

เป้าหมาย ณ ปี 2571

Net Profit

200 - 250 ล้านบาท



บมจ. วอริกซ์ สปอร์ต

WARRIX



แผนธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1

โครงการปรับโครงสร้างการจัดการสินค้าคงคลังและกระบวนการผลิตแบบบูรณาการ (Integrated Production & Inventory Optimization Program)

- ปรับโครงสร้างกระบวนการจัดการต้นทุนการผลิตของบริษัท จากรูปแบบการจัดซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากผู้ผลิตภายนอก ไปสู่การบริหารจัดการกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำอย่างเป็นระบบ
- บริหารการผลิตในแต่ละขั้นตอน (ทอ ย้อม ตัดเย็บ) ผ่านผู้รับจ้างผลิต และการจัดการสินค้าคงคลังอย่างใกล้ชิด เพื่อควบคุมต้นทุน คุณภาพ และปริมาณการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด

เป้าหมาย	2569	2570	2571
Cumulative COGs growth (%)	ลดลงสะสม 1.14%	ลดลงสะสม 2.52%	ลดลงสะสม 3.85%
Inventory Turnover	+0.2x	+0.4x	+0.4x



แผนกลยุทธ์ที่ 2

การพัฒนาฐานข้อมูลกลางเพื่อการบริหารจัดการองค์กรแบบบูรณาการ (Enterprise Integrated Data Platform)

- พัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางที่เชื่อมโยงข้อมูลด้านการผลิต คลังสินค้า การเงิน และการขาย รวมถึงข้อมูลจาก Online Platform ภายนอก เข้าไว้ด้วยกันบนฐานข้อมูลกลางหรือ Cloud เพื่อสร้างแหล่งข้อมูลเดียวที่ถูกต้องและทันสมัย ลดการทำงานซ้ำซ้อน เพิ่มความแม่นยำในการรายงาน และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร

เป้าหมาย	2569	2570	2571
Cumulative SG&A of sales growth (%)	ลดลงสะสม 1.24%	ลดลงสะสม 2.62%	ลดลงสะสม 3.08%



ข้อมูลภาพรวมบริษัท

จำหน่ายเครื่องแต่งกาย ชุดเสื้อผ้าและอุปกรณ์การกีฬา ในประเทศและต่างประเทศและคลินิกกายภาพบำบัด

แผนกลยุทธ์ที่ 3

การพัฒนากระบวนการวิเคราะห์ความต้องการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก (Market Demand Intelligence)

- พัฒนาระบบอัจฉริยะ (AI Agents) ติดตามและวิเคราะห์ความต้องการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง
- นำเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานทั้งช่องทางภายในและภายนอกองค์กร อาทิ ข้อมูลการขาย ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลจากช่องทางดิจิทัล และข้อมูลแนวโน้มตลาดภายนอก
- ระบบ AI Agents ดังกล่าวจะช่วยให้นักบริหารสามารถ Transform กระบวนการทำงาน ทั้งด้านการขาย การตลาด การจัดซื้อ การผลิต และการบริหารจัดการ ได้อย่างแม่นยำ

เป้าหมาย	2569	2570	2571
Inventory Turnover	+0.2x	+0.3x	+0.2x
Target markdown Rate (% of sales)	ลดลง 0.39%	ลดลง 0.56%	ลดลง 0.75%



แผนกลยุทธ์ที่ 4

โครงการขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์เชิงเอกลักษณ์และการสร้างมูลค่าแบรนด์ (Brand-led Product Expansion & Monetization Program)

- มุ่งขยายรายได้ของบริษัทผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม จากงานวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อสร้างสินค้าที่มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะของแบรนด์ Warrix
- ยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ เสริมสร้างอำนาจในการกำหนดราคา และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดอย่างยั่งยืน
- ใช้ข้อมูลเชิงลึกด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มตลาดเป็นฐานในการออกแบบและพัฒนาสินค้าอย่างเป็นระบบ

เป้าหมาย	2569	2570	2571
Revenue from Brand-led product	เพิ่มขึ้น 3.5%	เพิ่มขึ้น 8.5%	เพิ่มขึ้น 13.5%



สื่อประชาสัมพันธ์นี้ จัดทำขึ้นจากข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนที่มีการเผยแพร่อยู่แล้วบนเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลท.”) และข้อมูลจากแผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (“แผน JUMP+”) (รวมเรียกว่า “ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน”) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนต่อผู้ที่สนใจในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเท่านั้น ทั้งนี้ ตลท. ไม่อาจรับรองถึงความครบถ้วน ถูกต้อง ความเป็นปัจจุบัน ความเป็นไปได้ ความสมเหตุสมผล รวมถึงความสำเร็จ ผลลัพธ์ ประสิทธิภาพ เป้าหมาย และการคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ ตามที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์นี้แต่อย่างใด รวมทั้งไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน โดย ตลท. ไม่มีความรับผิดชอบต่อนานาชาติหรือความเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์นี้ไปใช้ในทุกรูปแบบ ทั้งนี้ หากผู้ลงทุนประสงค์จะลงทุนจะต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน

แผนด้านธรรมาภิบาล

1 แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

- คณะกรรมการมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%

2 แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

- ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)
- กำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า

3 แผนยกระดับการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน

- ติดตาม ตรวจสอบ และรายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน
- ประกาศรายชื่อบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูล inside information ในการทำธุรกรรมใด ๆ ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์และต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนเป็นรายครั้งภายในบริษัท

4 แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ

- จัดทำ ทบทวน แผนบริหารความต่อเนื่อง และซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต
- ทบทวนและจัดทำ Business Impact Analysis (BIA)

5 แผนยกระดับการกำกับดูแลการใช้ปัญญาประดิษฐ์

- จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการใช้ปัญญาประดิษฐ์
- ตรวจสอบและรายงานผลการใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัท



สแกน QR CODE เพื่อศึกษา
แผน JUMP+ ฉบับเต็ม

สื่อประชาสัมพันธ์นี้ จัดทำขึ้นจากข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนที่มีการเผยแพร่อยู่แล้วบนเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลท.”) และข้อมูลจากแผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (“แผน JUMP+”) (รวมเรียกว่า “ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน”) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการนำเสนอข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนต่อผู้ที่สนใจในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเท่านั้น ทั้งนี้ ตลท. ไม่อาจรับรองถึงความครบถ้วน ถูกต้อง ความเป็นปัจจุบัน ความเป็นไปได้ ความสมเหตุสมผล รวมถึงความสำเร็จ ผลลัพธ์ ประสิทธิภาพ เป้าหมาย และการคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ ตามที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์นี้แต่อย่างใด รวมทั้งไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ ชูใจ หรือให้ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน โดย ตลท. ไม่มีความรับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์นี้ไปใช้ในทุกรณ ทั้งนี้ หากผู้ลงทุนประสงค์จะลงทุนจะต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน