

ส่วนที่ 1

ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

ข้อมูลสรุปนี้เป็นส่วนหนึ่งของแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์และหนังสือชี้ชวนซึ่งเป็นเพียงข้อมูลสรุปเกี่ยวกับการเสนอขาย ลักษณะและความเสี่ยงของบริษัทที่ออกและเสนอขายหลักทรัพย์("บริษัท") ดังนั้น ผู้ลงทุนต้องศึกษาข้อมูลในรายละเอียดจากหนังสือชี้ชวนฉบับเต็ม ซึ่งสามารถขอได้จากผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์และบริษัทหรืออาจศึกษาข้อมูลได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลและหนังสือชี้ชวนที่บริษัทยื่นต่อสำนักงาน ก.ล.ต. ได้ที่ website ของสำนักงาน ก.ล.ต.

ข้อมูลสรุปของการเสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ต่อประชาชน
บริษัท วอริกซ์ สปอร์ต จำกัด (มหาชน)

(ระยะเวลาการเสนอขาย: วันที่ [•] เวลา 9.00 น. ถึง 16.00 น.)

ข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอขาย

- ผู้เสนอขาย** : บริษัท วอริกซ์ สปอร์ต จำกัด (มหาชน) ("WARRIX") ("บริษัท")
- ประเภทธุรกิจ** : จำหน่ายเสื้อผ้า อุปกรณ์กีฬา และบริการคลีนิกกายภาพบำบัด
- จำนวนหุ้นที่เสนอขาย** : 180,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี
- สัดส่วนการเสนอขายหุ้น** : โดยแบ่งเป็นจำนวนหุ้นและสัดส่วนที่เสนอขายต่อผู้ลงทุนแต่ละประเภทได้ดังนี้
- (1) ไม่เกิน 27,000,000 หุ้น เสนอขายต่อผู้มีอุปการคุณของบริษัท โดยหากมีหุ้นเหลือจากการจองซื้อในข้อ (1)ให้นำหุ้นส่วนที่เหลือมาเสนอขายแก่บุคคลในข้อ (2)
 - (2) ไม่เกิน 9,000,000 หุ้น เสนอขายต่อกรรมการและบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับบริษัท โดยหากมีหุ้นเหลือจากการจองซื้อในข้อ (2)ให้นำหุ้นส่วนที่เหลือมาเสนอขายแก่บุคคลในข้อ (3)
 - (3) ไม่เกิน 9,000,000 หุ้น เสนอขายต่อผู้บริหารและพนักงานของบริษัท ซึ่งไม่ใช่บุคคลที่มีความสัมพันธ์กับบริษัท
เมื่อนับสัดส่วนที่จัดสรรหุ้นให้แก่ผู้ลงทุนของบริษัทตามข้อ (1) (2) และ (3) แล้วต้องไม่เกินร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นที่เสนอขาย IPO ทั้งหมด ทั้งนี้ หากมีหุ้นเหลือจากการเสนอขายในข้อ (3)ให้นำส่วนที่เหลือทั้งหมดไปรวมหุ้นที่เสนอต่อกลุ่มประชาชนทั่วไปตามดุลยพินิจของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์
 - (4) 135,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายต่อประชาชน ตามดุลยพินิจของผู้จัดการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์

เงื่อนไขในการจัดจำหน่าย:	<input checked="" type="checkbox"/> รับประกันการจำหน่ายอย่างแน่นอนทั้งจำนวน (Firm Underwriting) <input type="checkbox"/> ไม่รับประกันการจำหน่าย (Best Effort)
ราคาเสนอขายต่อประชาชน:	[•] บาทต่อหุ้น
มูลค่าการเสนอขาย:	[•] บาท
มูลค่าที่ตราไว้ (Par):	0.50 บาทต่อหุ้น
มูลค่าตามราคาบัญชี (Book Value):	0.57 บาทต่อหุ้น (ตามมูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้น ณ 30 มิถุนายน 2565 ทหารด้วยจำนวนหุ้นที่จดทะเบียนชำระแล้วของบริษัท ณ วันดังกล่าว จำนวน 420 ล้านหุ้น)

การเสนอขายหุ้นหรือหลักทรัพย์แปลงสภาพในช่วง 6 เดือนก่อนหน้ายื่นคำขออนุญาตต่อสำนักงานจนถึงวันเสนอขาย

ตามมติการประชุมผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2565 บริษัทมีการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 220 ล้านหุ้น จำนวน 110 ล้านบาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม ตามสัดส่วนการถือหุ้น (Right Offering) โดยผู้ถือหุ้นมีสิทธิที่จะสละสิทธิการจองซื้อตามสิทธิดังกล่าว และยินยอมให้นำหุ้นที่ไม่ได้รับการจองซื้อตามสิทธิมาเสนอขายต่อผู้ถือหุ้นที่เหลือ รวมทั้งยินยอมให้ผู้ถือหุ้นที่เหลือสามารถใช้สิทธิจองซื้อหุ้นที่ออกใหม่เกินกว่าสิทธิของตนได้ ทั้งนี้การเพิ่มทุนดังกล่าวเป็นการเพิ่มทุนในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือนก่อนยื่นคำขออนุญาตต่อสำนักงานจนถึงวันเสนอขายหุ้นครั้งแรกต่อประชาชน (IPO) ในราคาพาร์ (Par) 0.5 บาท/หุ้น ซึ่งต่ำกว่าราคาที่เคยเสนอขาย IPO

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ออกและเสนอขายหลักทรัพย์กับกลุ่มที่ปรึกษาการเงินหรือกลุ่มผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ เช่น การถือหุ้นระหว่างกัน การมีกรรมการ ผู้บริหาร บุคลากรของที่ปรึกษาการเงินและหรือผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการของผู้ออกและเสนอขายหลักทรัพย์ การกู้ยืม จากกลุ่มที่ปรึกษาทางการเงินและหรือกลุ่มผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ และความสัมพันธ์อื่นที่อาจทำให้ที่ปรึกษาทางการเงินและหรือผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ขาดความเป็นอิสระในการทำหน้าที่

ไม่มี มี

ที่มาของการกำหนดราคาเสนอขายและข้อมูลทางการเงินเพื่อประกอบการประเมินราคาหุ้นที่เสนอขาย

การกำหนดราคาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทในครั้งนี้ พิจารณาจากอัตราส่วนราคาต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (Price to Earning Ratio : P/E Ratio) ทั้งนี้ ราคาหุ้นสามัญที่เสนอขายหุ้นละ [•] บาทต่อหุ้น คิดเป็นอัตราส่วนราคาต่อกำไรสุทธิต่อหุ้นเท่ากับ [•] เท่า ซึ่งคำนวณจากผลประกอบการของบริษัทในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ตั้งแต่วันที่ [•] 2564 ถึงวันที่ [•] 2565 ซึ่งมีกำไรสุทธิเท่ากับ [•] เมื่อหารด้วยจำนวนหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัทหลังจากการเสนอขายหุ้นในครั้งนี้ จำนวน 600 ล้านหุ้น (Fully Diluted) จะได้กำไรสุทธิต่อหุ้นเท่ากับ [•] บาท

อย่างไรก็ตาม ผู้ลงทุนควรทราบว่าอัตราส่วนราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิ (P/E Ratio) ดังกล่าว คำนวณจากผลการดำเนินงานในอดีต 4 ไตรมาสย้อนหลัง ซึ่งไม่สะท้อนถึงผลการดำเนินงานหรือความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในปัจจุบันหรือในอนาคต และไม่ได้เป็นอัตราส่วนที่สามารถนำมาเปรียบเทียบได้โดยตรง เนื่องจากเป็นอัตราส่วนในช่วงเวลาที่ต่างกัน

สัดส่วนของ “ผู้มีส่วนร่วมในการบริหาร”

ที่ไม่ติด silent period : จำนวน [•] หุ้น คิดเป็นร้อยละ [•] ของจำนวนหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมด ของบริษัทภายหลังการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนในครั้งนี้

ตลาดรอง : ตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai)

หมวดธุรกิจ (sector): กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

เกณฑ์เข้าจดทะเบียน: เกณฑ์กำไรสุทธิ (Profit test)

วัตถุประสงค์การใช้เงิน

โครงการ	วงเงินประมาณ *(ล้านบาท)	ระยะเวลา	วัตถุประสงค์
1. โครงการก่อสร้างศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา และ สำนักงาน ถนนพระราม 9	50.00	ปี 2566-2567	พัฒนาศูนย์สุขภาพและออกกำลังกาย และใช้เป็นสำนักงาน
2. เงินทุนหมุนเวียน	วงเงินที่เหลือจากข้อ 1		เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของโครงการต่างๆ

นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทมีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล และหลังหักสำรองตามกฎหมายในแต่ละปี ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับสถานะทางการเงิน กระแสเงินสด สภาพคล่อง แผนการลงทุน และปัจจัยอื่น ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นเป็นหลัก ตามความเห็นสมควรของคณะกรรมการบริษัทและ/หรือผู้ถือหุ้น และการจ่ายปันผลนั้นจะต้องไม่มีผลกระทบต่อการใช้งานปกติของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และอยู่ภายใต้ขอบข่ายของกฎหมาย กฎระเบียบ หลักเกณฑ์หรือประกาศอื่นที่เกี่ยวข้อง

นโยบายจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อม :

บริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมมีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 100 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล และหลังหักสำรองตามกฎหมาย โดยจะต้องไม่มีขาดทุนสะสมในส่วนของผู้ถือหุ้น

