WR/SET/0017/2569

13 พฤศจิกายน 2569

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ไตรมาสที่ 3 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569
เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท วอริกซ์ สปอร์ต จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอนำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของฝ่ายจัดการ ไตรมาสที่ 3 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ภาพรวมผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3/2569

บริษัท วอริกซ์ สปอร์ต จำกัด (มหาชน) มีรายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 3/2569 จำนวน 462.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.62 ล้านบาท หรือ 0.57% เมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจาก

- การเติบโตของสินค้ากลุ่ม Non-Licensed โดยเฉพาะสินค้าคอลเลคชั่น ได้แก่ สินค้าเสื้อโปโลไลฟ์สไตล์ สินค้ากีฬาวิ่ง กางเกงและรองเท้าวิ่ง ชุดทีม (Teamwear) ชุดวอร์ม (Tracksuit) และเสื้อ Oversize Jersey รวมถึงสินค้ากลุ่ม Licensed ได้แก่ สินค้าทีมชาติไทยฤดูกาลใหม่ 2026/27 ซึ่งได้รับความนิยมมากกว่าปีก่อน สินค้าสโมสรฟุตบอลที่มีการส่งมอบในไตรมาสนี้ และสินค้าลิขสิทธิ์อื่นๆ
- การเติบโตของช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการขายผ่าน TikTok Live และ E-commerce Platform รวมถึงช่องทางร้านค้าของบริษัท และงานออกร้านจัดรายการสินค้า/งานแสดงต่างๆ ซึ่งมีการขยายระยะเวลาและพื้นที่จัดรายการ
- อย่างไรก็ตาม บริษัทมียอดขายลดลงในช่องทางร้านค้าทั่วไป (Traditional Trade) และห้างสรรพสินค้า (Modern Trade) จากการลดปริมาณการซื้อสินค้าเพื่อเก็บสต็อก รวมถึงช่องทางงานโครงการ (Project Based) ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว และยอดขายต่างประเทศที่ยังไม่เป็นไปตามแผน ประกอบกับการปิดร้านในประเทศสิงคโปร์

บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 52.70% เพิ่มขึ้นจาก 47.69% ในไตรมาส 3/2568 หรือเพิ่มขึ้น 5.01% เนื่องจากมีสัดส่วนการขายสินค้าที่ให้อัตรากำไรขั้นต้นสูงขึ้น ประกอบกับมีสัดส่วนยอดขายที่มาจากช่องทาง Owned Channel เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นช่องทางที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ตลอดจนการบริหารต้นทุนสินค้าและส่วนลดการขายในช่องทางต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าการเติบโตของรายได้ โดยมีสาเหตุหลักจากค่าธรรมเนียมและค่าโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ ค่าส่งเสริมการขาย เงินสดสนับสนุนตามสัญญา ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ การขยายช่องทางจำหน่าย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน รวมถึงค่าซอฟต์แวร์และค่าตัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ตามโครงการ Business Transformation นอกจากนี้ ในไตรมาส 3/2569 บริษัทมีรายการค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าจำนวน 7.69 ล้านบาท มีค่าเผื่อผลขาดทุนด้าน

เครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (ECL) จำนวน 2.08 ล้านบาท ส่งผลให้บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิ 19.48 ล้านบาท เทียบกับกำไรสุทธิ 16.04 ล้านบาทในไตรมาส 3/2568 หรือผลประกอบการลดลง 35.52 ล้านบาท

ภาพรวมผลการดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือน ปี 2569

สำหรับงวด 9 เดือน ปี 2569 บริษัทมีรายได้จากการขายและบริการจำนวน 1,262.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 155.30 ล้านบาท หรือ 14.02% เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือน ปี 2568 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจาก

- การเติบโตของสินค้ากลุ่ม Non-Licensed ได้แก่ สินค้าคอลเลคชั่นและสินค้าคลาสสิค โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการทำการตลาดและโฆษณาผ่าน Polo Campaign ในช่วงครึ่งปีแรก
- การเติบโตของสินค้ากลุ่ม Licensed ได้แก่ สินค้าทีมชาติไทยฤดูกาลใหม่ 2026/27 และสินค้าลิขสิทธิ์อื่นๆ จากการสนับสนุนการแข่งขันฟุตบอลนักเรียน “กรมพลศึกษา เดลินิวส์ คัพ 2026” ผลต่อเนื่องจากการสนับสนุนการแข่งขันฟุตบอลจตุรมิตรสามัคคี และการสนับสนุนสถาบันการศึกษาเพิ่มขึ้นอีกหลายแห่ง
- การเติบโตของช่องทางออนไลน์เป็นหลัก รวมถึงช่องทางร้านค้าของบริษัท งานออกร้านจัดรายการสินค้า/งานแสดงต่างๆ และธุรกิจสุขภาพ
- การรับรู้รายได้ค่าสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า (Royalty Fee) ในประเทศจีนจาก SHANGHAI HUIZHONG TECHNOLOGY CO., LTD. หรือ Himaxx Outlet จำนวน 5.11 ล้านบาท ซึ่งเริ่มรับรู้ตั้งแต่ไตรมาส 1/2569

บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 50.34% เพิ่มขึ้นจาก 46.98% ในงวด 9 เดือน ปี 2568 หรือเพิ่มขึ้น 3.36% เนื่องจากมีสัดส่วนการขายสินค้าที่ให้อัตรากำไรขั้นต้นสูงขึ้น ประกอบกับมีสัดส่วนยอดขายที่มาจากช่องทาง Owned Channel เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นช่องทางที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ตลอดจนการบริหารต้นทุนสินค้าและส่วนลดการขายในช่องทางต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทมียอดขายเติบโตขึ้นจากช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการขายที่ผันแปรสอดคล้องกับยอดขาย อีกทั้ง E-commerce Platform มีการปรับค่าธรรมเนียมขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย เงินสดสนับสนุนตามสัญญา ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการเปิดและบริหารสาขาใหม่ รวมถึงค่าซอฟต์แวร์และค่าตัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ตามโครงการ Business Transformation ในขณะที่มีรายได้จากช่องทางอื่นต่ำกว่าที่คาดการณ์ ส่งผลให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าการเติบโตของยอดขาย นอกจากนี้ ในงวด 9 เดือน ปี 2569 บริษัทมีรายการค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าจำนวน 27.64 ล้านบาท มีค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (ECL) จำนวน 26.88 ล้านบาท และรายการที่เกิดขึ้นครั้งเดียว (one-time expense) ในไตรมาส 1/2569 ได้แก่ ประมาณการค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากคดีฟ้องร้องจำนวน 4.74 ล้านบาท รวมถึงผลขาดทุนจากการด้อยค่าสินทรัพย์สุทธิหลังการโอนกลับจำนวน 2.48 ล้านบาท ส่งผลให้บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิ 93.42 ล้านบาท เทียบกับผลขาดทุนสุทธิ 3.64 ล้านบาทในงวดเดียวกันของปีก่อน

