



รายงานความคืบหน้า ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2569
แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

CHAMNI'S
EYE

บริษัท ตาชำนิ จำกัด (มหาชน)
(CEYE)

ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

รายงานฉบับนี้เผยแพร่เมื่อวันที่ 28/08/2569

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ที่ 1 : ขยายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และขยายแผนธุรกิจไปยังอุตสาหกรรมเอ็นเตอร์เทนเมนต์ (Market Expansion & Diversification)	3
แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร (Operating Model Transformation)	5
แผนกลยุทธ์ที่ 3 : รักษายอดขายธุรกิจโฆษณา (Maintain Advertising Business’ Revenue)	6
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	9
แผนความเป็นอิสระของกรรมการ	10
แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ	10
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	11
เอกสารแนบ	14

mai	CG Report : -
บริการ	SET ESG Ratings: -
	ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

บริการด้านโปรดักชั่นแบบครบวงจรเพื่อให้ทุก creative production เริ่มระดมความคิดจนถึงขั้นตอนลงมือทำดำเนินไปอย่างชัดเจนและสิ้นไหล เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ไร้ที่ติ ตรงเวลา และใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่าที่สุด

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	2565

งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	439.89	414.51	471.57	365.71
ค่าใช้จ่าย	413.98	383.87	389.29	297.82
Net Profit	4.22	22.76	64.93	52.02

งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	749.32	779.29	766.43	635.47
หนี้สิน	111.17	123.62	126.60	115.04
ส่วนผู้ถือหุ้น	638.15	655.67	639.82	520.42

งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	73.27	57.73	83.36	89.33
กิจกรรมลงทุน	-35.98	-20.87	-36.01	-196.13
กิจกรรมจัดหาเงิน	-38.41	-34.25	-54.11	130.44

อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.01	0.08	0.23	0.21
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	20.51	23.63	29.94	30.07
อัตรากำไรสุทธิ (%)	0.96	5.49	13.77	14.22
D/E Ratio (เท่า)	0.17	0.19	0.20	0.22
ROE (%)	0.65	3.51	11.19	12.55
ROA (%)	1.82	4.51	12.10	12.69

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ			
เป้าหมาย ณ ปี 2571			
Net Profit	70.00 ล้านบาท		

แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ที่ 1 : ขยายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และขยายแผนธุรกิจไปยังอุตสาหกรรม เอนเตอร์เทนเม้น (Market Expansion & Diversification)	✔		
2. แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร (Operating Model Transformation)		✔	
3. แผนกลยุทธ์ที่ 3 : รักษายอดขายธุรกิจโฆษณา (Maintain Advertising Business’ Revenue)			✔

แผนด้านธรรมาภิบาล	
1. แผนความเป็นอิสระของกรรมการ	
2. แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ	
3. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	

หมายเหตุ : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษา จากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบ ในความเสียหายหรือสูญเสียจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกกรณีและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 1
แผนธุรกิจ

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	เป้าหมาย	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2571	2568	6M/2569
Net Profit (ล้านบาท)	70.00	4.22	17.24

คำอธิบายการดำเนินการ

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 ภาพรวมเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสื่อโฆษณายังคงเผชิญความไม่แน่นอน ส่งผลให้ลูกค้าหลายกลุ่มมีความระมัดระวังในการใช้งบประมาณด้านการตลาดและการสื่อสารมากขึ้น รวมถึงมีการเลื่อนหรือลดขนาดของบางโครงการ ส่งผลให้รายได้จากการให้บริการของกลุ่มบริษัทในงวดหกเดือนแรกของปี 2569 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน

อย่างไรก็ตาม บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการควบคุมต้นทุนทางตรงของแต่ละโครงการ การบริหารทรัพยากรให้สอดคล้องกับปริมาณงาน และการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพของการให้บริการ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทปรับตัวดีขึ้น และช่วยชดเชยผลกระทบจากการลดลงของรายได้ได้อย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับงวดหกเดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิประมาณ 17.24 ล้านบาท ลดลงประมาณ 1.98% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 17.59 ล้านบาท แม้ว่ารายได้รวมจะปรับตัวลดลงประมาณ 16% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้นของกลุ่มบริษัท

ผลการดำเนินงานในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 แสดงให้เห็นถึงการฟื้นตัวของความสามารถในการทำกำไรอย่างชัดเจน โดยบริษัทมีกำไรสุทธิประมาณ 11.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้นประมาณ 40% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้ว่ารายได้จากการให้บริการจะลดลงประมาณ 6.55% เหลือ 103.31 ล้านบาท

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : ขยายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และขยายแผนธุรกิจไปยังอุตสาหกรรมเอ็นเตอร์เทนเมนต์ (Market Expansion & Diversification)

มุ่งเน้นการเติบโตของธุรกิจ ผ่านทั้งบริการเดิม ในตลาดใหม่ และการสร้างบริการใหม่เพื่อเพิ่มแหล่งรายได้ใหม่ ลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาสถาปัตยกรรมเดิมเพียงอย่างเดียว และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

เป้าหมาย

ขยายตลาดลูกค้าต่างประเทศ ด้วยกลุ่มบริการโฆษณา พร้อมเน้นเพิ่มสัดส่วนรายได้แบบ Recurring และกระจายความเสี่ยงจากงานโฆษณา ไปสู่ตลาดธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	5%	15%	15%	6.12	-16.51

คำอธิบายการดำเนินการ

ภายใต้ภาวะอุตสาหกรรมโฆษณาที่การเติบโตยังมีข้อจำกัด บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างการเติบโตจากปัจจัยที่บริษัทสามารถควบคุมได้มากขึ้น โดยมุ่งขยายฐานลูกค้าต่างประเทศ เพิ่มสัดส่วนรายได้ที่มีลักษณะต่อเนื่อง และต่อยอดความสามารถด้าน Creative และ Production เข้าสู่อุตสาหกรรม Entertainment และ Content เพื่อสร้างแหล่งรายได้ใหม่และลดการพึ่งพารายได้จากธุรกิจโฆษณาเพียงอย่างเดียว

ในระยะสั้น บริษัทจะยังคงให้ความสำคัญกับการรักษาประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและคุณภาพของกำไร ขณะที่ในระยะกลางถึงระยะยาว เป้าหมายคือการปรับโครงสร้างรายได้จากธุรกิจ Production ที่มีลักษณะ Project-based ไปสู่โครงสร้างรายได้ที่มีความหลากหลาย มีสัดส่วน Recurring Revenue เพิ่มขึ้น และมีโอกาสสร้างมูลค่าจาก Content และ Intellectual Property เพื่อยกระดับคุณภาพของรายได้และศักยภาพการเติบโตของกลุ่มบริษัทอย่างยั่งยืน

บริษัทเดินหน้าขยายธุรกิจตามแผน ผ่านการขยายบริการเดิม พัฒนาบริการใหม่ และเข้าสู่ธุรกิจ Entertainment โดยปัจจุบันมีงานด้านการตลาดภาพยนตร์และซีรีส์ 2 เรื่อง งานผลิตซีรีส์ที่แล้วเสร็จ 1 เรื่อง ได้รับทุนสนับสนุนการผลิต Entertainment Content จากภาครัฐ และพัฒนาพาร์ทเนอร์ระหว่างแบรนด์กับ Entertainment IP รวม 4 เรื่อง

ด้านการขยายตลาด บริษัทได้พัฒนาเว็บไซต์และช่องทางสื่อสารใหม่ สร้าง Qualified Leads จากบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศและภูมิภาค 14 ราย รวมถึงขยายเครือข่าย International Agency เพื่อรองรับลูกค้าต่างประเทศที่ต้องการเข้าสู่ตลาดไทย