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้เสนอขายหลักทรัพย์

บริษัทเริ่มสร้างแบรนด์ “วอริกซ์” ให้เป็นที่รู้จัก จากการเป็นผู้สนับสนุนเสื้อผ้าและอุปกรณ์ให้นักกีฬา (License Product) ในการแข่งขันระดับฟุตบอลระดับภูมิภาค จนเป็นที่รู้จักและนิยมอย่างกว้างขวางขึ้น เมื่อได้เข้ามาเป็นผู้สนับสนุนเสื้อผ้ากีฬาทีมชาติไทย โดยที่วอริกซ์ได้รับสิทธิเป็นผู้ผลิตเสื้อผ้าฟุตบอลทีมชาติไทยตั้งแต่ปี 2560 จนถึงปัจจุบัน สิ่งที่บริษัทได้จากจากการที่เป็นผู้สนับสนุนกีฬาคือการสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) กับผู้บริโภค วอริกซ์ใช้การตลาดในรูปแบบนี้เป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับแบรนด์เสื้อผ้าที่นักกีฬาสวมใส่ และการที่ผู้บริโภคเห็นแบรนด์ปรากฏอยู่บนตัวนักกีฬาหรือป้ายสนับสนุนยังเป็นการตอกย้ำและสร้างแบรนด์ให้คนรู้จักในวงกว้างอย่างต่อเนื่องอีกทางหนึ่ง โดยสามารถสร้างยอดขายนำจากการเป็นผู้สนับสนุนผ่านฐานแฟนคลับโดยเฉพาะฟุตบอล ซึ่งเป็นกีฬาที่มีแฟนคลับอย่างเหนียวแน่น และแฟนคลับเหล่านี้มีพฤติกรรมซื้อเสื้อเชียร์เพื่อใส่ไปเชียร์ฟุตบอลทีมที่ตัวเองชอบในแมตช์ต่างๆ นอกจากการสร้างการรับรู้กับผู้บริโภคในประเทศไทยแล้วนั้นวอริกซ์ได้ขยายฐานการรับรู้ของแบรนด์ไปยังต่างประเทศโดยวอริกซ์ได้สิทธิในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายให้กับนักกีฬาทีมชาติต่างประเทศ รวมถึงยังเป็นแบรนด์สัญชาติไทยแบรนด์แรกที่ได้เซ็นสัญญากับสโมสรฟุตบอลระดับท็อป 3 ของประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย ซึ่งแสดงถึงคุณภาพและความสำเร็จของวอริกซ์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้รับความไว้วางใจในระดับภูมิภาค ทำให้ชุดกีฬาของวอริกซ์เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง

นอกจากเสื้อผ้ากีฬาแล้ว บริษัทมีสินค้าคลาสสิกและสินค้าคอลเลคชั่น (Non – Licensed Product) ซึ่งเป็นสินค้าที่สามารถใช้ในชีวิตประจำวันและปรับเปลี่ยนตามความนิยม (Lifestyle) เพื่อลดการพึ่งพาสินค้าภายใต้สัญญาสนับสนุนซึ่งบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนทั้งในรูปแบบเงินสดและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการดำเนินงานของบริษัทและสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในการขยายฐานลูกค้าไม่เฉพาะกลุ่มนักกีฬาหรือแฟนกีฬาเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์เครื่องกีฬาและอุปกรณ์อื่นๆ เช่น ลูกฟุตบอล รองเท้าวิ่ง นาฬิกาแบบสปอร์ต เป็นต้น

วอริกซ์เดินหน้าทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องในรูปแบบต่างๆที่กว้างขึ้น โดยได้สร้าง โดยเน้นในเรื่องของ Active & Lifestyle ไม่ว่าจะเป็น การสนับสนุน อีเวนท์กีฬาอื่นๆ เทศกาลดนตรี ขณะเดียวกันยังเพิ่มสินค้าให้หลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์และความต้องการของลูกค้าทั้งเสื้อโปโลคอลเลคชั่น เสื้อกางเกงวอร์ม สปอร์ตบรา สตรีทแวร์ (Streetwear) รองเท้าแฟชั่น กระเป๋า หมวก หน้ากากผ้า กันฝุ่น อุปกรณ์ออกกำลังกาย อุปกรณ์โยคะ ฯลฯ พร้อมเซ็นสัญญากับสตาร์ทีมชาติไทย ตลอดจนอินฟลูเอนเซอร์หลากหลายวงการมาร่วมเป็นพรีเซ็นเตอร์

สินค้าและผลิตภัณฑ์ของวอริกซ์ แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลักได้ดังนี้

(1) สินค้า Licensed Product

1. สินค้าเกี่ยวกับกีฬาทีมชาติ : สินค้าและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทีมชาติ จากการที่บริษัทได้รับสิทธิในการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายชุดกีฬาของสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย สมาคมบาสเกตบอลแห่งประเทศไทย นอกจากนั้นบริษัทยังได้รับสิทธิในการผลิตเครื่องแต่งกายในกีฬาประเภทอื่น และทีมชาติต่างประเทศด้วย
2. สินค้าสโมสรฟุตบอล : ผลิตภัณฑ์และชุดกีฬาจากการที่บริษัทได้ร่วมสนับสนุนทีมระดับสโมสรต่างๆ
3. สินค้าลิขสิทธิ์อื่นๆ : ผลิตภัณฑ์และชุดกีฬาสำหรับองค์กร สถานศึกษา รวมถึงเสื้อ และผลิตภัณฑ์สำหรับกิจกรรมต่างๆ

(2) สินค้า Non-Licensed Product

1. สินค้าคอลเลคชั่น (Collection) : สินค้าที่บริษัทออกแบบและผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตามไลฟ์สไตล์ของตน โดยสินค้าคอลเลคชั่นของบริษัทนั้นเป็นสินค้าที่ออกแบบตามความนิยมในช่วงนั้นๆ ที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย แฟชั่น หรือตามฤดูกาล
2. สินค้าคลาสสิก (Classic) : สินค้าที่ได้รับการออกแบบที่เรียบง่าย คงความนิยม ส่วนใหญ่ได้แก่เสื้อยืดโปโล เสื้อยืด ที่สวมใส่ได้ทุกโอกาส มีให้เลือกซื้อหลายระดับ และใส่ได้ทุกเพศทุกวัย
3. สินค้าทำตามคำสั่ง (Made to Order) : สินค้าที่ผู้สั่งสินค้าใช้ในงานต่างๆ ที่จัดขึ้น อาทิเช่น เสื้อที่ใช้ในกิจกรรมวิ่ง หรือกิจกรรมอื่นๆ ในประเทศของทั้งภาครัฐและเอกชน
4. สินค้าอื่นๆ : บริษัทได้เพิ่มไลน์สินค้าให้หลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบโจทย์ ทุกไลฟ์สไตล์และความต้องการของลูกค้า

นอกจากความหลากหลายของสินค้าของวอริกซ์ที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแล้วนั้น วอริกซ์ยังมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่หลากหลายเพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภคอีกด้วย โดยในปัจจุบันบริษัทมีช่องทางในการจัดจำหน่าย 6 ช่องทางดังนี้ (1) ร้านค้าทั่วไป ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ (2) งานโครงการ (Project Base) (3) ช่องทางออนไลน์ (4) ร้านค้าของบริษัท (5) สัญญาตามสัญญาสนับสนุน (6) งานจัดรายการสินค้า งานแสดงต่างๆ และการขายอื่นๆ โดยช่องทางที่แตกต่างกันนี้สอดคล้องกันกับเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทในอนาคต ที่วอริกซ์มุ่งที่จะขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์จากนักกีฬาและแฟนกีฬา ไปยังกลุ่มผู้บริโภคอื่นๆ ทุกเพศทุกวัย โดยในปี 2563 วอริกซ์ได้ขยายธุรกิจสู่การให้บริการดำเนินการด้านสุขภาพ (Health) ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาในรูปแบบของการให้บริการกายภาพบำบัด วอริกซ์มีให้บริการคลินิกกายภาพบำบัด (Warrix Physiotherapy & Performance Studio) โดยมีนักกายภาพบำบัดที่ได้รับใบอนุญาตให้บริการผู้ใช้บริการอย่างมืออาชีพ

วอริกซ์ตั้งเป้าหมายของธุรกิจ โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการเข้าไปสู่พื้นที่การใช้ชีวิตของคนทุกกลุ่มทั้งนักกีฬาและแฟนกีฬาเยาวชนคนรุ่นใหม่ ผู้รักสุขภาพ ด้วยธุรกิจที่กำลังพัฒนาใน 5 ด้าน โดยมีแผนร่วมกับผู้จัดงานกิจกรรมในโครงการกีฬาต่างๆ อาทิเช่น วิ่งมาราธอน วิ่งเทรล ซึ่งเป็นกีฬาซึ่งเข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย (Explorer) ตามลักษณะของการเป็นไลฟ์สไตล์แบรนด์ (Life-Style Brand) ที่มีลักษณะเฉพาะตัว นอกจากนี้วอริกซ์ยังได้เข้าร่วมเป็นพาร์ทเนอร์ในโครงการ D.OASIS ซึ่งเป็นการขยายการดำเนินธุรกิจของบริษัทเข้าสู่ Metaverse ผ่าน NFT ซึ่งเป็นการเพิ่มประสบการณ์ผ่านตัวละครนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียง โดยแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทสรุปได้ดังนี้