งบกำไรขาดทุนเฉพาะกิจการ สำหรับไตรมาส 3 และงวด 9 เดือน ปี 2568 และ 2569

รายการ	ไตรมาส 3/69		ไตรมาส 3/68		เพิ่มขึ้น (ลดลง)		งวด 9 เดือน ปี 2569		งวด 9 เดือน ปี 2568		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายและบริการ	433.01	100.00%	418.25	100.00%	14.76	3.53%	1,190.64	100.00%	1,014.22	100.00%	176.42	17.39%
ต้นทุนขายและบริการ	209.34	48.34%	212.15	50.72%	(2.81)	(1.33%)	602.20	50.58%	523.13	51.58%	79.07	15.11%
กำไรขั้นต้น	223.67	51.66%	206.10	49.28%	17.58	8.53%	588.43	49.42%	491.08	48.42%	97.35	19.82%
รายได้อื่น	4.05	0.93%	3.25	0.78%	0.80	24.63%	13.22	1.11%	10.76	1.06%	2.46	22.87%
กำไรก่อนค่าใช้จ่าย	227.72	52.59%	209.35	50.05%	18.38	8.78%	601.66	50.53%	501.85	49.48%	99.81	19.89%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	205.63	47.49%	144.47	34.54%	61.16	42.33%	534.80	44.92%	384.00	37.86%	150.81	39.27%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	41.37	9.55%	32.86	7.86%	8.51	25.89%	131.89	11.08%	98.71	9.73%	33.18	33.62%
ผลขาดทุนจากการด้อยค่าสินทรัพย์	4.19	0.97%	-	0.00%	4.19		62.30	5.23%	-	0.00%	62.30	
รวมค่าใช้จ่าย	251.19	58.01%	177.33	42.40%	73.86	41.65%	728.99	61.23%	482.70	47.59%	246.29	51.02%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	(23.47)	(5.42%)	32.01	7.65%	(55.48)	(173.31%)	(127.34)	(10.69%)	19.15	1.89%	(146.48)	(765.10%)
ต้นทุนทางการเงิน	2.75	0.63%	2.47	0.59%	0.28	11.18%	7.93	0.67%	7.65	0.75%	0.28	3.73%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	(26.21)	(6.05%)	29.54	7.06%	(55.76)	(188.73%)	(135.27)	(11.36%)	11.50	1.13%	(146.77)	(1,276.52%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(3.68)	(0.85%)	5.92	1.42%	(9.61)	(162.12%)	(13.94)	(1.17%)	2.09	0.21%	(16.03)	(767.78%)
กำไร(ขาดทุน)สำหรับงวด	(22.53)	(5.20%)	23.62	5.65%	(46.15)	(195.41%)	(121.33)	(10.19%)	9.41	0.93%	(130.74)	(1,389.40%)

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม สำหรับไตรมาส 3 และงวด 9 เดือน ปี 2568 และ 2569

รายการ	ไตรมาส 3/69		ไตรมาส 3/68		เพิ่มขึ้น (ลดลง)		งวด 9 เดือน ปี 2569		งวด 9 เดือน ปี 2568		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายและบริการ	462.67	100.00%	460.05	100.00%	2.62	0.57%	1,262.64	100.00%	1,107.34	100.00%	155.30	14.02%
ต้นทุนขายและบริการ	218.84	47.30%	240.63	52.31%	(21.79)	(9.06%)	627.05	49.66%	587.14	53.02%	39.91	6.80%
กำไรขั้นต้น	243.83	52.70%	219.42	47.69%	24.41	11.13%	635.59	50.34%	520.20	46.98%	115.39	22.18%
รายได้อื่น	6.00	1.30%	3.46	0.75%	2.53	73.04%	17.03	1.35%	11.64	1.05%	5.39	46.30%
กำไรก่อนค่าใช้จ่าย	249.82	54.00%	222.88	48.45%	26.94	12.09%	652.62	51.69%	531.84	48.03%	120.78	22.71%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	223.36	48.28%	163.83	35.61%	59.53	36.34%	586.61	46.46%	420.65	37.99%	165.96	39.45%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	46.88	10.13%	35.75	7.77%	11.12	31.11%	163.32	12.93%	105.87	9.56%	57.45	54.27%
ผลขาดทุนจากการด้อยค่าสินทรัพย์ (โอนกลับ)	(1.08)	(0.23%)	-	0.00%	(1.08)		2.48	0.20%	-	0.00%	2.48	
รวมค่าใช้จ่าย	269.16	58.18%	199.58	43.38%	69.58	34.86%	752.41	59.59%	526.51	47.55%	225.90	42.91%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	(19.34)	(4.18%)	23.30	5.06%	(42.63)	(183.00%)	(99.80)	(7.90%)	5.33	0.48%	(105.12)	(1,973.83%)
ต้นทุนทางการเงิน	2.78	0.60%	2.53	0.55%	0.25	9.69%	8.03	0.64%	7.80	0.70%	0.23	2.97%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	(22.11)	(4.78%)	20.77	4.51%	(42.88)	(206.48%)	(107.83)	(8.54%)	(2.47)	(0.22%)	(105.36)	(4,258.88%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(2.63)	(0.57%)	4.73	1.03%	(7.36)	(155.60%)	(14.41)	(1.14%)	1.17	0.11%	(15.58)	(1,331.89%)
กำไร(ขาดทุน)สำหรับงวด	(19.48)	(4.21%)	16.04	3.49%	(35.52)	(221.48%)	(93.42)	(7.40%)	(3.64)	(0.33%)	(89.77)	(2,463.77%)
ผลต่างจากอัตราแลกเปลี่ยนจากการแปลงค่างบการเงิน	0.52	0.11%	(0.96)	(0.21%)	1.47	153.98%	0.95	0.08%	0.10	0.01%	0.85	884.22%
กำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จสำหรับงวด	(18.97)	(4.10%)	15.08	3.28%	(34.05)	(225.76%)	(92.47)	(7.32%)	(3.55)	(0.32%)	(88.92)	(2,506.66%)