อย่างไรก็ตาม รายได้จากธุรกิจใหม่ยังไม่สามารถชดเชยการหดตัวของตลาดโปรดักชันโฆษณาได้ ส่งผลให้รายได้รวมลดลง 16.51% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : ขยายการให้บริการไปอุตสาหกรรมเอ็นเตอร์เทนเมนต์ รับผลิตงาน และลงทุนในอุตสาหกรรมเอ็นเตอร์เทนเมนต์ เช่น ภาพยนตร์ ซีรีส์ รวมถึงต่อยอดบริการเชิงโฆษณา เพื่อสร้าง Ecosystem เอ็นเตอร์เทนเมนต์ของบริษัท

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- แสวงหาโอกาสในการร่วมทุน จัดทำสตูดิโอเอ็นเตอร์เทนเมนต์ ในการสร้างและรับจ้าง ผลิต IP - พัฒนาศักยภาพการทำตลาดให้แก่ภาพยนตร์ และซีรีส์	- ได้ทำการเซ็นสัญญา และกำลังดำเนิน การทำการตลาดให้ภาพยนตร์ 1 เรื่องและซีรีส์ 1 เรื่อง - ได้รับผลิตงานซีรีส์ 1 เรื่อง และผลิตสำเร็จแล้ว (กำลังจะเข้าฉายในต้นเดือนกันยายน 2569) - ได้รับทุนการผลิตคอนเทนต์จากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และกำลังดำเนินการจัดเตรียมการผลิต - ได้ทำการให้บริการการจัดการความร่วมมือระหว่างภาพยนตร์ ซีรีส์ และแบรนด์ เพื่อต่อยอดโซลูชันการทำตลาด ผ่านเอ็นเตอร์เทนเมนต์ให้แกแบรนด์ กับ IP 4 เรื่อง

แผนงานที่สำคัญ 2 : สื่อสารตัวตนและผลงานในเชิงรุก ความสำเร็จที่ผ่านมาของบริษัทขับเคลื่อนผ่านการแนะนำปากต่อปาก (Word-of-mouth) และเมื่อเรามีแผนที่จะพัฒนาศักยภาพในการให้บริการ (ดังแผนกลยุทธ์ที่ 3) บริษัทจะดำเนินการสื่อสารเชิงรุกเกี่ยวกับศักยภาพและความเชี่ยวชาญของตนสู่ตลาด เพื่อทั้งให้ลูกค้ากลุ่มเดิมรับทราบ และเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ ทั้งในไทย และต่างประเทศ

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- ได้รับ quality lead จากการทำการสื่อสารออนไลน์ อย่างน้อย 20 เจ้า - ตลาด และลูกค้า รับรู้ถึงความสามารถที่เพิ่มเติมของบริษัท	- พัฒนาเว็บไซต์ใหม่ และทำการสื่อสารออนไลน์กับกลุ่มลูกค้าใหม่ รวมถึงการสื่อสารบริการใหม่สู่กลุ่มลูกค้าปัจจุบันผ่านหลากหลายช่องทาง - ได้รับ Quality lead ใหม่ ที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศ, ในภูมิภาค 14 เจ้า

แผนงานที่สำคัญ 3 : ขยายไปตลาดระดับภูมิภาค / เข้าร่วม Alliance ต่างๆ การขยายสู่ตลาดระดับภูมิภาคและการเข้าร่วม Alliance ไม่ใช่เพียงการเพิ่มโอกาสการสร้างรายได้ แต่เป็นการยกระดับบริษัทสู่การเป็นผู้เล่นในระดับ Regional พร้อมทั้งเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในฐานะผู้นำด้าน Content Strategy และ Creative Intelligence

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- กำหนด Roadmap การขยายต่างประเทศ สำหรับคัดเลือกและเจรจา Alliance Partner - ร่วมมือกับเอเจนซี่ต่างประเทศ ที่ต้องการ Production และ Agency Partner	ได้ทำการขยายเครือข่าย International Agency เพื่อพาร์ทเนอร์กันทำโฆษณา-การตลาด แก่ลูกค้าที่ต้องการมาขยายตลาดในประเทศไทย