I.) **Sport & Active Lifestyle:** ขยายไลน์เสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬาให้ครอบคลุมกีฬาหลากหลายประเภทมากขึ้น เช่น วิ่ง เทรลนึ่ง กอล์ฟ ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิง บาสเกตบอล ปิงปอง รองเท้า ขยายผลิตภัณฑ์ไปสู่สตรีทแวร์ (Streetwear) ยีนส์ (Jeans) เสื้อชั้นใน (Innerwear) ผลิตภัณฑ์คัตตอน (Cotton) เป็นต้น โดยเริ่มต้นด้วยโครงการ Warrix Lifestyle @ Siam Square ยกระดับแบรนด์และผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดระดับสูงขึ้น

II.) **Health:** ขยายโครงการด้านสุขภาพไปในลักษณะของศูนย์สุขภาพและออกกำลังกาย หรือ ศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา ไปที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ “Warrix Run Hub” และ บริเวณถนนพระรามเก้า นอกเหนือจากคลินิกกายภาพบำบัดที่สเตเดียมวัน (Stadium One)

III.) Event & Explorer: ขยายฐานลูกค้าโดยนำประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา มาจัดกิจกรรมต่างๆโดยใช้ แปรนดวอริกซ์ มีการจัดโครงการงานวิ่งต่างๆในหลายรูปแบบ ได้แก่ งานวิ่งอีโคเทรล (Eco-Trail) เดอะแมตช์รัน (The Match Run) ช้างศึกรัน (Changsuk Run) และการจัดกิจกรรมบันเทิง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ร่วมกับ พันธมิตรทางธุรกิจ

IV.) Metaverse ขยายตลาดในอนาคต ด้วยการการเข้าไปทำธุรกิจในโลกเสมือนภายใต้ The Sandbox Metaverse ซึ่งเป็นการเชื่อมโลกธุรกิจบันเทิง โฆษณา การศึกษา กีฬา และไลฟ์สไตล์เข้าด้วยกัน โดยมี D.OASIS เป็นตัวกลางในการจัดการเพื่อให้เกิดชุมชน (Community) โดยวอริกซ์จะใช้ Presenters ที่เป็นนักฟุตบอลทีมชาติ หรือ Influencer ในการสร้าง NFTs เพื่อเป็นช่องทางให้บริษัทสามารถนำสินค้าไปจำหน่ายหรือจัดกิจกรรม หรือ สร้างการรับรู้ในแบรนด์สินค้าวอริกซ์ในโลกเสมือน

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่:

รายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัทก่อนและหลังเสนอขายหุ้นการเสนอขายหุ้นแก่ประชาชน (IPO) แสดงได้ดังนี้ :

รายชื่อผู้ถือหุ้น	19 สิงหาคม 2559 ก่อนปรับโครงสร้าง		12 เมษายน 2565 ก่อนเสนอขายหุ้น IPO		หลังเสนอขายหุ้น IPO	
	จำนวนหุ้น @ พาร์ 10 บาท	สัดส่วน	จำนวนหุ้น @ พาร์ 0.5 บาท	สัดส่วน	จำนวนหุ้น @ พาร์ 0.5 บาท	สัดส่วน
นายวิศัลย์ วนะศักดิ์ศรีสกุล	5,500,000	55.00%	321,200,000	76.48%	321,200,000	53.53%
นางศศิธร ชัยสวัสดิ์	1,000,000	10.00%	26,600,000	6.33%	26,600,000	4.43%
นางสาวจันทนา วนะศักดิ์ศรีสกุล	500,000	5.00%	14,066,666	3.35%	14,066,666	2.34%
นางสาวลาวัลย์ วนะศักดิ์ศรีสกุล	500,000	5.00%	14,066,666	3.35%	14,066,666	2.34%
นายธนันต์ สุขุมลพานิษฐ์	500,000	5.00%	10,000,000	2.38%	10,000,000	1.67%
ผู้ถือหุ้นกลุ่มคุณวิศัลย์	8,000,000	80.00%	385,933,332	91.89%	385,933,332	64.32%
นางสาวจารุวัลย์ พงษ์ตัน	500,000	5.00%	14,066,668	3.35%	14,066,668	2.34%
นางพิมพ์ลสิริ ศิวพัฒนกิจดิสุข	500,000	5.00%	10,000,000	2.38%	10,000,000	1.67%
นายชัยรัตน์ เมฆศุกรีย์	300,000	3.00%	6,000,000	1.43%	6,000,000	1.00%
นายกิตติพงษ์ ภัทรชัยกุล	200,000	2.00%	4,000,000	0.95%	4,000,000	0.67%
นางนุชนารถ เรืองชัยกุล	500,000	5.00%	-	0.00%	-	0.00%
ผู้ถือหุ้นอื่น	2,000,000	20.00%	34,066,668	8.11%	34,066,668	5.68%
รวมทั้งสิ้น (ก่อน IPO)	10,000,000	100.00%	420,000,000	100.00%	420,000,000	70.00%
เสนอขายต่อประชาชน (IPO)					180,000,000	30.00%
รวมทั้งสิ้น (หลัง IPO)					600,000,000	100.00%

คณะกรรมการบริษัท:

บริษัทมีกรรมการบริษัททั้งหมดจำนวน 8 ท่าน ประกอบด้วย

รายชื่อ	ตำแหน่ง
1. รศ. ดร. พสุ เดชะรินทร์	ประธานกรรมการ / กรรมการอิสระ
2. นายสง่า ตั้งจันสิริ	กรรมการ กรรมการอิสระ และกรรมการตรวจสอบ
3. นายโพธิทัต พิริยวิรุตม์	กรรมการ กรรมการอิสระ และประธานกรรมการตรวจสอบ
4. ผศ. ดร.ศุภศิษฏ์ ทวีแจ่มทรัพย์	กรรมการ กรรมการอิสระ และกรรมการตรวจสอบ
5. นายชินวัชร ตันติพงศ์อนันต์	กรรมการ กรรมการอิสระ
6. นายพลภูมิ ศรีกุลพิสุทธิ์	กรรมการ
7. นายวิศิษฐ์ วนะศักดิ์ศรีสกุล	กรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
8. นางสาวณัฐกมล วงษ์สด	กรรมการ

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทคือ นายวิศิษฐ์ วนะศักดิ์ศรีสกุล ลงลายมือชื่อร่วมกับนายพลภูมิ ศรีกุลพิสุทธิ์ หรือ นางสาวณัฐกมล วงษ์สด รวมเป็นสองคน และประทับตราสำคัญบริษัท

สัดส่วนรายได้:

โครงสร้างรายได้ตามผลิตภัณฑ์	31 ธันวาคม 2562		31 ธันวาคม 2563		31 ธันวาคม 2564		6 เดือนแรกปี 2565	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. สินค้าคลาสสิก	268.51	38.35	248.52	37.56	243.99	37.07	141.56	35.50
2. สินค้าคอลเลคชั่น	190.19	27.17	183.22	27.68	149.71	22.75	132.53	33.23
3. สินค้าทำตามคำสั่ง (Made to Order)	76.32	10.90	72.01	10.88	104.07	15.81	59.51	14.92
4. สินค้าฟุตบอลทีมชาติ	111.09	15.87	112.42	16.98	81.92	12.45	34.83	8.73
5. สินค้าสโมสรฟุตบอล	23.60	3.37	23.71	3.58	39.85	6.06	10.80	2.71
6. สินค้าลิขสิทธิ์อื่นๆ	11.90	1.70	10.47	1.58	18.13	2.76	11.21	2.81
7. สินค้าอื่นๆ ¹	14.21	2.03	3.40	0.51	6.46	0.98	2.78	0.70
8. การให้บริการคลินิกกายภาพ	-	-	1.47	0.22	3.55	0.54	1.89	0.47
รวมรายได้จากการขายและบริการ	695.83	99.39	655.23	98.99	647.69	98.42	395.11	99.08
รายได้อื่น ²	4.29	0.61	6.68	1.01	10.40	1.58	3.68	0.92
รายได้รวม³	700.12	100.00	661.90	100.00	658.09	100.00	398.80	100.00

หมายเหตุ ¹ สินค้าอื่นๆ หมายถึง สินค้าตราสัญลักษณ์ และสินค้าแบรนด์อื่นที่บริษัทนำมาจำหน่าย เช่น นาฬิกาสำหรับการออกกำลังกาย

² รายได้อื่น ได้แก่ รายได้ค่าขนส่ง รายได้ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการขายทรัพย์สิน กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน และรายได้ค่าบริการ และดำเนินการ รายได้เงินช่วยเหลือประกันสังคม เป็นต้น

³ รายได้รวมส่วนใหญ่มาจากบริษัทแม่ โดยมีรายได้จากบริษัทย่อยในต่างประเทศเพียงจำนวน 1.26 ล้านบาท ในปี 2564 และ 0.73 ล้านบาท สำหรับ 6 เดือนแรกปี 2565

สรุปปัจจัยความเสี่ยง:

1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

- 1.1 ความเสี่ยงจากสินค้าเคลื่อนไหวชำรุดหรือล้าสมัย
- 1.2 ความเสี่ยงจากสินค้าสูญหาย
- 1.3 ความเสี่ยงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด
- 1.4 ความเสี่ยงจากภาวะผูกพันของสัญญาในการดำเนินธุรกิจ
- 1.5 ความเสี่ยงจากการต่อสัญญาเช่าสำนักงานใหญ่/สัญญาเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้า
- 1.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตสินค้ารายใหญ่น้อยราย
- 1.7 ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจใหม่