<u>รายได้จากการขายและบริการ</u>

บริษัทมีรายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 3/2569 จำนวน 462.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.62 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 0.57% เมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 มีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้ากลุ่ม Non-Licensed ได้แก่ สินค้าคอลเลคชั่น เช่น เสื้อโปโลไลฟ์สไตล์ สินค้ากีฬาวิ่ง กางเกงและรองเท้าวิ่ง ชุดทีม (Teamwear) ชุดวอร์ม (Tracksuit) และเสื้อ Oversize Jersey อีกทั้ง มีการเติบโตของยอดขายสินค้ากลุ่ม Licensed ได้แก่ สินค้าทีมชาติไทย ซึ่งคอลเลคชั่นฤดูกาลใหม่ 2026/27 ได้รับความนิยมกว่าปีที่ผ่านมา สินค้าลิขสิทธิ์อื่นๆ มียอดขายเติบโตขึ้นเช่นกัน จากสินค้าลิขสิทธิ์สถาบันการศึกษา เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยมหิดล รวมถึงสินค้าสโมสรฟุตบอลที่ได้มีการส่งมอบในไตรมาสนี้

บริษัทมีสัดส่วนรายได้ผ่านช่องทาง Owned Channel และ Non-owned คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 69% และ 31% ตามลำดับ โดยยอดขายผ่านช่องทางต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ดังนี้

<u>Owned Channel</u>

- ช่องทางออนไลน์ เป็นช่องทางหลักที่มียอดขายเติบโตขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 และมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก การใช้ E-commerce Platform สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มมากขึ้น ซึ่งบริษัทได้เน้นการขายผ่าน TikTok Live มากขึ้น
- ร้านค้าของบริษัท (Shop) มียอดขายเติบโตขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 แต่ชะลอตัวลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2569 เนื่องจากได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์น้ำท่วม โดยบริษัทเน้นทำสัญญาเช่าระยะสั้น และใช้งบลงทุนที่จำกัด เพื่อทดลองตลาดก่อน นอกจากนี้ บริษัทมีการติดตามผลการดำเนินงานของแต่ละสาขาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพิจารณาการต่อสัญญาเช่าหรือปิดสาขาที่ไม่สามารถสร้างผลกำไรได้ตามเป้าหมาย โดยในไตรมาส 3/2569 บริษัทได้ปิดสาขาจำนวน 1 สาขาในเดือนกันยายน 2569 และชะลอการเปิดสาขาใหม่ จึงทำให้มีจำนวนร้านค้าของบริษัท 24 สาขา ในขณะที่ไตรมาส 3/2568 มี 25 สาขา
- งานออกร้านจัดรายการสินค้า/งานแสดงต่างๆ (Retail) มียอดขายเติบโตขึ้น เนื่องจากบริษัทมีการขยายช่วงเวลาจัดรายการสินค้า และเพิ่มพื้นที่จัดรายการตามห้างสรรพสินค้าหลายพื้นที่
- ช่องทางงานโครงการ (Project Based) ในส่วนของยอดขายจากหน่วยงานราชการและเอกชน มียอดขายลดลง เนื่องจาก ยังคงได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลให้องค์กรชะลอการสั่งซื้อ และจำกัดงบประมาณการซื้อ จึงทำให้ยอดขายสินค้าทำตามคำสั่ง (Made to Order) ซึ่งเป็นสินค้าหลักที่จำหน่ายผ่านช่องทางนี้มียอดขายลดลงเช่นกัน ปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างการปรับปรุงรูปแบบการขายให้ทีมงานเข้าถึงลูกค้ามากขึ้น ทั้งในพื้นที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด
- ธุรกิจสุขภาพ มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากกระแสการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม การเล่นกีฬาออกกำลังกายหลากหลายรูปแบบยิ่งขึ้น และการเพิ่มบริการทางการแพทย์ของบริษัท เช่น การพัฒนาความสูง การควบคุมน้ำหนัก โปรแกรมฟื้นฟูอาการบาดเจ็บจากกีฬา/หลังผ่าตัด เป็นต้น โดยในส่วนของบริการหลัก เช่น กายภาพบำบัด และเทรนเนอร์ มีอัตราการกลับมาใช้บริการซ้ำสูงขึ้น

<u>Non-owned Channel</u>

- รายได้ตามสัญญาสปอนเซอร์ (Sponsorship) เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 และไตรมาส 2/2569 เนื่องจากบริษัทได้ส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าสโมสรฟุตบอล และสมาคมกีฬาคาราเต้แห่งประเทศไทย ซึ่งบริษัทให้การสนับสนุนอยู่

- ช่องทางร้านค้าทั่วไป (Traditional Trade) มียอดขายลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 แต่ยังเติบโตขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2569 มีสาเหตุหลักจากร้านค้าลดการซื้อปริมาณมากเพื่อเก็บไว้รอขาย แต่จะทยอยสั่งซื้อเมื่อมีคำสั่งซื้อ (Order) จากลูกค้า ประกอบกับในไตรมาส 3/2568 บริษัทมีการโฆษณาส่งเสริมการขาย Polo Campaign เพื่อกระตุ้นยอดขาย ในขณะที่ปีนี้ได้ทำการตลาดไปแล้วในไตรมาส 2/2569 ส่งผลให้ยอดขายสินค้าคลาสสิคซึ่งเป็นสินค้าหลักที่จำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าทั่วไป มียอดขายลดลงเช่นกัน
- ช่องทางห้างสรรพสินค้า (Modern Trade) มียอดขายลดลง เนื่องจากห้างสรรพสินค้าลดการซื้อปริมาณมากเพื่อเก็บไว้รอขาย ประกอบกับบริษัทได้เน้นไปขายในพื้นที่จัดรายการพิเศษ แทนการฝากขายในห้างสรรพสินค้า
- การขายในต่างประเทศ (Inter Sales) มียอดขายลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 เนื่องจาก ยอดขายหลักมาจากตัวแทนจำหน่าย Universal Sports ซึ่งยังไม่สามารถเติบโตได้ตามแผน ประกอบกับบริษัทได้ปิดร้าน Premier Football ที่ห้างสรรพสินค้า SUNTEC CITY ประเทศสิงโปร์ เมื่อเดือนมกราคม 2569 และปัจจุบันอยู่ระหว่างดำเนินการขนสินค้ากลับมายังคลังสินค้าประเทศไทย อย่างไรก็ตาม รายได้เพิ่มขึ้นค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2569 เนื่องจากมีการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าสโมสรฟุตบอลในต่างประเทศหลายสโมสร

สำหรับงวด 9 เดือน ปี 2569 บริษัทมีรายได้จากการขายและบริการ จำนวน 1,262.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 155.30 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 14.02% เมื่อเทียบกับ งวด 9 เดือน ปี 2568 มีสาเหตุหลักจากการเติบโตของสินค้ากลุ่ม Non-Licensed ได้แก่ สินค้าคอลเลคชั่น และสินค้าคลาสสิคซึ่งมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง เป็นผลจากการโฆษณา Polo Campaign จนกลายเป็นแบรนด์ที่ลูกค้าเลือกซื้อเสื้อสีดำ และ/หรือโทนสีเข้ม มากที่สุดในช่วงไว้อาลัย นอกจากนี้ มีการเติบโตของยอดขายสินค้ากลุ่ม Licensed ได้แก่ สินค้าทีมชาติไทยซึ่งคอลเลคชั่นฤดูกาลใหม่ 2026/27 ได้รับความนิยมกว่าปีที่ผ่านมา อีกทั้ง สินค้าลิขสิทธิ์อื่นๆ มียอดขายเติบโตขึ้นเช่นกัน จากการที่บริษัทเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันฟุตบอลนักเรียน “กรมพลศึกษา เดลินิวส์ คัพ 2026” และ Momentum จากการที่บริษัทเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันฟุตบอลจตุรมิตรสามัคคี ประกอบกับในปีนี้ บริษัทมีการสนับสนุนสถาบันการศึกษาเพิ่มขึ้นหลายแห่ง ทั้งนี้ กลุ่มสินค้าที่มียอดขายลดลง เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือน ปี 2568 ได้แก่ กลุ่มสินค้าสโมสรฟุตบอล เนื่องจาก ในปี 2568 มีการจัดงานฟุตบอลประเพณีจุฬาฯ-ธรรมศาสตร์ ครั้งที่ 75 ซึ่งสร้างยอดขายให้กับบริษัทจำนวนมาก ในขณะที่ปี 2569 ไม่มีการจัดงานดังกล่าว ประกอบกับในปีนี้บริษัทมีจำนวนการสนับสนุนสโมสรฟุตบอลน้อยกว่าปีก่อน ส่งผลให้ช่องทางรายได้ตามสัญญาสปอนเซอร์ลดลงเช่นกัน นอกจากนี้ กลุ่มสินค้าทำตามคำสั่งได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลให้องค์กรชะลอการสั่งซื้อ และจำกัดงบประมาณการซื้อ สอดคล้องกับยอดขายช่องทางงานโครงการที่ลดลงเช่นกัน ในภาพรวมยอดขายจำแนกตามช่องทางจำหน่าย มีการเติบโตขึ้นในช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ช่องทางร้านค้าของบริษัท ช่องทางงานออกร้านจัดรายการสินค้า/งานแสดงต่างๆ และธุรกิจสุขภาพ อย่างไรก็ตาม บริษัทมียอดขายลดลงในช่องทางร้านค้าทั่วไป ซึ่งลดการซื้อปริมาณมากเพื่อเก็บไว้รอขาย แต่จะทยอยสั่งซื้อเมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า ช่องทางห้างสรรพสินค้ามีรายได้ลดลงเนื่องจากบริษัทเน้นขายผ่านงานออกร้านจัดรายการสินค้าแทนการฝากขายในหน้าสรรพสินค้า การขายในต่างประเทศมีรายได้ลดลง เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายยังไม่เติบโตตามแผน และมีการปิดสาขาในประเทศสิงคโปร์ อีกทั้ง ช่องทางงานโครงการ และช่องทางรายได้ตามสัญญาสปอนเซอร์ มีรายได้ลดลงเช่นกันตามเหตุผลที่กล่าวไปข้างต้น โดยสัดส่วนรายได้ผ่านช่องทาง Owned Channel และ Non-owned คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 68% และ 32% ตามลำดับ

รายได้อื่น

รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้ค่าสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า รายได้ค่าขนส่ง รายได้ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการขายทรัพย์สิน กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้ค่าบริการและดำเนินการ และรายได้อื่นๆ

ในไตรมาส 3/2569 บริษัทมีรายได้อื่น จำนวน 6.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.53 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 73.04% เมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 สาเหตุหลักเนื่องจาก มีการรับรู้รายได้ค่าสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าในประเทศจีน (Royalty Fee) จำนวน 0.74 ล้านบาท จาก SHANGHAI HUIZHONG TECHNOLOGY CO., LTD. หรือ Himaxx Outlet

สำหรับงวด 9 เดือน ปี 2569 บริษัทมีรายได้อื่น จำนวน 17.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.39 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 46.30% เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือน ปี 2568 สาเหตุหลักเนื่องจาก มีการรับรู้รายได้ค่าสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าในประเทศจีนจาก Himaxx Outlet จำนวน 5.11 ล้านบาท ซึ่งเริ่มรับรู้ตั้งแต่ไตรมาส 1/2569 เป็นต้นมา โดย ณ 30 กันยายน 2569 Himaxx Outlet วางจำหน่ายเครื่องแต่งกายและรองเท้าภายใต้แบรนด์วอริกซ์ในสาขาในตัวเมืองเซี่ยงไฮ้และเมืองโดยรอบของประเทศจีน จำนวน 80 สาขา และมีแผนเปิดจุดขายเพิ่มขึ้นในครึ่งปีหลัง