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร (Operating Model Transformation)

เพื่อรองรับการเติบโตขององค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน บริษัทมีแผนดำเนินการ Digital Transformation โดยมุ่งเน้นการนำระบบ ERP และ AI เข้ามาเป็นโครงสร้างพื้นฐานของการบริหารจัดการ เป้าหมายคือการยกระดับองค์กรจากระบบการทำงานแบบกระจายและพึ่งพาการจัดการด้วยบุคคล ไปสู่ระบบที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Organization) และระบบอัตโนมัติ (Automation-Enabled Operation)

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Net Profit Margin (%)	10%	12%	12%	0.96	8.76

คำอธิบายการดำเนินการ

บริษัทให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนทางตรงและทางอ้อมอย่างต่อเนื่อง ทั้งต้นทุนทางตรงที่สามารถปรับลดลงได้ 3-5% โดยการควบคุมต้นทุนทางตรงของแต่ละโครงการอย่างใกล้ชิด การลดค่าใช้จ่ายที่มีความสำคัญต่ำและไม่กระทบต่อคุณภาพของงาน การเพิ่มความรู้ความเชี่ยวชาญในการบริหารบุคลากรและทรัพยากรการผลิต ในส่วนต้นทุนบริหารส่วนกลางปรับตัวลดลง 20-25% ส่วนสำคัญจากการควบคุมการบำรุงรักษาอาคารสำนักงานและการพิจารณาปรับลดหนี้สินที่ก่อให้เกิดภาระดอกเบี้ย พร้อมทั้งพัฒนาฐานข้อมูลฟรีแลนซ์และเริ่มใช้งานจริงโดยไม่เพิ่มภาระต้นทุนประจำของบริษัท รวมถึงการดำเนินโครงการร่วมกับผู้ให้บริการจัดการโครงการ ERP มีความคืบหน้าแล้วประมาณ 60%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : โครงการติดตั้ง ระบบ ERP เชื่อมโยงทุกหน่วยงาน จากการขยายตัวของธุรกิจ ทั้งในด้านจำนวนลูกค้า โครงการ บุคลากร และพันธมิตรภายนอก โครงสร้างการทำงานในปัจจุบันเริ่มมีความซับซ้อนมากขึ้น การจัดการข้อมูลแบบแยกส่วน (Fragmented System) และการพึ่งพากระบวนการ Manual ส่งผลให้เกิดความล่าช้า ความซ้ำซ้อน และความคลาดเคลื่อนในการตัดสินใจ บริษัทจึงมีแผนดำเนินโครงการติดตั้งระบบ ERP (Enterprise Resource Planning) เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและกระบวนการทำงานของทุกหน่วยงานเข้าสู่ระบบกลางเดียวกัน

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	แต่งตั้งผู้ให้บริการจัดการโครงการ สำหรับการติดตั้ง ระบบ ERP	แต่งตั้งผู้ให้บริการจัดการโครงการ และเริ่มดำเนินงานไปแล้วประมาณ 60%

แผนงานที่สำคัญ 2 : ลดต้นทุนการให้บริการ และต้นทุนคงที่ ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและแรงกดดันด้านราคา บริษัทมีความจำเป็นต้องยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยมุ่งลดต้นทุนทั้งในส่วนของต้นทุนการให้บริการ (Cost of Service) และต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) เพื่อเพิ่มอัตรากำไรและเสริมความสามารถในการแข่งขันระยะยาว เป้าหมายของแผนนี้ไม่ใช่เพียงการ “ลดค่าใช้จ่าย” แต่คือการ “ปรับโครงสร้างต้นทุน” ให้สอดคล้องกับโมเดลธุรกิจที่ยืดหยุ่นและขยายตัวได้ (Scalable & Lean Model)