2. ความเสี่ยงด้านการเงินเกี่ยวกับเงินกู้สถาบันการเงิน

- 2.1 ความเสี่ยงด้านการพึ่งพาเงินกู้จากสถาบันการเงิน
- 2.2 ความเสี่ยงในการผิดเงื่อนไขสถาบันการเงินเรื่องการดำรงสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นหลัก
- 2.3 ความเสี่ยงในการผิดเงื่อนไขสถาบันการเงินเรื่องการดำรงสัดส่วนทางการเงิน
- 2.4 ความเสี่ยงในการผิดข้อปฏิบัติของสถาบันการเงิน

3. ความเสี่ยงด้านสังคม

- 3.1 ความเสี่ยงจากโครงสร้างประชากรและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป
- 3.2 ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์

4. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

- 4.1 ความเสี่ยงจากบริษัทที่มีผู้ถือหุ้นรายใดหนึ่งถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 50 และเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท
- 4.2 ความเสี่ยงจากการนำหุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
- 4.3 ความเสี่ยงจากราคาหุ้นสามัญของบริษัทอาจผันผวนซึ่งก่อให้เกิดผลขาดทุนอย่างมีนัยสำคัญต่อผู้ลงทุนที่ซื้อหุ้นสามัญของบริษัทในการเสนอขายหุ้นสามัญครั้งนี้
- 4.4 ความเสี่ยงที่โอกาสของนักลงทุนในการจองซื้อหุ้นใหม่ที่เสนอขายในอนาคตอาจมีจำกัด
- 4.5 ความเสี่ยงจากการเสนอขายหุ้นในราคาต่ำให้กับผู้ถือหุ้นเดิม (Right Offering)

สรุปฐานะการเงินและผลการดำเนินงานย้อนหลัง 3 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 2563 2564 และระยะเวลาเวลา 6 เดือนแรกของปี 2565:

รายละเอียด		งบการเงิน			
		ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	30 มิ.ย. 2565
สินทรัพย์รวม	ล้านบาท	719.27	727.35	746.56	812.07
หนี้สินรวม	ล้านบาท	559.65	564.06	571.30	571.98
ส่วนของผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	159.62	163.29	175.27	240.09
รายได้รวม	ล้านบาท	700.12	661.90	658.09	398.80
ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม	ล้านบาท	685.04	645.42	640.06	367.33

รายละเอียด		งบการเงิน			
		ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	30 มิ.ย. 2565
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	ล้านบาท	12.01	12.74	14.24	24.85
อัตรากำไรสุทธิต่อหุ้นปรับลดเต็มที่ ^{1/}	บาท/หุ้น	0.06	0.06	0.07	0.06
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ^{2/}	ร้อยละ	1.79	1.76	1.93	3.19
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ^{2/}	ร้อยละ	7.77	7.89	8.41	11.97
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น (D/E) ^{2/}	เท่า	3.51	3.45	3.26	2.38
อัตรากำไรขั้นต้น ^{2/}	ร้อยละ	40.96	41.86	45.11	45.18
อัตราส่วนกำไรสุทธิ ^{2/}	ร้อยละ	1.72	1.92	2.16	6.23
อัตราการจ่ายเงินปันผล	ร้อยละ	-	24.49 ^{3/}	21.92 ^{4/}	281.70 ^{5/}

หมายเหตุ : ^{1/} ปรับลดเต็มที่ (Fully-diluted) โดยคำนวณที่ฐานทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 100 ล้านบาท (200 ล้านหุ้น) สำหรับปี 2562-2564 และ 120 ล้านบาท (420 ล้านหุ้น) สำหรับปี 2565 มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

^{2/} ปรับปรุงเต็มปี (Annualized) เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบเท่านั้น

^{3/} ปี 2563 บริษัทจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลประจำปี จำนวน 3.12 ล้านบาท ซึ่งเป็นการจ่ายจากกำไรสุทธิประจำปี 2562

^{4/} ปี 2564 บริษัทจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลประจำปี จำนวน 3.12 ล้านบาท ซึ่งเป็นการจ่ายจากกำไรสุทธิประจำปี 2563

^{5/} ปี 2565 บริษัทจ่ายเงินปันผลประจำปี จำนวน 70.00 ล้านบาท ซึ่งเป็นการจ่ายจากกำไรสะสม ณ 31 ธันวาคม 2564

คำอธิบายเกี่ยวกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน :

ผลการดำเนินงาน

รายได้หลักของบริษัทกว่าร้อยละ 98.94 ของรายได้รวมเฉลี่ยปี 2562 ถึงปี 2564 เป็นรายได้จากการขายสินค้า ซึ่งเป็นรายได้จากการขายในประเทศเกินกว่าร้อยละ 99 ของรายได้จากการขายสินค้าและบริการรวมในแต่ละปี โดยในปี 2562 – ปี 2564 บริษัทมีรายได้รวม 700.12 ล้านบาท 661.90 ล้านบาท และ 658.09 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีอัตราเติบโตลดลงคิดเป็นร้อยละ 5.46 สำหรับปี 2563 และ ร้อยละ 0.58 สำหรับปี 2564 ในปี ทั้งนี้ในปี 2563 และ ปี 2564 บริษัทมีรายได้ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2562 อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด และมาตรการของภาครัฐในการลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ซึ่งทำให้ผู้ซื้อสินค้าลดลงเนื่องจากไม่สามารถรวมกลุ่มและทำกิจกรรมกลางแจ้งได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเล่นกีฬา ซึ่งส่งผลกระทบต่อความต้องการในสินค้าของบริษัทโดยตรง สำหรับช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564 บริษัทยังคงได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด ก่อนที่จะมีการผ่อนคลายมาตรการต่างๆตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 นอกจากนี้รายได้จากการขายแล้ว บริษัทยังมีรายได้จากการให้บริการคลินิกกายภาพ ซึ่งเริ่มดำเนินการและสร้างรายได้ให้แก่บริษัทในปี 2563 โดยมีรายได้ 1.47 ล้านบาท ในปีดังกล่าวและเพิ่มขึ้นเป็น 3.55 ล้านบาท ในปี 2564 และเท่ากับ 1.89 ล้านบาทในไตรมาสแรกของปี 2565

รายได้รวมสำหรับรอบระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2564 และ ปี 2565 เท่ากับ 304.73 และ 398.80 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 30.87 เนื่องจากในช่วงต้นปี 2565 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด เริ่มคลี่คลายลง บริษัทจึงทำการสั่งซื้อสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งทำให้บริษัทสามารถขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้รายได้จากการขายสินค้าคอลเลกชันของบริษัทเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564 โดยตั้งแต่วันที่

ตุลาคม 2564 จนถึงปัจจุบัน มีการผ่อนคลายสถานการณ์การควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด ซึ่งทำให้มีการจัดกิจกรรมในที่สาธารณะ การจัดการแข่งขันกีฬาทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เช่น การจัดการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศ และการจัดการแข่งขันฟุตบอล เอเอฟเอฟ ซูซูกิ คัพ ที่ประเทศสิงคโปร์

สินค้าที่บริษัทออกแบบ สั่งผลิตและจำหน่ายเอง (Non – Licensed products) ได้แก่ สินค้าคลาสสิก สินค้าคอลเลคชั่น สินค้าทำตามคำสั่ง ในปี 2562 – ปี 2564 และช่วงระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2565 มีสัดส่วนรายได้เท่ากับร้อยละ 78.93 ร้อยละ 77.63 ร้อยละ 78.40 และร้อยละ 85.61 ของรายได้จากการขายสินค้า ตามลำดับ โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2564 จนถึงช่วงระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2565 ซึ่งเป็นไปตามนโยบายและกลยุทธ์การตลาดของบริษัท ในการลดการพึ่งพาสินค้าภายใต้สัญญาสนับสนุน และสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในการขยายฐานลูกค้าไม่เฉพาะกลุ่มนักกีฬาหรือแฟนกีฬาเท่านั้น

สินค้าที่สร้างรายได้ให้แก่บริษัทมากที่สุด คือ สินค้าคลาสสิก ซึ่งเป็นสินค้าที่บริษัทเป็นผู้ออกแบบและจัดอยู่ในกลุ่มสินค้า Non – Licensed เช่นเดียวกับกับสินค้าคอลเลคชั่นซึ่งได้รับความนิยมจากผู้ใช้งาน เช่น เสื้อโปโล ซึ่งสามารถสวมใส่ได้หลากหลายโอกาสไม่ว่าจะเป็นสวมใส่ในที่ทำงาน หรือแม้กระทั่งสำหรับออกกำลังกาย โดยสินค้าคลาสสิกมีสัดส่วนเป็นอันดับหนึ่งตั้งแต่ปี 2562 – ปี 2564 โดยมีสัดส่วนเปรียบเทียบรายได้รวมเฉลี่ยทั้งสามปีอยู่ที่ร้อยละ 38.07 ลำดับถัดมา ได้แก่ สินค้าคอลเลคชั่น โดยมีสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าเฉลี่ยในปี 2562 – ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 26.17 ซึ่งเป็นสินค้าที่บริษัทออกแบบและจัดจำหน่ายทุกปี โดยจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบให้สอดคล้องกันกับความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้นๆ โดยบริษัทมีจุดประสงค์จะพัฒนาสินค้าคอลเลคชั่นและสินค้าคลาสสิก เพื่อขยายฐานลูกค้าจากกลุ่มผู้ใช้งานสำหรับมิใช่เพื่อการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียว และเพิ่มสัดส่วนรายได้ในส่วนของสินค้าที่ตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกันกับแนวทางธุรกิจของบริษัทซึ่งจะขยายไปในธุรกิจอื่นๆในอนาคต นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์สำหรับการออกกำลังกาย รายได้จากการขายสินค้าลำดับที่สาม ได้แก่ สินค้าทำตามคำสั่ง (Made to Order) ซึ่งมีสัดส่วนรายได้เฉลี่ย 3 ปี ตั้งแต่ปี 2562 – ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 12.63 เพิ่มสูงขึ้นจากการที่มีการจัดกิจกรรมของภาครัฐและเอกชนมากยิ่งขึ้นหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด สำหรับช่วง 6 เดือนแรกของปี 2565 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าคลาสสิก คอลเลคชั่นและสินค้าทำตามคำสั่ง (Made to Order) เท่ากับ 141.56 ล้านบาท 132.53 ล้านบาท และ 59.51 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งเติบโตเปรียบเทียบจากช่วงระยะเวลาเดียวกันของปี 2564 ร้อยละ 29.98 ร้อยละ 90.39 และเติบโตลดลงร้อยละ 4.93 ตามลำดับ

