สิ้นไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ระดับ 0.85 เท่า

บทวิเคราะห์ทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท	Q2/69	Q2/68	YoY	Q1/69	QoQ
ยอดขาย	315.75	258.19	22.29%	263.95	19.62%
ต้นทุนขาย	(251.47)	(210.95)	19.21%	(215.26)	16.82%
กำไรขั้นต้น	64.28	47.24	36.07%	48.69	32.02%
รายได้อื่น	1.43	1.12	27.68%	1.20	19.17%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(47.92)	(42.58)	12.54%	(42.98)	11.49%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้และดอกเบี้ยจ่าย	17.79	5.78	207.79%	6.91	157.45%
ต้นทุนทางการเงิน	(1.88)	(2.42)	(22.31%)	(1.81)	3.87%
กำไรก่อนผลประโยชน์ภาษีเงินได้	15.91	3.36	373.51%	5.10	211.96%
(คชจ) ผลประโยชน์ภาษีเงินได้	(2.41)	0.99	(343.43%)	(2.37)	1.69%
กำไรสุทธิ	13.50	4.35	210.34%	2.73	394.51%
กำไรต่อหุ้น	0.0232	0.0103		0.0068	
อัตรากำไรขั้นต้น	20.36%	18.30%		18.45%	
สัดส่วน SG&A ต่อยอดขาย	15.18%	16.49%		16.28%	
อัตรากำไรสุทธิ	4.28%	1.68%		1.03%	

ยอดขาย

บริษัทรายงานยอดขายและบริการในไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 315.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.29% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่ 258.19 ล้านบาท ประกอบไปด้วย

- ธุรกิจมาสเตอร์แบทช์ ปี 2569 มียอดขายเท่ากับ 289.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน 18.60% ที่ 243.84 ล้านบาท เนื่องจากมีความต้องการในสินค้าเพิ่มขึ้นจากภาวะสงครามในตะวันออกกลาง
- ธุรกิจจำหน่ายและให้บริการติดตั้งรวมถึงรับเหมาก่อสร้าง ปี 2569 มียอดขายเท่ากับ 18.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน 94.93% ที่ 9.47 ล้านบาท เนื่องจากการโครงการรับเหมาก่อสร้างอาคาร มีขึ้น

ความสำเร็จของงานเพิ่มขึ้นทำให้รับรู้รายได้ตามขั้น
ความสำเร็จของงานเพิ่มขึ้น

กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น (GPM)

บริษัทรายงานกำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2569 ที่ 64.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 36.07% ที่ 47.24 ล้านบาท โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ 20.36% เทียบกับ 18.30% ในปี 2568 โดยมีปัจจัยจากความต้องการ Masterbatch เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะในช่วงเกิดภาวะสงครามทางด้านราคาของ Masterbatch สูงขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร (SG&A) ในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 47.92 ล้านบาทใกล้เคียงกับปีก่อน จากการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายขายและบริหารให้เป็นไปตามนโยบาย และมีประสิทธิภาพที่สุด และสอดคล้องกับยอดขายโดยรวมของทั้งกลุ่มบริษัท

บทวิเคราะห์ สถานะทางการเงิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 สินทรัพย์รวมของบริษัท อยู่ที่ 1,514 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.15% จาก 1,338 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือสุทธิ

หนี้สินรวม อยู่ที่ 695 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 34.69% จาก 516 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายการ เงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน และเจ้าหนี้การค้า โดยบางส่วนลดลงจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน

ส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด อยู่ที่ 820 ล้านบาท ลดลงจาก 822 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 เนื่องจากการองค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น

บทวิเคราะห์กระแสเงินสด

ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2569 เงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงานอยู่ที่ 21 ล้านบาท กระแสเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินจากการดำเนินงานเป็นบวกที่ 68 ล้านบาท

เงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมการลงทุนเท่ากับ 11 ล้านบาท ลดลงจาก 13 ล้านบาท ในปีก่อน มีสาเหตุหลักมาจากการชะลอ

ตัวของเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรของบริษัท
ชะลอตัวเพื่อให้สอดคล้องกับแผนธุรกิจ

บริษัทบันทึกเงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงินอยู่ที่
28.66 ล้านบาท ใน Q2/2569 เพิ่มขึ้น จากปีก่อน จากเงินสด
รับสุทธิจากเงินกู้ยืมระยะสั้น 400 ล้านบาท และจ่ายชำระคืน
สถาบันการเงินจำนวน 346 ล้านบาท ในครึ่งปีแรกของปี 2569
จำนวนเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น(ลดลง)สุทธิ
3.31 ล้านบาท ในไตรมาสแรกของปี 2569 ส่งผลให้เงินสดและ
รายการเทียบเท่าเงินสด ณ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 20.21
ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ:

	Q2/69	Q2/68
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (%)	20.36	18.30
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	4.28	1.68
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า) D/E	0.85	0.73
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	1.27	1.23
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ROA (%)	2.59	3.19
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ROE (%)	3.03	5.69
กำไรต่อหุ้น EPS	0.0232	0.0103

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรในไตรมาส 2/2569
ลดลงจากปีก่อน โดยมี GP ที่ 20.36% (เทียบกับ 18.30% ใน
ปี 2568), NPM ที่ 4.28% (เทียบกับ 1.68% ในปี 2568),
ROA ที่ 2.59% (เทียบกับ 3.19% ปี 2568), ROE ที่ 3.03%
(เทียบกับ 5.69% ในปี 2568) และ EPS ที่ 0.0232 (เทียบ
กับ 0.0103 ในปี 2568) สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของ
รายได้รวม

อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 0.85 เพิ่มขึ้น
จากงวดเดียวกันของปีก่อน และอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนในปี
2569 อยู่ที่ 1.27 เท่า เพิ่มขึ้น จาก 1.23 เท่า จากงวดเดียวกัน
ของปีก่อน โดยบริษัทยังมีสภาพคล่องที่เพียงพอต่อการดำเนิน
ธุรกิจของปีก่อน โดยบริษัทยังมีสภาพคล่องที่เพียงพอต่อการ
ดำเนินธุรกิจ

การพัฒนาด้านความยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร ปี 2026 ดำเนินการ
สอดคล้องตั้งแต่ต้นนโยบาย กลยุทธ์องค์กร และติดตามผลการ
ดำเนินการรายไตรมาส รวมถึงการยกระดับการเปิดเผยข้อมูล
ตามแนวทางมาตรฐานที่เหมาะสม

- **มิติด้านสิ่งแวดล้อม** ขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์ 4C ตามด้านล่าง
และจัดทำ CFO องค์กรให้ครบ 3 ขอบเขต

การดำเนินงานมิติสิ่งแวดล้อม ด้วยกลยุทธ์ 4C

C1 – Clean Energy มุ่งมั่นพลังงานสะอาด และการบริหาร
จัดการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

C2 – Create Green มุ่งมั่นการลงทุนในธุรกิจที่สะอาด และ
เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อชุมชน
และสังคม

C3 – Circular Economy and Waste Management การ
บริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ และดำเนินงานภายใต้
แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

C4 – Carbon Offsetting พัฒนาโครงการหรือกิจกรรมลด
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้มากขึ้น

- **มิติด้านสังคม** การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนเพิ่มขึ้น
- **มิติด้านธรรมาภิบาล** ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส และมุ่ง
ยกระดับองค์กร ให้มีมาตรฐานที่ดี

บริษัทได้รับคัดเลือกให้อยู่ใน SET ESG Rating ระดับ AA
ประจำปี 2568 และเข้ารับการประเมิน FTSE Russell ESG
Scores รวมถึงรางวัลอื่นๆ ที่แสดงให้เห็นถึงการดำเนินงาน
พัฒนาด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

สงครามระหว่างสหรัฐอเมริกา-อิหร่าน ส่งผลต่อราคาและ
ปริมาณวัตถุดิบหลัก โดยบริษัทประสานงานใกล้ชิดกับผู้ขาย
หลัก เพื่อให้มั่นใจว่ามีวัตถุดิบเพียงพอ และสื่อสารกับลูกค้า
อย่างต่อเนื่องถึงสถานการณ์ และแผนการส่งมอบสินค้าให้
สอดคล้องสถานะตลาด รวมถึงการหาแหล่งวัตถุดิบทางเลือก
จากประเทศในแถบเอเชีย เพื่อลดผลกระทบการขาดแคลน