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	ควบคุมต้นทุนโครงการด้วยระบบ Project Costing กำหนด Budget Framework ชัดเจนตั้งแต่ต้น ติดตาม Actual Cost เทียบกับ Budget แบบ Real-time วิเคราะห์ Margin ต่อ Project ควบคุมต้นทุนอย่างใกล้ชิด	ได้ทำการควบคุมต้นทุน ทั้งต้นทุนทางตรงและต้นทุนบริหารส่วนกลาง โดยสามารถลดต้นทุนทางตรงได้ถึง 3-5% และต้นทุนบริหารส่วนกลางถึง 20-25%

แผนงานที่สำคัญ 3 : สร้าง Internal Freelance Pool เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารทรัพยากรบุคคล บริษัทจะจัดทำฐานข้อมูลบุคลากรอิสระ พร้อมระบบคัดเลือก ประเมิน และจัดสรรงานแบบ Project-based แนวทางดังกล่าวจะช่วยลดภาระต้นทุนประจำ เพิ่มความยืดหยุ่นในการจัดทีม และสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจโดยไม่เพิ่มโครงสร้างองค์กรถาวรเกินความจำเป็น

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	จัดทำฐานข้อมูล Internal Freelance Pool และเริ่มใช้งานภายในองค์กร	จัดทำฐานข้อมูลสำเร็จ และได้มีการเริ่มใช้งานจริง ทำให้ไม่มีการเพิ่มภาระต้นทุนประจำของบริษัทเลยแม้แต่หน่วย

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : รักษายอดขายธุรกิจโฆษณา (Maintain Advertising Business’ Revenue)

ด้วยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมโฆษณา ครีเอทีฟ และคอนเทนต์ ซึ่งขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) พฤติกรรมผู้บริโภคในโลกดิจิทัล และการแข่งขันที่เน้นทั้งความเร็วและประสิทธิภาพด้านต้นทุน บริษัทจึงกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับศักยภาพองค์กร ให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว กลยุทธ์ดังกล่าวมุ่งเปลี่ยนผ่านบริษัทจากรูปแบบ Creative Production และ Agency แบบดั้งเดิม ไปสู่การเป็น AI-Integrated Content & Creative Ecosystem ที่ผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรเข้ากับเทคโนโลยี AI และระบบการทำงานที่คล่องตัว ยืดหยุ่น และเชื่อมต่อกันทั้งกระบวนการ เพื่อสร้างความแตกต่างในการให้บริการ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และเสริมความสามารถในการตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างแม่นยำและทันท่วงทีมากยิ่งขึ้น

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Gross Profit Margin (%)	23%	25%	27%	20.51	25.99

คำอธิบายการดำเนินการ

รายได้จากงาน AI Production และ Post Production ในงวด 6 เดือน ปี 2569 ปรับตัวเพิ่มขึ้นกว่า 100% จากความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและความสามารถในการเสริมและพัฒนาบุคลากรของทางบริษัท

บริษัทได้ดำเนินงานตามเป้าหมายด้านการพัฒนาธุรกิจและยกระดับขีดความสามารถขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยได้พัฒนา Internal AI Agent สำหรับใช้งานภายในบริษัท พร้อมจัดอบรมการประยุกต์ใช้ AI ขั้นสูงให้แก่พนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและต่อยอดสู่การพัฒนาโซลูชันใหม่สำหรับลูกค้า รวมถึงอยู่ระหว่างการจัดตั้ง AI-Native Production Studio ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในสิ้นปี 2569

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดหาและสร้างเครือข่ายบุคลากรครีเอทีฟชั้นนำของประเทศไทย เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ตลอดจนจัดตั้งช่องคอนเทนต์ออนไลน์แล้วเสร็จ โดยปัจจุบันรายได้จาก Content Retainer จากกลุ่มธุรกิจ Agency คิดเป็นประมาณ 20% ของรายได้ที่เกี่ยวข้อง