สำหรับรายได้สินค้า Licensed ที่มีสัดส่วนรายได้มากที่สุด คือ รายได้จากสินค้าฟุตบอลทีมชาติที่มีอัตราการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2565 โดยมีมูลค่าเท่ากับ 34.83 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 14.25 ล้านบาท ในช่วงระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2564 หรือคิดเป็นร้อยละ 144.36 อันเนื่องมาจากใน 6 เดือนแรกของปี 2565 นั้นเป็นช่วงที่มีการจัดแข่งขันกีฬาฟุตบอล เอเอฟเอฟ ซูซูกิ คัพ ที่จัดขึ้นตั้งแต่ช่วง ปลายเดือนธันวาคม ปี 2564 จนถึง มกราคม 2565 ซึ่งทำให้ส่วนที่ช่วยเพิ่มความต้องการของสินค้าฟุตบอลทีมชาติอย่างมากในช่วงปลายไตรมาสที่ 4 ปี 2564 และต้นไตรมาสที่ 1 ปี 2565 และความต้องการสินค้าฟุตบอลทีมชาติยังส่งผลมายังไตรมาสที่ 2 ปี 2565 อีกด้วย

ต้นทุนขายในปี 2562 – ปี 2564 และระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2564 และ 2565 มีจำนวน 410.79 ล้านบาท 380.97 ล้านบาท 355.49 ล้านบาท 168.51 ล้านบาท และ 216.59 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 58.67 ร้อยละ 57.56 ร้อยละ 54.02 และร้อยละ 54.31 ของรายได้รวม ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบด้วยต้นทุนกลุ่มสินค้า Non-Licensed ซึ่งคิด

เป็นส่วนส่วนเฉลี่ย ปี 2562 – ปี 2564 ร้อยละ 79.87 ของต้นทุนการขายสินค้าและบริการ ในส่วนของต้นทุนสินค้า Licensed คิดเป็นส่วนส่วนเฉลี่ย ปี 2562 – ปี 2564 ร้อยละ 20.13 ของต้นทุนรวม ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าและบริการ ซึ่งสามารถสรุปโครงสร้างต้นทุนและกำไรขั้นต้นของบริษัท ได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

โครงสร้างรายได้และต้นทุน	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	30 มิ.ย. 2564	30 มิ.ย. 2565
รายได้สินค้ากลุ่ม Licensed	146.59	146.60	139.91	52.48	56.84
กำไรขั้นต้น	61.90	64.43	75.86	26.03	30.43
อัตรากำไรขั้นต้น	42.22%	43.95%	54.22%	49.59%	53.54%
รายได้สินค้ากลุ่ม Non-Licensed	549.23	508.62	507.78	247.41	338.27
กำไรขั้นต้น	223.14	209.83	216.41	106.23	148.09
อัตรากำไรขั้นต้น	40.63%	41.25%	42.62%	42.94%	43.78%

อัตรากำไรขั้นต้นสินค้ากลุ่ม Licensed และ Non-Licensed เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 42.22 และร้อยละ 40.63 เป็นร้อยละ 43.95 และร้อยละ 41.25 ในปี 2563 ตามลำดับ โดยอัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มสินค้า Licensed เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายและอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าฟุตบอลทีมชาติในปี 2563 ในส่วนสินค้า Non-Licensed มีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของสินค้าคลาสสิกและสินค้าคอลเลกชั่นซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีสัดส่วนรายได้จากการขายรวมกันสูงสุดเท่ากับร้อยละ 65.24 ในปี 2563 โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายสินค้า Licensed และ Non-Licensed คือการปรับราคาขายสินค้าเพิ่มขึ้นในแต่ละปี โดยในช่วงปลายปี 2564 และระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2565 สินค้า Licensed มีการออกคอลเลกชั่นใหม่ซึ่งมีการปรับราคาให้สูงขึ้นซึ่งส่งผลให้สินค้า Licensed มีอัตรากำไรที่สูงขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายในปี 2562 – ปี 2564 และระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2565 มีจำนวน 197.56 ล้านบาท 181.20 ล้านบาท 200.39 ล้านบาท และ 111.79 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นส่วนส่วนร้อยละ 28.22 ร้อยละ 27.38 ร้อยละ 30.45 และร้อยละ 28.03 ของรายได้รวม ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการขายที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ (1) ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย ซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายสินค้าตามสัญญาการสนับสนุนทีมกีฬาต่างๆ ตามพันธะสัญญา รวมถึงค่าสินค้าอภินันทนาการ ซึ่งทางบริษัทเป็นสปอนเซอร์ในการมอบเงินและผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬาสนับสนุนให้แก่ทีมกีฬาต่างๆ นอกจากนั้น ทางบริษัทยังมีการจ้างพรีเซนเตอร์ (Presenter) ซึ่งเป็นนักกีฬาที่มีชื่อเสียง เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของบริษัท โดยค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนมากที่สุดต่อค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย คือ เงินสดและผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬาสนับสนุนทีมกีฬาต่างๆ ซึ่งรวมถึงการปันส่วนรายได้จากการขายสินค้าที่บริษัทจะมอบให้แก่ทีมกีฬาสำหรับเสื้อแข่งขันประจำปีการแข่งขันนั้นๆ โดยในปี 2562 – ปี 2564 และระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2564 และ 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาสนับสนุนเงินสดและผลิตภัณฑ์แก่ทีมกีฬาต่างๆ เท่ากับ เท่ากับ 81.84 ล้านบาท 49.08 ล้านบาท 61.77 ล้านบาท 26.77 ล้านบาท และ 29.51 ล้านบาท ของค่าใช้จ่ายในการขาย ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายในการขายผ่าน E-Market Place และค่าโฆษณาในการให้บริการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นจากปี 2562 อย่างมาก ในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงช่องทางขายสินค้าที่จากเดิมมุ่งเน้นในการขายผ่านหน้าร้าน แต่ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด บริษัทจึงมุ่งเน้นช่องทางขายออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าของบริษัทได้สะดวก

และรวดเร็วมากขึ้น (2) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานมีสัดส่วนร้อยละ 15.06 (3) ค่าเช่า ค่าบริการ ค่าเสื่อมราคาและตัดจำหน่าย มีสัดส่วนร้อยละ 10.41 และ (4) ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ เช่น ค่าโฆษณา ค่าสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายขาย มีสัดส่วนร้อยละ 8.78 ของค่าใช้จ่ายในการขายในปี 2564 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับปี 2562 – ปี 2564 และระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2564 และ 2565 มีจำนวน 58.40 ล้านบาท 62.04 ล้านบาท 66.45 ล้านบาท 35.00 ล้านบาท และ 31.44 ล้านบาท ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สำคัญของบริษัท คือ ค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงาน ซึ่งมีจำนวนสำหรับปี 2562 – ปี 2564 และระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2564 และ 2565 เท่ากับ 27.78 ล้านบาท 37.99 ล้านบาท 38.11 ล้านบาท 19.92 ล้านบาท และ 18.38 ล้านบาท ตามลำดับ โดยการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงานนี้มีสาเหตุหลักมาจากการการเปลี่ยนแปลงของจำนวนพนักงานของบริษัท โดยในปี 2563 จำนวนพนักงานของบริษัทเพิ่มขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น 8.88 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทได้มีการจ้างงานพนักงานเพิ่มเติมจำนวนมากเพื่อปรับโครงสร้างการดำเนินงานให้สอดคล้องและเหมาะสมกับการเติบโตอย่างรวดเร็วของบริษัท

บริษัทมีกำไรสุทธิปี 2562 – ปี 2564 และช่วง 6 เดือนแรกของ ปี 2564 และปี 2565 เท่ากับ 12.01 ล้านบาท 12.74 ล้านบาท 14.24 ล้านบาท (5.29) ล้านบาท และ 24.85 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 1.72 ร้อยละ 1.92 ร้อยละ 2.16 ร้อยละ (1.74) และร้อยละ 6.23 ตามลำดับ กำไรสุทธิของบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2565 ที่เพิ่มสูงขึ้น 30.87 ล้านบาท อันเนื่องมาจากการคลี่คลายของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด ซึ่งทำให้กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและการออกกำลังกายกลับสู่สภาวะปกติ

โดยค่าใช้จ่ายที่ส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิระหว่างปี 2562 – ปี 2564 นั้นได้แก่ ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาสนับสนุนทีมกีฬาต่างๆ เนื่องจากค่าใช้จ่ายดังกล่าวส่งผลกระทบต่อกำไรจากการขายสินค้าฟุตบอลทีมชาติและสินค้าสโมสรฟุตบอลโดยมีสัดส่วนในปี 2562 – ปี 2564 ร้อยละ 32.22 ร้อยละ 20.58 และร้อยละ 28.39 ของรายได้จากการขายสินค้า Licensed และ ร้อยละ 6.79 ร้อยละ 4.60 และร้อยละ 6.13 ของรายได้จากการขายสินค้าทั้งหมดของบริษัทตามลำดับ สำหรับช่วงระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2564 และ 2565 ค่าใช้จ่ายส่งเสริมค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาสนับสนุนฟุตบอลทีมชาติกีฬาต่างๆมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 33.80 และร้อยละ 42.27 ของรายได้จากการขายสินค้า Licensed และร้อยละ 5.91 และร้อยละ 6.08 ของรายได้จากการขายสินค้าทั้งหมดของบริษัท ตามลำดับ ซึ่งค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายส่วนใหญ่จะเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ตามเงื่อนไขสัญญา ดังนั้นหากยอดขายสินค้าประเภท Licensed ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ตอนบริษัททำข้อเสนอการสนับสนุนทีมกีฬาต่างๆ จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการ

ฐานะการเงิน

บริษัทมีสินทรัพย์รวม ณ สิ้นปี 2562 – ปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 719.27 ล้านบาท 727.35 ล้านบาท 746.56 ล้านบาท และ 812.07 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสินทรัพย์หมุนเวียนของบริษัท ณ สิ้นปี 2562 – ปี 2564 และณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 525.98 ล้านบาท 452.47 ล้านบาท 516.35 ล้านบาท และ 538.87 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.13 ร้อยละ 62.21 ร้อยละ 69.16 และร้อยละ 66.36 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดยในปี 2563 บริษัทใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงจ่ายซื้ออุปกรณ์ในการดำเนินธุรกิจ จ่ายชำระหนี้ตามสัญญาเช่าดอกเบี้ยจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน รวมถึงจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นของบริษัท ซึ่งส่งผลให้เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดของบริษัทลดลงอย่างมีนัยสำคัญในปี 2563 ส่วนในปี 2564 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงิน

สดเพิ่มขึ้นจากการรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้าจำนวนมาก ซึ่งทำให้ลูกหนี้การค้าลดลงในปีดังกล่าว 28.44 ล้านบาท รวมถึงรับเงินสดจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินในปีดังกล่าว ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงจากวันที่ 31 ธันวาคม 2564 เท่ากับ 12.61 ล้านบาท หรือร้อยละ 29.67 เนื่องจากกิจกรรมลงทุนที่เพิ่มสูงขึ้นในระยะเวลา 6 เดือนนับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2564 ซึ่งบริษัทมีการซื้อที่ดินและอุปกรณ์บริเวณถนนพระราม 9 เพื่อใช้เป็นศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬาและออฟฟิศสำนักงานในอนาคตรวมทั้งสิ้น 38.25 ล้านบาท

ลูกหนี้การค้า – ในประเทศ ณ สิ้นปี 2562 – ปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 174.00 ล้านบาท 99.14 ล้านบาท 128.60 ล้านบาท และ 153.49 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.19 ร้อยละ 13.63 ร้อยละ 17.23 และร้อยละ 18.90 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดยลูกหนี้การค้าในประเทศ ส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้การค้าของธุรกิจการขายสินค้า ที่เกิดจากการขายสินค้าเสื้อผ้ากีฬา อุปกรณ์ต่างๆ และสินค้าอื่นๆ โดยลูกหนี้การค้า – ในประเทศที่มีสัดส่วนมากเป็นลูกหนี้การค้าที่เป็นห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าที่ซื้อสินค้าของบริษัทเพื่อนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้บริษัทมีระยะเวลาในการเก็บหนี้เฉลี่ยในปี 2562 – ปี 2564 และช่วง 6 เดือนแรกของ ปี 2565 เท่ากับ 87 วัน 75 วัน 64 วัน และ 59 วัน ตามลำดับ โดยระยะเวลาเก็บหนี้ของบริษัทลดลงอย่างต่อเนื่องจากปี 2562 จนถึงปี 2564 และลดลงต่ำกว่า 60 วัน ในไตรมาสที่ 2 ปี 2565 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถเรียกเก็บหนี้จากลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นๆที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยให้บริษัทมีสภาพคล่องเพิ่มมากขึ้นจากการแสวงหาเงินสดที่ได้รับจากการชำระหนี้ของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นๆ โดยในปี 2563 และปี 2564 บริษัทมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยเร็วขึ้นจากปี 2562 เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัท ซึ่งมีแนวโน้มขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้นเนื่องจากเป็นช่องทางที่มีอัตรากำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าที่สูง รวมถึงสามารถขายสินค้าเป็นเงินสดซึ่งช่วยให้สภาพคล่องของบริษัทดีขึ้น

รายการสินค้าคงเหลือซึ่งเป็นรายการที่สำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัทในปี 2562 – ปี 2564 และ ณ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 314.99 ล้านบาท 329.63 ล้านบาท 341.98 ล้านบาท และ 352.80 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.79 ร้อยละ 45.32 ร้อยละ 45.81 และร้อยละ 43.44 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ จะเห็นได้ว่ารายการสินค้าคงเหลือของบริษัทนั้นอยู่ในระดับที่สูงเมื่อเทียบกับสินทรัพย์อื่นๆ เนื่องจากมีความจำเป็นที่จะต้องคงคลังสินค้าเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะการเพิ่มจำนวนสินค้าฟุตบอลทีมชาติในช่วงปลายปี 2564 และ ต้นปี 2565 เนื่องจากการที่ทีมชาติไทยได้แชมป์การแข่งขันฟุตบอลระดับนานาชาติในรายการ เอเอฟเอฟ ซูซูกิ คัพ สำหรับปี 2562- ปี 2564 และช่วง 6 เดือนแรกของปี 2565 บริษัทมีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยเท่ากับ 254 วัน 309 วัน 345 วัน และ 293 วัน ตามลำดับ โดยในช่วงปี 2563 และปี 2564 ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยมีระยะเวลาที่ยาวกว่าช่วงระยะเวลาอื่น เนื่องจากต้นทุนขายสินค้าลดลงอันเนื่องมาจากรายได้จากการขายสินค้าที่ลดลงในช่วงเวลาดังกล่าวเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19 ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของมูลค่าสินค้าคงเหลือของบริษัท โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2564 บริษัทมีสินค้าคงเหลือเท่ากับ 329.63 ล้านบาท และ 341.98 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งมีมูลค่ามากกว่าสินค้าคงเหลือ ณ สิ้นปี 2562 เท่ากับร้อยละ 4.65 และร้อยละ 8.57 โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยของบริษัทลดลงจากสิ้นปี 2564 อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากเนื่องจากบริษัทสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19 เริ่มคลี่คลายลงในช่วงต้นปี 2565

ในส่วนสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนของบริษัท ณ สิ้นปี 2562 – สิ้นปี 2564 และ ณ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 193.29 ล้านบาท 274.88 ล้านบาท 230.21 ล้านบาท และ 273.20 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.87 ร้อยละ 37.79 ร้อย

ละ 30.84 และร้อยละ 33.64 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ ซึ่งสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนหลักของบริษัท คือ เงินฝากธนาคารที่มี ภาวะผูกพัน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 ตามลำดับ สำหรับเงินฝากธนาคารที่มีภาวะผูกพัน ณ สิ้นปี 2562 – ปี 2564 และ ณ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 122.51 ล้านบาท 144.13 ล้านบาท 136.21 ล้านบาท และ 136.45 ล้านบาท คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 17.03 ร้อยละ 19.82 ร้อยละ 18.24 และร้อยละ 16.80 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดยเงินฝากธนาคาร ดังกล่าวใช้เป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อสำหรับหนังสือค้ำประกันธนาคาร เงินฝากธนาคารดังกล่าวมียอดเพิ่มขึ้นในปี 2563 เนื่องจากภาวะค้ำประกันเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น และในปี 2564 มูลค่าเงินฝากธนาคารที่มีภาวะผูกพัน ลดลงเล็กน้อยสอดคล้องกับเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินที่ลดลงจากปี 2563 ซึ่ง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 ไม่ได้มี การเปลี่ยนแปลงจาก 31 ธันวาคม 2564

ณ สิ้นปี 2562 – สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 ที่ดินและอุปกรณ์ของบริษัทมีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 45.78 ล้านบาท 48.76 ล้านบาท 39.45 ล้านบาท และ 70.16 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.37 ร้อยละ 6.70 ร้อยละ 5.28 และ ร้อยละ 8.64 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ ซึ่งที่ดินและอุปกรณ์หลักของบริษัทคือส่วนปรับปรุงอาคารสถานที่สำหรับหน้าร้าน และออฟฟิศของบริษัท โดยในปี 2564 ส่วนปรับปรุงสถานที่เช่าของบริษัทมีสัดส่วนร้อยละ 50.60 ของมูลค่าอุปกรณ์สุทธิ และ ส่วนของเครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงานซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันเท่ากับร้อยละ 49.06 สำหรับระยะเวลา 6 เดือนแรกของ ปี 2565 มูลค่าอุปกรณ์สุทธิเพิ่มขึ้นจากช่วงสิ้นปี 2564 เท่ากับ 30.71 ล้านบาทหรือร้อยละ 77.85 อันเนื่องมาจากการซื้อ ที่ดินบริเวณถนนพระราม 9 ซึ่งบริษัทดำเนินการก่อสร้างเป็นศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬาและออฟฟิศสำนักงานของบริษัทใน อนาคต

สำหรับสินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัท ณ สิ้นปี 2562 – สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 18.72 ล้านบาท 17.37 ล้านบาท 18.45 ล้านบาท และ 24.49 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ สินทรัพย์ลิขสิทธิ์ ซึ่งมีมูลค่า ณ สิ้นปี 2562 – ปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มูลค่าสุทธิเท่ากับ 11.71 ล้าน บาท 14.62 ล้านบาท 14.74 ล้านบาท และ 24.63 ล้านบาท ตามลำดับคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.83 ร้อยละ 84.17 ร้อยละ 79.89 และร้อยละ 79.23 ของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ตามลำดับ โดยรายการลิขสิทธิ์ของบริษัทประกอบไปด้วย โปรแกรมที่ใช้ใน การดำเนินงานของบริษัท เช่น ระบบปฏิบัติการ SAP B1 ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เป็นต้น

ณ สิ้นปี 2562 - สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 หนี้สินรวมมีจำนวนเท่ากับ 559.65 ล้านบาท 564.06 ล้านบาท 571.30 ล้านบาท และ 571.98 ล้านบาทคิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ 77.81 ร้อยละ 77.55 ร้อยละ 76.52 และร้อยละ 70.43 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ตามลำดับ หนี้สินส่วนใหญ่ของบริษัทอยู่ในรูปของหนี้สินหมุนเวียน โดยหนี้สิน หมุนเวียน ณ สิ้นปี 2562 - สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 551.85 ล้านบาท 524.52 ล้านบาท 548.10 ล้านบาท และ 520.07 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ 76.72 ร้อยละ 72.11 ร้อยละ 73.53 และร้อยละ 64.04 ของหนี้สินและส่วน ของผู้ถือหุ้นรวม ตามลำดับ หนี้สินส่วนใหญ่ของบริษัทอยู่ในรูปของหนี้สินหมุนเวียน ซึ่งเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้น จากสถาบันการเงินซึ่งบริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจและรักษาสภาพคล่องของบริษัทมีสัดส่วนมากที่สุดโดย ณ สิ้นปี 2562 - สิ้น ปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีจำนวนเท่ากับ 363.72 ล้านบาท 338.79 ล้านบาท 382.72 ล้านบาท และ 336.31 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ 50.57 ร้อยละ 46.58 ร้อยละ 51.26 และร้อยละ 41.41 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น รวม ตามลำดับ เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นมีสัดส่วนรองลงมาโดย ณ สิ้นปี 2562 - สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 163.50 ล้านบาท 128.60 ล้านบาท 132.56 ล้านบาท และ 144.72 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ

22.73 ร้อยละ 17.68 ร้อยละ 17.76 และร้อยละ 17.82 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ตามลำดับ โดยการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 เนื่องจากบริษัทมีซื้อสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าของบริษัทในช่วงก่อนดังกล่าว ส่งผลให้มูลค่าเจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น 48.94 ล้านบาทหรือร้อยละ 67.34

เจ้าหนี้การค้า ณ สิ้นปี 2562 - สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 137.18 ล้านบาท 86.76 ล้านบาท 72.68 ล้านบาท และ 121.63 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ 83.90 ร้อยละ 67.47 ร้อยละ 73.31 และร้อยละ 84.04 ของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ตามลำดับ โดยบริษัทได้รับเครดิตเทอมจากเจ้าหนี้การค้าประมาณ 30 วัน – 60 วัน และเมื่อพิจารณาระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย บริษัทมีระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยเท่ากับ 119 วัน 108 วัน 82 วัน และ 82 วัน ตามลำดับ โดย ณ สิ้นปี 2563 ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยของบริษัทลดลงเนื่องจากการลดลงของต้นทุนขายสินค้าและบริการเท่ากับ 29.83 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.26 จากการขายสินค้าที่ลดลงในปี 2563 ซึ่งน้อยกว่าการลดลงของมูลค่าเจ้าหนี้การค้าเฉลี่ยซึ่งลดลงร้อยละ 16.04 ในปี 2563 ซึ่งทำให้อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้เพิ่มสูงขึ้นจาก 3.08 เท่าเป็น 3.40 เท่าในปี 2563 สำหรับปี 2564 ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยเท่ากับ 81 วัน เนื่องจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้า ณ สิ้นปี 2564 อย่างมีนัยสำคัญสอดคล้องกันกับต้นทุนขายและบริการที่ลดลง ซึ่งส่งผลให้อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้การเพิ่มสูงขึ้นเป็น 4.46 เท่า จาก 3.40 เท่าในปี 2563 โดยมูลค่าเจ้าหนี้การค้าเฉลี่ย ณ สิ้นปี 2564 เท่ากับ 79.72 ล้านบาท ซึ่งลดลงจาก 111.97 ล้านบาทในปี 2563 หรือลดลงร้อยละ 28.80 ในขณะที่ต้นทุนขายสินค้าและบริการลดลงร้อยละ 6.69 เท่านั้น สำหรับช่วงระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2565 ระยะเวลาชำระหนี้ของบริษัทเท่ากับ 82 วัน ซึ่งเท่ากับระยะเวลาชำระหนี้ช่วงสิ้นปี 2564 เนื่องจากบริษัทมีความสามารถจ่ายชำระหนี้จากการที่บริษัทสามารถสร้างรายได้จากการขายสินค้าและบริการเพิ่มสูงขึ้นเทียบเท่ากับหารส่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าซึ่งทำให้มูลค่าเจ้าหนี้การค้าของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น

ในส่วนของเจ้าหนี้อื่นของบริษัทประกอบด้วย (1) เงินสนับสนุนและค่าลิขสิทธิ์สโมสรค้างจ่าย ณ สิ้นปี 2562 - สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 5.19 ล้านบาท 15.85 ล้านบาท 31.86 ล้านบาท และ 3.35 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ 3.18 ร้อยละ 12.33 ร้อยละ 24.04 และร้อยละ 2.32 ของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ตามลำดับ ซึ่งในปี 2563 และปี 2564 บริษัทได้มีการทำสัญญาสปอนเซอร์มากขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2562 โดยการเพิ่มขึ้นของเงินสนับสนุนและค่าลิขสิทธิ์สโมสรค้างจ่ายในปี 2564 เกิดจากการเข้าสนับสนุนทีมกีฬาหรือกิจกรรมต่างๆในช่วงปลายปี นอกจากนี้การเลื่อนชำระเงินสนับสนุนและค่าลิขสิทธิ์สโมสรส่งผลภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19 เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อภาระผูกพันที่เพิ่มสูงขึ้นของบริษัทในปี 2564 สำหรับเงินสนับสนุนและค่าลิขสิทธิ์สโมสรค้างจ่าย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 ลดลงจากปลายปี 2564 เนื่องจากบริษัทได้จ่ายชำระเงินสนับสนุนทีมกีฬาในช่วงปลายเดือนมิถุนายน 2565 ตามเงื่อนไขของสัญญา (2) ค่าใช้จ่ายค้างจ่ายอื่น ณ สิ้นปี 2562 - สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 10.13 ล้านบาท 15.99 ล้านบาท 16.18 ล้านบาท และ 10.10 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ 6.19 ร้อยละ 12.43 ร้อยละ 16.18 และร้อยละ 6.98 ของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายค้างจ่ายของบริษัทประกอบด้วย ค่าเช่าคลังสินค้าค้างจ่าย ค่าใช้จ่ายโบนัสสำหรับผู้บริหารค้างจ่าย ค่าบริการช่องทางจัดการจำหน่ายค้างจ่ายซึ่งเป็นช่องทางหลักที่บริษัทใช้ในการขายสินค้าของบริษัทผ่านช่องทางขายออนไลน์ รวมถึงค่าใช้จ่ายสำหรับค่าโฆษณาและจัดกิจกรรมค้างจ่ายของบริษัท เป็นต้น (3) เจ้าหนี้อื่นๆ: ณ สิ้นปี 2562 - สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 11.01 ล้านบาท 10.00 ล้านบาท 11.83 ล้านบาท และ 9.64 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ 6.73 ร้อยละ 7.77 ร้อยละ 8.93 และร้อยละ 6.66 ของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ตามลำดับ โดยเจ้าหนี้อื่นๆยังประกอบด้วย เจ้าหนี้บัตรเครดิต เจ้าหนี้ผู้ให้บริการในการวางระบบอินเทอร์เน็ตของบริษัท เงินรับล่วงหน้าจากลูกค้าซึ่งประกอบไปด้วยรายได้รับล่วงหน้าและเงินมัดจำรับ

ล่วงหน้า ซึ่งได้รับจากคู่ค้าสำหรับการซื้อสินค้าของบริษัท ดอกเบี้ยค้างจ่าย ค่านายหน้าค้างจ่ายสำหรับพนักงานสำหรับพนักงานขายสินค้าตามหลักเกณฑ์ค่านายหน้าของบริษัท และ รายการประมาณการรับคืนสินค้า ซึ่งเป็นรายการที่ผู้สอบบัญชีเริ่มรับรู้เมื่อปี 2564 จากการขายสินค้าให้แก่ร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้าจากการคืนสินค้าแก่บริษัท