ค่าใช้จ่ายในการขาย

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายในไตรมาส 3/2569 จำนวน 223.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 59.53 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 36.34% เมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 ค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้น มีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่สอดคล้องกับยอดขายเป็นหลัก เช่น ค่าใช้จ่ายในการขายสินค้าและโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่ง E-commerce Platform มีการปรับค่าธรรมเนียมขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงต้นปีที่ผ่านมา ค่าส่งเสริมการขาย เงินสดสนับสนุนตามสัญญา เช่น สัญญาความร่วมมือกับช่อง 7HD ในการจัดการแข่งขัน “4 ซีรีส์กีฬานักเรียน แชมป์กีฬา 7HD 2026” ซึ่งเริ่มมีรายได้เข้ามาเพียงเล็กน้อยและคาดว่าจะมีรายได้เข้ามาเพิ่มขึ้นในไตรมาส 4/2569 จากการแข่งขันฟุตบอลนักเรียน 7 คน แชมป์กีฬา 7HD ซึ่งเป็นรายการแข่งขันที่ได้รับความนิยมในวงกว้าง นอกจากนี้ บริษัทมีการเช่าและตกแต่งพื้นที่สำหรับเปิดร้านค้าของบริษัท (Shop) ณ ไตรมาส 3/2569 จำนวน 24 สาขา (ในขณะที่ไตรมาส 3/2568 มี 25 สาขา)

สำหรับงวด 9 เดือน ปี 2569 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขาย จำนวน 586.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 165.96 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 39.45% เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือน ปี 2568 ค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้น มีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่สอดคล้องกับยอดขายเป็นหลัก เช่น ค่าใช้จ่ายในการขายสินค้าและโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ ค่าส่งเสริมการขายช่องทาง Moderntrade เงินสดสนับสนุนตามสัญญา รวมถึงค่าโฆษณา Polo Campaign ผ่านสื่อต่างๆ ค่าโฆษณาและค่านายหน้าของธุรกิจสุขภาพ ซึ่งเติบโตขึ้นตามรายได้ช่องทางธุรกิจสุขภาพ นอกจากนี้ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน บริษัทมีการเช่าและตกแต่งพื้นที่สำหรับเปิดร้านค้าของบริษัท (Shop) เพิ่มขึ้น มีการเช่าพื้นที่โกดังเก็บสินค้าและวัตถุดิบ และมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานฝ่ายขายเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเปิดสาขาใหม่

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 3/2569 จำนวน 46.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 11.12 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 31.11% เมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ตามจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้น รวมถึงมีการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์/ซอฟแวร์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และค่าตัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ หลังเริ่มมีการ

ทยอยส่งมอบงานตามโครงการ Business Transformation เพื่อพัฒนากระบวนการทำงานทั้งองค์กรสู่การเป็น Data Driven Organization ซึ่งจะช่วยลดขั้นตอนและชั่วโมงการทำงาน ลดการใช้พลังงาน และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผนสั่งผลิต ช่วยในการบริหารต้นทุน บริหารสต็อกสินค้า และใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ ในไตรมาส 3/2569 มีรายการค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (ECL) จำนวน 2.08 ล้านบาท ในขณะที่ไตรมาส 3/2568 มีเพียง 0.67 ล้านบาท

สำหรับงวด 9 เดือน ปี 2569 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร จำนวน 163.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 57.45 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 54.27% เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือน ปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน อาทิเช่น เงินเดือน โบนัส สวัสดิการต่างๆ ค่าใช้จ่ายเดินทางไปต่างประเทศ ค่าที่ปรึกษาและค่าธรรมเนียมอื่น และค่าตัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ หลังเริ่มมีการทยอยส่งมอบงานตามโครงการ Business Transformation นอกจากนี้ สำหรับงวด 9 เดือน ปี 2569 บริษัทมีรายการค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (ECL) จำนวน 26.88 ล้านบาท ในขณะที่งวด 9 เดือน ปี 2568 มีเพียง 2.07 ล้านบาท ซึ่งโดยส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากลูกหนี้ต่างประเทศ อีกทั้ง ในไตรมาส 1/2569 บริษัทมีการประมาณการค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากคดีฟ้องร้อง จำนวน 4.74 ล้านบาท ซึ่งเป็นรายการที่เกิดขึ้นครั้งเดียว (one-time expense) ปัจจุบันคดีความอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์ ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทยังคงบันทึกประมาณการหนี้สินสำหรับคดีดังกล่าวไว้ เนื่องจากคดียังไม่ถึงที่สุด

ต้นทุนทางการเงิน

ในไตรมาส 3/2569 บริษัทมีต้นทุนทางการเงิน จำนวน 2.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.25 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 9.69% เมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้ยืมธนาคาร

สำหรับงวด 9 เดือน ปี 2569 บริษัทมีต้นทุนทางการเงิน จำนวน 8.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.23 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 2.97% เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือน ปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้ยืมธนาคาร

กำไร(ขาดทุน)สุทธิ

บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิในไตรมาส 3/2569 จำนวน 19.48 ล้านบาท ผลประกอบการลดลง 35.52 ล้านบาท หรือ 221.48% เมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 เนื่องจาก บริษัทมียอดขายเติบโตขึ้นจากช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการขายที่ผันแปรสอดคล้องกับยอดขาย อีกทั้ง E-commerce Platform มีการปรับค่าธรรมเนียมขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทมีค่าส่งเสริมการขาย เงินสดสนับสนุนตามสัญญาเพิ่มขึ้น ในขณะที่รายได้จะทยอยเข้ามาในไตรมาสถัดไป อีกทั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเปิดร้านค้าของบริษัท (Shop) จำนวนเพิ่มขึ้น รวมถึงมีการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับลิขสิทธ์/ซอฟแวร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และค่าตัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ หลังเริ่มมีการทยอยส่งมอบงานตามโครงการ Business Transformation ในขณะที่รายได้จากช่องทางอื่นได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจ ส่งผลให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าการเติบโตของยอดขาย ประกอบกับมีรายการค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้า และค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (ECL) ส่งผลให้ผลประกอบการในไตรมาส 3/2569 มีผลขาดทุน

บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิในงวด 9 เดือน ปี 2569 จำนวน 93.42 ล้านบาท ผลประกอบการลดลง 89.77 ล้านบาท หรือ 2,463.77% เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือน ปี 2568 เนื่องจาก บริษัทมียอดขายเติบโตขึ้นจากช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการขายที่ผันแปรสอดคล้องกับยอดขาย อีกทั้ง E-commerce Platform มีการปรับค่าธรรมเนียมขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มขึ้นของค่าโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ค่าส่งเสริมการขาย เงินสดสนับสนุนตามสัญญา รวมถึงมีค่าใช้จ่ายในการเปิดร้านค้าของบริษัท (Shop) จำนวนเพิ่มขึ้น และมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเปิดสาขาใหม่ อีกทั้ง มีการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าตัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ หลังเริ่มมีการทยอยส่งมอบงานตามโครงการ Business Transformation ในขณะที่มีรายได้จากช่องทางอื่นต่ำกว่าที่คาดการณ์ ส่งผลให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าการเติบโตของยอดขาย ประกอบกับมีรายการค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้า ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (ECL) ผลขาดทุนจากการด้อยค่าสินทรัพย์ของบริษัทย่อย และประมาณการค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากคดีฟ้องร้อง ส่งผลให้ผลประกอบการงวด 9 เดือน ปี 2569 มีผลขาดทุน

สรุปฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2568 และ 2569 และ 31 ธันวาคม 2568

รายการ	หน่วย	30 กันยายน 2569	31 ธันวาคม 2568
สินทรัพย์รวม	ล้านบาท	1,818.81	1,915.07
หนี้สินรวม	ล้านบาท	536.19	506.82
ส่วนของผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	1,282.62	1,408.26
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E)	เท่า	0.42	0.36
อัตราการจ่ายเงินปันผล	%	110.57 [1/]	87.28 [2/]
รายการ	**หน่วย**	**30 กันยายน 2569**	**30 กันยายน 2568**
รายได้รวม	ล้านบาท	1,279.67	1,118.97
ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม	ล้านบาท	1,387.50	1,121.45
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	ล้านบาท	(93.42)	(3.64)
กำไรสุทธิต่อหุ้น [3/]	บาท/หุ้น	-0.16	-0.006
อัตรากำไรขั้นต้น	%	50.34	46.98
อัตราส่วนกำไรสุทธิ	%	-7.30	-0.33
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	%	-2.90	4.28
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	%	-4.50	3.84

หมายเหตุ:

[1/] ปี 2569 บริษัทจ่ายเงินปันผลประจำปี จำนวน 33.17 ล้านบาท ซึ่งเป็นการจ่ายจากกำไรสะสม ณ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีกำหนดจ่ายในวันที่ 18 พฤษภาคม 2569

[2/] ปี 2568 บริษัทจ่ายเงินปันผลประจำปี จำนวน 129.95 ล้านบาท ซึ่งเป็นการจ่ายจากกำไรสะสม ณ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีกำหนดจ่ายในวันที่ 14 พฤษภาคม 2568

[3/] กำไรสุทธิต่อหุ้น คำนวณโดยใช้กำไรสุทธิหารด้วยจำนวนหุ้นทั้งหมดภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนเป็นแรก ทั้งหมด 600,000,000 หุ้น หักด้วยหุ้นซื้อคืน จำนวน 10,920,000 หุ้น

สินทรัพย์

สินทรัพย์รวม ณ 30 กันยายน 2569 มีจำนวน 1,818.81 ล้านบาท ประกอบด้วยรายการที่เป็นเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด และเงินฝากธนาคารประเภทประจำไม่เกิน 12 เดือน ซึ่งอยู่ในรายการสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น รวมทั้งสิ้น 107.54 ล้านบาท โดยสินทรัพย์รวมที่ลดลง 96.26 ล้านบาท หรือลดลง 5.03% จาก ณ 31 ธันวาคม 2568 มีสาเหตุหลักของการเปลี่ยนแปลงจาก

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลดลง เนื่องจากถูกนำไปใช้หมุนเวียนในกิจการ
- สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น ลดลง เนื่องจาก ครบกำหนดเงินฝากธนาคารประเภทประจำไม่เกิน 12 เดือน และถูกนำไปใช้เป็นเงินหมุนเวียนในกิจการ
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น ลดลง สอดคล้องกับยอดขายช่องทาง Traditional Trade และ Modern Trade ประกอบกับลูกหนี้เดิมทยอยชำระหนี้ไปบางส่วน
- สินค้าคงเหลือ โดยส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากสินค้าคอลเลคชั่น และสินค้าคลาสสิค ซึ่งเป็นสินค้าขายดีและได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เช่น เสื้อโปโล สินค้ากีฬาวิ่ง กางเกงและรองเท้าวิ่ง ชุดทีม (Teamwear) ชุดวอร์ม (Tracksuit) รวมถึงมีการออกสินค้าทีมชาติไทย ฤดูกาลใหม่ 2026/27 โดยบริษัทได้สั่งซื้อสินค้าเข้ามาเตรียมพร้อมสำหรับ

จำหน่ายแก่ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และได้นำเข้าเสื้อผ้าและรองเท้ามาจาก Himaxx คู่ค้าประเทศจีน อย่างไรก็ตาม สภาพเศรษฐกิจส่งผลให้ผู้บริโภคชะลอการซื้อออกไป ทำให้ยอดขายยังน้อยกว่าที่คาดการณ์

- สินทรัพย์สิทธิ์การใช้ ลดลง เนื่องจาก สิ้นสุดสัญญาเช่าร้านสาขาซึ่งบริษัทไม่ได้มีการต่อสัญญาเช่า

หนี้สิน

หนี้สินรวม ณ 30 กันยายน 2569 มีจำนวน 536.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.38 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 5.80% จาก ณ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุหลักจาก

- เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เพิ่มขึ้น จากเจ้าหนี้ทรัสต์รีซีทเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการสำหรับการนำเข้าสินค้ามาจำหน่าย
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้น จากการสั่งซื้อสินค้ามาเพื่อรอจำหน่าย
- หนี้สินตามสัญญาเช่า ลดลง เนื่องจาก สิ้นสุดสัญญาเช่าร้านสาขาซึ่งบริษัทไม่ได้มีการต่อสัญญาเช่า

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ 30 กันยายน 2569 มีจำนวน 1,282.62 ล้านบาท ลดลง 125.64 ล้านบาท หรือลดลง 8.92% จาก ณ 31 ธันวาคม 2568 มีสาเหตุหลักจาก การลดลงของกำไรสะสม เนื่องจาก บริษัทมีการจ่ายเงินปันผลในเดือนพฤษภาคม 2569 จำนวน 33.17 ล้านบาท ประกอบกับมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานสำหรับงวดสิ้นสุด ณ 30 กันยายน 2569

การดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืนและการกำกับกิจการที่ดี

เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทยึดมั่นในการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล ควบคู่กับการพัฒนาธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนทั้งในด้านสังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล (Environmental Social Economic and Governance: ESG) โดยเชื่อมโยงผลการดำเนินงานของบริษัทตามกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) โดยบริษัทมีนโยบายเพื่อความยั่งยืนให้สอดคล้องกับทิศทางเชิงกลยุทธ์ขององค์กรในฐานะผู้นำด้าน "Sport - Health - Active & Lifestyle" โดยการดำเนินธุรกิจบนฐานของความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และการบริหารจัดการธุรกิจอย่างรอบด้าน เพื่อสร้างความเจริญเติบโตในระยะยาว ทั้งยังสนับสนุนการบูรณาการด้านความยั่งยืนเข้ากับกิจกรรมหลักขององค์กร เช่น การพัฒนาแบรนด์ การออกแบบพัฒนาคุณภาพสินค้าและนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคอย่างยั่งยืน การจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความยั่งยืนตั้งแต่ระดับผู้บริหารถึงพนักงานทุกระดับ โดยมีพัฒนาการและโครงการด้านความยั่งยืนในมิติต่างๆ ดังนี้

มิติสิ่งแวดล้อม (Environmental)

- บริษัทเป็นผู้จัดงานวิ่งเทรล “Thailand Earth Trail 2026” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ภายใต้แนวคิด Responsible Tourism จำนวน 3 สนาม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการดูแลสิ่งแวดล้อม โดยมีการลดการใช้ Plastic Packaging ภายในงาน การ Reuse วัสดุอุปกรณ์ การจัดกิจกรรมเก็บขยะในพื้นที่แข่งขัน รวมถึงกิจกรรม “ทิ้งฉันเถิด ให้ฉันได้เกิด

ใหม่" รับบริจาคเสื้อกีฬาเก่าเพื่อนำไปรีไซเคิลและตัดเย็บเป็นชุดกีฬาใหม่เพื่อแบ่งปันให้โรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล พร้อมทั้งสนับสนุนการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

- บริษัทดำเนินโครงการ "Reduce Packaging" เพื่อลดการใช้บรรจุภัณฑ์และวัสดุสิ้นเปลืองในช่องทางออนไลน์ โดยปรับลดขนาด Packaging ของสินค้า Polo Exclusive Online ช่วยลดพื้นที่จัดเก็บและต้นทุนได้ประมาณ 20% รวมถึงปรับรูปแบบการจัดส่งรองเท้าจากการใช้ Bubble Wrap และกล่องพัสดุซ้ำซ้อน มาเป็น Packaging แบบถุงที่เหมาะสมกับขนาดสินค้า ส่งผลให้ลดต้นทุน Packaging ได้ประมาณ 20 บาทต่อคู่ หรือคิดเป็นมูลค่ารวมประมาณ 500,000 บาทในปี 2568
- บริษัทมีแผนบริหารจัดการพลังงาน น้ำ เชื้อเพลิง และกระดาษอย่างเป็นระบบ โดยตั้งเป้าลดการใช้พลังงานไฟฟ้า น้ำ และกระดาษไม่น้อยกว่า 10% จากปีฐานภายในปี 2570 ผ่านการใช้หลอดไฟ LED เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 ระบบ Secure Printing และการพัฒนา Process Innovation เพื่อเปลี่ยนเอกสารสู่ระบบดิจิทัล
- ในปี 2568 บริษัทฯ สามารถลดการใช้ไฟฟ้าลงเหลือ 366,477 กิโลวัตต์-ชั่วโมง จาก 418,938 กิโลวัตต์-ชั่วโมงในปี 2567 และลดค่าใช้จ่ายด้านไฟฟ้าเหลือ 1.81 ล้านบาท จาก 2.14 ล้านบาทในปีก่อนหน้า
- บริษัทเริ่มเก็บและเปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ Scope 2 เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการกำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอนาคต โดยตั้งเป้าสอดคล้องกับเป้าหมาย Carbon Neutrality ปี 2050 และ Net Zero Emission ปี 2065 ของประเทศไทย ทั้งนี้ในปี 2568 บริษัทฯ มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม Scope 1 และ Scope 2 จำนวน 228.54 tCO2e ลดลงจาก 276.96 tCO2e ในปี 2567

มิติสังคม (Social)

- บริษัทสนับสนุนการพัฒนากีฬาไทยตั้งแต่ระดับเยาวชนอย่างต่อเนื่อง ผ่านการแข่งขันฟุตบอลนักเรียน "กรมพลศึกษา เดลินิวส์ คัพ 2026", "4 ซีรีส์กีฬานักเรียน แชมป์กีฬา 7HD 2026" และความร่วมมือระยะยาว 10 ปีกับ STB Academy หรือการสนับสนุนการแข่งขันฟุตบอลจตุรมิตรสามัคคี และงานฟุตบอลประเพณีจุฬาฯ-ธรรมศาสตร์ ในปีที่ผ่านมา เพื่อเพิ่มโอกาสให้เยาวชนได้พัฒนาทักษะและเข้าถึงการแข่งขันกีฬา ควบคู่กับการสร้างความผูกพันกับนักกีฬารุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ Brand Building ของบริษัทในการเสริมสร้างระบบนิเวศกีฬาไทยตั้งแต่ระดับรากหญ้า และสร้างความแข็งแกร่งให้ WARRIX ในฐานะ Active & Lifestyle Brand ในระยะยาว
- บริษัทฯ ดำเนินโครงการ "RESTART" ร่วมกับกรมราชทัณฑ์และทัณฑสถานหญิงกลาง โดยส่งทีมงานเข้าไปถ่ายทอดทักษะด้านการตัดเย็บเสื้อโปโลให้กับผู้ต้องขัง พร้อมผลิตเสื้อโปโลรุ่นพิเศษ "Polo Restart" เพื่อสร้างรายได้ให้ผู้ต้องขังและเตรียมความพร้อมสู่ตลาดแรงงานหลังพ้นโทษ โดยในปี 2568 สามารถผลิตสินค้าได้ 637 ตัว สร้างรายได้จากการจำหน่ายรวม 170,171 บาท และสร้างรายได้ให้ผู้ต้องขังจำนวน 31,850 บาท
- บริษัทดำเนินโครงการ "ตั้งต้นดี" ร่วมกับสถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทย (TIJ) เพื่อสนับสนุนผู้ต้องขังให้มีทักษะอาชีพและรายได้หลังพ้นโทษ พร้อมช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยบริษัทสนับสนุนในการซื้ออาหารที่ทำโดยผู้ต้องขังมาเป็นสวัสดิการอาหารกลางวันให้กับพนักงานของบริษัท เพื่อช่วยลดค่าครองชีพของพนักงาน โดยในปี 2568 มีพนักงานได้รับสวัสดิการอาหารกลางวันจากโครงการจำนวน 160 คน และสามารถสร้างรายได้ให้ผู้ต้องขังรวม 460,800 บาท