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : ผสมผสานการยกระดับกระบวนการทำงานด้วย AI Integration บริษัทจะนำ AI เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการทำงานหลัก เพื่อให้สามารถแก้ปัญหา และตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น การพัฒนาแนวคิด การสร้างภาพ ผสมกับการถ่ายทำ จนถึงขั้นตอน Post-production และการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของคอนเทนต์ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่ม Productivity และอัตรากำไรขององค์กร การลงทุนในเทคโนโลยีและทักษะด้านนี้ เมื่อรวมกับความเชี่ยวชาญที่บริษัทมี จะช่วยเพิ่มความแตกต่างทางการแข่งขัน รองรับงานที่มีความซับซ้อนสูง และขยายโอกาสรับงานในระดับที่ใหญ่ขึ้นหรือระดับภูมิภาค

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	พนักงานที่ดูแลโปรเจกต์ทุกคน นำ AI เข้ามา Integrate ในงาน Production ทำให้สามารถดูแลลูกค้าเดิม ด้วยบริการที่ทันท่วงที	- จัดทำ Internal AI Agent เพื่อการใช้งานในบริษัท - จัดทำ Internal Training ให้แก่พนักงานในบริษัท ถึงการนำ AI มาใช้งานอย่าง Advance ทั้งในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการหาโซลูชันใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้า - วางแผนจัดตั้งบริษัท AI-Native Production Studio ที่กำลังจะจัดตั้งเสร็จสิ้น ภายในสิ้นปี 2569 นี้ - ได้รับงาน AI Production & Post Production มากยิ่งขึ้น 100%

แผนงานที่สำคัญ 2 : เพิ่มศักยภาพการทำงานครีเอทีฟในการให้บริการโปรดักชัน บริษัทจะเพิ่มความสามารถในการดูแลขั้นตอนการทำงานครีเอทีฟก่อนถ่ายทำ ให้แก่ลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวก และร่วมวางรูปแบบงานครีเอทีฟที่สอดคล้องกับการถ่ายทำ เพื่อประสิทธิภาพของงาน

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	สร้างมาตรฐานใหม่ ในการดูแลขั้นตอนการทำงานครีเอทีฟก่อนถ่ายทำ ให้กับลูกค้า ผ่านการพัฒนาศักยภาพพนักงาน และการหาบุคลากรรองรับ	ได้ทำงานจัดหา และร่วมรวบบุคลากรครีเอทีฟแนวหน้าของประเทศไทยเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับโอกาสใหม่ ๆ

แผนงานที่สำคัญ 3 : ปรับแนวทางเอเยนซีสู่การเป็น Content-Led Strategy ปรับ Sales Mix ของยูนิตรธุรกิจเอเยนซีจาก Project-based ไปสู่ Content Retainer Model โดยสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าผ่าน Always-on Content, Content Strategy Ownership และ ขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เพื่อลดความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านราคา เพิ่ม switching cost และเพิ่มรายได้ที่คาดการณ์ได้ (Predictable Revenue)

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	จัดตั้งช่องคอนเทนต์ออนไลน์ เพื่อให้พนักงานทุกคนฝึกคิด ผลิต และเผยแพร่คอนเทนต์รูปแบบที่ทันสมัย เพื่อตอบโจทย์ใหม่ๆ จากลูกค้าได้เป็นอย่างดี	ได้ทำการจัดตั้งช่องคอนเทนต์ออนไลน์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
	สัดส่วนรายได้จาก Content Retainer $\geq$ 20% ของรายได้บริการเอเจนซี	สัดส่วนรายได้ Content Retainer อยู่ที่ประมาณ 20% ของรายได้ธุรกิจเอเจนซี

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 2
แผนด้านธรรมาภิบาล

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
คณะกรรมการมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	ปัจจุบันบริษัทมีกรรมการอิสระเป็นประธานกรรมการ	ปัจจุบันบริษัทมีกรรมการอิสระเป็นประธานกรรมการ

แผนงานที่สำคัญ 2 : คณะกรรมการมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	ปัจจุบันบริษัทมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%	ปัจจุบันบริษัทมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%

แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
สัดส่วนกรรมการที่เป็นผู้หญิงในคณะกรรมการไม่น้อยกว่า 30% ในปี พ.ศ. 2571	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : สัดส่วนกรรมการที่เป็นผู้หญิงในคณะกรรมการไม่น้อยกว่า 30%

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนกรรมการที่เป็นผู้หญิงในคณะกรรมการไม่น้อยกว่า 30%	ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนกรรมการที่เป็นผู้หญิงในคณะกรรมการไม่น้อยกว่า 30%

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทเชื่อมั่นว่าความโปร่งใสคือรากฐานของความเชื่อมั่น และความซื่อสัตย์คือหัวใจของการเติบโตอย่างยั่งยืน เราจึงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี พร้อมยืนหยัดต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันทุกรูปแบบอย่างเด็ดขาด เพื่อขับเคลื่อนความมุ่งมั่นดังกล่าวให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน ครอบคลุมทุกระดับขององค์กร ตั้งแต่คณะกรรมการ ผู้บริหาร ไปจนถึงพนักงานทุกคน โดยถือเป็น “มาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร” ที่ต้องยึดถือและปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ในด้านการกำกับดูแล นโยบายและแนวปฏิบัติดังกล่าวจะต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท พร้อมทั้งมีการติดตาม ประเมินผล รวมถึงมีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจและความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อยกระดับมาตรฐานและสร้างความเชื่อมั่นในระดับสากล บริษัทมีแผนเข้าร่วม แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย อันเป็นการแสดงเจตนารมณ์อย่างชัดเจนในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส และเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทุจริต มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์	ได้รับการรับรอง	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์
สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการต่อต้าน	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
การทุจริต		การ			การ

คำอธิบายการดำเนินการ

บริษัท ตาขานี จำกัด (มหาชน) ได้ทำการทบทวนและเพิ่มเติมนโยบายและกฎบัตรดังต่อไปนี้

- นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- นโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด
- นโยบายการทำรายการระหว่างกันและรายการที่เกี่ยวข้องกัน
- นโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- นโยบายการรายงานการถือครองหลักทรัพย์
- นโยบายการใช้ข้อมูลภายใน
- นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- จรรยาบรรณ และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- นโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืน
- กฎบัตรคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและความรับผิดชอบต่อสังคม
- กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ
- กฎบัตรคณะกรรมการบริหาร
- กฎบัตรคณะกรรมการบริษัท

และได้รับการอนุมัติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 3/2569 ในวันที่ 13 สิงหาคม 2569 รวมถึงเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัท ตาขานี จำกัด (มหาชน) เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) จึงได้ทำการประกาศให้ผู้บริหารและพนักงานทุกท่านรับทราบและและยึดถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อ คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	ดำเนินการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจ ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลง และมาตรฐานการกำกับดูแลที่ดีในระดับสากล ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ	บริษัท ตาขานี จำกัด (มหาชน) ได้ทำการทบทวนและเพิ่มเติมนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน และได้นำเสนออนุมัติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 3/2569 ในวันที่ 13 สิงหาคม 2569 ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้มีการทบทวนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและแนวทางปฏิบัติ เพื่อป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง โดยพิจารณาถึงกฎหมายข้อบังคับใหม่ ๆ การประเมินความเสี่ยง ตลอดจนสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปและกำหนดให้คณะกรรมการตรวจสอบ พิจารณาถึงความเพียงพอและประสิทธิผลของมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน และรายงานผลคณะกรรมการบริษัท

แผนงานที่สำคัญ 2 : ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัท ไทย (Thai IOD)

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	เตรียมความพร้อมเพื่อสมัครเข้าโครงการ เพื่อประกาศเจตนารมณ์กับทาง CAC	บริษัท ตาซ่าน จำกัด (มหาชน) ได้ประกาศเจตนารมณ์แล้ว กับทาง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)

รายงานความคืบหน้า

เอกสารแนบ

รายงานความคืบหน้า : เอกสารแนบ

แผนงาน JUMP+

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/planSubmission/CEYE0_JUMP%2B_Plan_Year_2026-2028_TH.pdf



เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/CEYE/1787892118807.pdf>