สำหรับหนี้สินไม่หมุนเวียนของบริษัท ณ สิ้นปี 2562 – สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 7.80 ล้านบาท 39.54 ล้านบาท 22.33 ล้านบาท และ 51.91 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ 1.08 ร้อยละ 5.44 ร้อยละ 2.99 และร้อยละ 6.39 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ตามลำดับ

โดยหนี้สินไม่หมุนเวียนประกอบด้วย (1) เงินกู้ระยะยาว (รวมส่วนที่ถึงกำหนดชำระใน 1 ปี) ซึ่งบริษัทนั้นใช้สำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานของบริษัท ณ สิ้นปี 2562 – ปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 23.87 ล้านบาท 32.28 ล้านบาท 21.61 ล้านบาท และ 57.99 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.32 ร้อยละ 4.44 ร้อยละ 2.89 และร้อยละ 7.14 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ตามลำดับ (2) หนี้สินตามสัญญาเช่า (รวมส่วนที่ถึงกำหนดชำระใน 1 ปี) ณ สิ้นปี 2562 – ปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 0.41 ล้านบาท 48.05 ล้านบาท 21.50 ล้านบาท และ 17.04 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ 0.06 ร้อยละ 6.61 ร้อยละ 2.88 และร้อยละ 2.10 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ตามลำดับ โดยหนี้สินตามสัญญาเช่าในปี 2564 ลดลงจากปีก่อนเนื่องจากบริษัทได้พิจารณายกเลิกสัญญาพื้นที่เช่าสำหรับที่ใช้เป็นหน้าร้าน 1 แห่ง และคลังสินค้าเดิมเพื่อเตรียมพร้อมในการดำเนินงานธุรกิจใหม่รวมถึงปรับเปลี่ยนระบบการจัดการคลังสินค้า และ ณ 30 มิถุนายน 2565 หนี้สินตามสัญญาเช่าลดลงจากการยกเลิกการเช่าพื้นที่หน้าร้านอีก 1 แห่งและจากการจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าตามสัญญาเช่าพื้นที่ของบริษัท (3) สำรองผลประโยชน์พนักงาน ณ สิ้นปี 2562 - สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 1.35 ล้านบาท 2.11 ล้านบาท 1.57 ล้านบาท และ 1.91 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ 0.19 ร้อยละ 0.29 ร้อยละ 0.21 และร้อยละ 0.24 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ตามลำดับ สำหรับการประมาณการเงินขาดผลประโยชน์ของพนักงานเมื่อเกษียณอายุตามสิทธิและอายุงาน (4) หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น ณ สิ้นปี สิ้นปี 2562 - สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 3.65 ล้านบาท 0.77 ล้านบาท 1.25 ล้านบาท และ 1.29 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเป็นร้อยละ 0.51 ร้อยละ 0.11 ร้อยละ 0.17 และร้อยละ 0.16 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ตามลำดับ โดยหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น ประกอบไปด้วยเงินประกันสำหรับพนักงานของบริษัท เงินมัดจำรับล่วงหน้าส่วนที่มีอายุเกิน 1 ปี และเงินค้ำประกันของพนักงานขาย

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ สิ้นปี 2562 – สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 159.62 ล้านบาท 163.29 ล้านบาท 175.27 ล้านบาท และ 240.09 ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 22.19 ร้อยละ 22.45 ร้อยละ 23.48 และร้อยละ 29.57 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ตามลำดับ ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2562 – ปี 2564 เนื่องจากบริษัทมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นทุกปี โดย บริษัทมีกำไรสะสม ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2562 ปี 2563 ปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 59.62 ล้านบาท 63.29 ล้านบาท 75.32 ล้านบาท และ 30.17 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากผลการดำเนินงานของบริษัทในช่วงระยะเวลาดังกล่าว

อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนสภาพคล่องในปี 2562 – ปี 2564 และช่วง 6 เดือนแรกของปี 2565 เท่ากับ 0.95 เท่า 0.86 เท่า 0.94 เท่า และ 1.04 เท่า ตามลำดับ เนื่องจากบริษัทบริหารสภาพคล่องในการดำเนินงานโดยการใช้เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ตั้งแต่ปี 2562 จนถึง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 สำหรับปี 2564 อัตราส่วนสภาพคล่องของบริษัทเพิ่มสูงขึ้นจากปีก่อนหน้า

จากการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์หมุนเวียน ได้แก่ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น และสินค้าคงเหลือ ในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของหนี้สินหมุนเวียนจากเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน สำหรับอัตราส่วนสภาพคล่องของบริษัท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 เพิ่มขึ้นจากวันที่ 31 ธันวาคม 2564 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นที่เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าของบริษัทที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือที่บริษัทได้ทำการสั่งซื้อเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคและเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่ลดลงร้อยละ 12.13 ในช่วงระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2565 ซึ่งส่งผลให้อัตราส่วนสภาพคล่องของบริษัทเป็นไปตามเงื่อนไขการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565

ทั้งนี้ หากพิจารณาสภาพคล่องจากวงจรเงินสด (Cash Cycle) สำหรับปี 2562- ปี 2564 และช่วง 6 เดือนแรกของปี 2565 มีระยะเวลาที่มีระยะเวลาเท่ากับ 222 วัน 276 วัน และ 327 วัน 270 วัน ตามลำดับ ในปี 2563 และปี 2564 วงจรเงินสดมีระยะเวลายาวขึ้นจากปี 2562 อย่างมาก เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะการดำเนินงานของบริษัทที่จำเป็นต้องมีการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากในแต่ละครั้งเพื่ออำนาจในการต่อรอง ซึ่งในปี 2563 และ ปี 2564 จากสาเหตุผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ยอดขายของบริษัทลดลงเนื่องจากการลดลงของกิจกรรมที่จัดขึ้นทั่วประเทศ ส่งผลต่อการจำหน่ายและระบายสินค้าคงเหลือของบริษัท ในส่วนของระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยของบริษัทลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเพิ่มสภาพคล่องให้แก่บริษัท โดยระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยของบริษัทมีระยะเวลาที่สั้นกว่าระยะเวลาจ่ายชำระหนี้ของบริษัทซึ่งสะท้อนให้เห็นสภาพคล่องที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นของการบริหาร การดำเนินงาน และความสามารถในการชำระภาระผูกพันของบริษัทในช่วงระยะเวลาดังกล่าว โดยในช่วงระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2565 วงจรเงินสดของบริษัทลดลงจากช่วงสิ้นปี 2564 อย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากการที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 ที่เริ่มคลี่คลายลงในปี 2565 ส่งผลให้ภาครัฐและเอกชนสามารถจัดกิจกรรม และการแข่งขันกีฬาได้มากขึ้นกว่าในปี 2563 และปี 2564

สำหรับความสามารถในการชำระภาระผูกพันสำหรับปี 2562 ถึงปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 0.12 เท่า 0.18 เท่า 0.16 เท่า และ 0.15 เท่า ตามลำดับ ในปี 2562 มูลค่าเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระในหนึ่งปีมีมูลค่าเท่ากับ 384.99 ล้านบาท ประกอบกับกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและภาษีเงินได้ของบริษัทที่เท่ากับ 45.50 ซึ่งต่ำที่สุดตั้งแต่ปี 2562 - ปี 2564 ส่งผลให้ความสามารถในการชำระภาระผูกพันต่ำกว่าปี 2563 และปี 2564 สำหรับปี 2563 ความสามารถในการชำระภาระผูกพันของบริษัทเท่ากับ 0.18 เท่า จากการเพิ่มขึ้นความสามารถในการทำกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและภาษีเงินได้ของบริษัท ซึ่งทำให้กระแสเงินสดจากการดำเนินงานของบริษัทสำหรับปี 2563 เท่ากับ 84.71 ล้านบาท ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีความจำเป็นในการพึ่งพาเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินและเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปีลดลง สำหรับปี 2564 ภาระผูกพันของบริษัทที่ต้องจ่ายชำระในปี 2564 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า โดยมีมูลค่าเท่ากับ 391.44 ล้านบาท ประกอบกับกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและภาษีเงินได้ของบริษัทเท่ากับ 63.49 ล้านบาทซึ่งลดลงจากปีก่อนหน้า ส่งผลให้ความสามารถในการชำระภาระผูกพันของบริษัทลดลงจากปี 2563 สำหรับความสามารถในการชำระภาระผูกพันของบริษัท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 อัตราส่วนความสามารถในการชำระภาระผูกพันเท่ากับ 0.15 เท่า ซึ่งเป็นผลมาจากการลดลงของกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมราคาและภาษีเงินได้ของบริษัทหากปรั้งปรุงเต็มปี (Annualize) จากความสามารถในการขายสินค้าที่เพิ่มขึ้นในช่วงระยะเวลา 6 เดือนแรกของปี 2565 และมีภาระผูกพันที่ลดลงจากปลายปี 2564 จากเดิม 391.44 ล้านบาท ในปี 2564 เป็น 344.70 ล้านบาท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565

นักลงทุนสัมพันธ์

คุณณัฐกมล วงษ์สด

โทรศัพท์ : 0-2117-1300

Email: natthakamon.w@warrix.co.th