- บริษัทดำเนินกิจกรรม “Warrix x CU Blood” ต่อเนื่องเป็นที่ที่ 2 เพื่อส่งเสริมการบริจาคโลหิตร่วมกับ CU Blood และสภากาชาดไทย โดยมีผู้เข้าร่วมบริจาคโลหิตจำนวน 98 คนในปี 2568 พร้อมนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกร่วมสมทบทุนแก่ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ
- บริษัทร่วมกับสมาคมนิสิตเก่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดำเนินโครงการ “Warrix x CU20 – Chula Sky Legacy (CU20 Love)” เพื่อสนับสนุนโครงการ Teach for Thailand และกิจกรรมเพื่อสังคม โดยในปี 2568 สามารถจำหน่ายเสื้อได้ 1,173 ตัว สร้างรายได้รวม 853,877 บาท และนำรายได้จำนวน 161,874 บาท สนับสนุนโครงการเพื่อสังคม
- บริษัทดำเนินกิจกรรม “Warrix Run Club” เพื่อสร้าง Running Community และส่งเสริมการดูแลสุขภาพของประชาชนผ่านกิจกรรม Long Run, Yoga for Runner, HIIT Workout และ Park Run พร้อมให้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาแก่ผู้เข้าร่วม
- บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมในโครงการบริจาคสิ่งของ “ปันกัน” โดยมูลนิธิยุวพัฒน์ เพื่อสนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กขาดโอกาส อีกทั้งช่วยลดขยะด้วยการ Reuse และโครงการ “ปฏิทินเก่า = ความรักที่ส่งต่อได้” โดยมูลนิธิช่วยคนตาบอด เพื่อนำไปรีไซเคิลเป็นสื่อการเรียนการสอนให้กับผู้พิการทางสายตา
- ในด้านบุคลากร บริษัทส่งเสริมให้เกิด “องค์กรแห่งการเรียนรู้” ผ่านการอบรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงโครงการ ESG DNA เพื่อสร้างความรู้ด้านความยั่งยืนแก่พนักงาน โดยในปี 2568 พนักงานมีชั่วโมงอบรมเฉลี่ย 5 ชั่วโมงต่อคนต่อปี สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ 4 ชั่วโมงต่อคนต่อปี นอกจากนี้ ยังมีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยประจำปี
- บริษัทเริ่มดำเนินโครงการ “Warrix Live Academy” เป็นปีที่ 2 เพื่อช่วยฝึกอบรม creator หน้าใหม่ โดยเริ่มต้นจากพนักงานภายในองค์กร โดยช่วยพัฒนาความรู้และทักษะในการขาย เพื่อสร้างรายได้เสริม
- บริษัทฯ ได้รับการรับรอง “แนวปฏิบัติการใช้แรงงานที่ดี (Good Labour Practices: GLP)” จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน พร้อมจัดให้มีสวัสดิการด้านสุขภาพ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และโครงการ EJIP เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงาน

ด้านเศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล (Economic and Governance)

- บริษัทนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาพัฒนากระบวนการดำเนินงานผ่านโครงการ IT Automation ซึ่งช่วยประหยัดเวลาการทำงานได้กว่า 2,770 ชั่วโมงต่อปี เพิ่มจำนวนคำสั่งซื้อเฉลี่ยต่อเดือน 124% เป็น 139,435 ออเดอร์ต่อเดือน และช่วยลดอัตราการยกเลิกคำสั่งซื้อเหลือ 8% นอกจากนี้ ในปี 2569 บริษัทมุ่งสู่การเป็น AI-Driven Organization ภายใต้กลยุทธ์ Direct-to-Customer Ecosystem พร้อมนำ AI, Centralized Data และ Workflow Automation มาใช้ด้าน CRM การวิเคราะห์ลูกค้า การทำการตลาด การบริหารสินค้าคงคลัง ตลอดจนงาน Back-office เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ยกระดับประสบการณ์ลูกค้า และรองรับการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว
- บริษัทยังคงยกระดับการกำกับดูแลกิจการตามหลักธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับผลการประเมิน CGR ประจำปี 2569 ในระดับ “ดีเลิศ” (Excellent) หรือ 5 ดาว ส่งผลให้บริษัทมีคุณสมบัติเข้าเกณฑ์เป็นหลักทรัพย์ที่กองทุนรวมไทยเพื่อความยั่งยืน (Thai ESG) สามารถลงทุนได้ (Thai ESG Eligible Assets) ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มผู้ลงทุนที่ให้ความสำคัญกับธรรมาภิบาลและการเติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งตั้งเป้าหมายยกระดับผลประเมิน AGM Checklist จากระดับ “ดีเยี่ยม” สู่ 100 คะแนนเต็มในปี 2570 อีกทั้ง ได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านคอร์

รับชันของภาคเอกชนไทย (CAC) และมีแผนเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่กระบวนการรับรอง CAC เพื่อยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแล ความโปร่งใส และการคุ้มครองสิทธิของผู้ถือหุ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

- วิศัลย์ วนะศักดิ์ศรีสกุล -

(นายวิศัลย์ วนะศักดิ์ศรีสกุล)
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท วอริกซ์ สปอร์ต จำกัด (มหาชน)