

CHAMNI'S EYE PUBLIC COMPANY LIMITED



ANNUAL REPORT 2568

สารจาก ประธานกรรมการ บริษัท

เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

ปี 2568 นับเป็นปีแห่งการก้าวกระโดดสู่ยุคใหม่ของ บริษัท ตาขำนิ จำกัด (มหาชน) หลังจากที่เรได้ผ่านช่วงเวลาแห่งการปรับตัวครั้งสำคัญในปีที่ผ่านมา ในปีนี้ CEYE ได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในด้าน Creative Production Ecosystem ที่ไม่ได้จำกัดเพียงงานโฆษณาแบบดั้งเดิม แต่สามารถขยายขอบเขตสู่โลกดิจิทัลและอุตสาหกรรมบันเทิงได้อย่างเต็มภาคภูมิ

รายได้จากการดำเนินงานที่ปรับตัวสูงขึ้นควบคู่ไปกับการพัฒนารูปแบบการให้บริการ

ในปี 2568 บริษัทใช้ความพยายามเป็นอย่างยิ่งในการที่จะรักษาการเติบโตของยอดขายควบคู่ไปกับการรักษาสมดุลในการพัฒนารูปแบบการให้บริการและการขยายขอบเขตการให้บริการซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

วิสัยทัศน์ AI Creative & Digital Transformation

กุญแจสำคัญของความสำเร็จในปีนี้เป็นคือการผลักดันกลยุทธ์ "AI-Driven Creativity" ที่เราได้วางรากฐานไว้ เราได้เปลี่ยนผ่านจาก "ผู้รับจ้างผลิต" สู่การเป็น "พาร์ทเนอร์เชิงสร้างสรรค์" ที่ใช้ AI มาช่วยในการวิเคราะห์และสร้างสรรค์ผลงานที่ตอบโจทย์ความคุ้มค่า (Value for Money) และความเร็ว (Speed to Market) ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากแบรนด์ชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ

สารจาก ประธานกรรมการ บริษัท

การขยายเครือข่ายธุรกิจและสร้างรายได้ต่อเนื่อง

การลงทุนในบริษัทย่อยและการเข้าถึงตลาดใหม่ๆ เช่น กลุ่มภาพยนตร์ ซีรีส์ โดยคาดการณ์ถึงสัดส่วนรายได้ที่มีความสม่ำเสมอ (Recurring Revenue) และลดการพึ่งพิงงบประมาณโฆษณาในระยะสั้น สนับสนุนโครงสร้างรายได้ของบริษัทมีความแข็งแกร่งและยืดหยุ่นต่อสภาวะเศรษฐกิจมากขึ้น

ความมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อผู้มีส่วนได้เสีย

ในนามของคณะกรรมการบริษัท ผมขอยืนยันเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม เรามุ่งหวังที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะบุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยให้ก้าวสู่ระดับโลก

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณท่านผู้ถือหุ้น ลูกค้า และพันธมิตรทุกท่านที่เคียงข้างและเชื่อมั่นใน "ตาชานี" มาโดยตลอด และขอขอบคุณพนักงานทุกคนที่เป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวผ่านทุกอุปสรรค เราพร้อมแล้วที่จะเดินหน้าสร้างสรรค์ผลงานที่ยิ่งใหญ่กว่าเดิมในปีต่อๆ ไป

สารจาก ประธานกรรมการ บริษัท

ข้าพเจ้าในนามของประธานกรรมการ บริษัท ตาชำนิ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการเติบโตของคุณค่าของบริษัทอย่างยิ่งยวด ประกอบกับการเติบโตของผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับหลักธรรมาภิบาลที่ดี

มีระบบการควบคุมภายในและการตรวจสอบบัญชีจากผู้ตรวจสอบที่มีความเป็นอิสระและรายงานผลการตรวจสอบโดยตรงกับคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะเป็นส่วนที่สะท้อนระบบการควบคุมการดำเนินงานที่สร้างให้เกิดความโปร่งใสและตรวจสอบได้

ในนามของคณะกรรมการบริษัทตาชำนิ จำกัด (มหาชน) ข้าพเจ้าขอขอบคุณสำหรับความไว้วางใจและความเชื่อมั่นจากผู้ถือหุ้น สถาบันการเงิน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนลูกค้าที่ให้การสนับสนุนอย่างดียิ่งแก่บริษัท รวมถึงผู้บริหารและเพื่อนพนักงานของบริษัทที่ร่วมมือร่วมใจผลักดันบริษัทให้ก้าวไปข้างหน้าตามพันธกิจและแผนการดำเนินงานของบริษัท ขอให้ทุกท่านเชื่อมั่นว่าบริษัทจะยังคงดำเนินธุรกิจ ภายใต้การปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีจริยธรรม ในกรอบของกฎหมาย ตลอดจนแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนตลอดไป



นายอภิชาติ ชินวรรณ
ประธานกรรมการ และกรรมการอิสระ
บริษัทตาชำนิ จำกัด (มหาชน)

สารบัญ

- 01** FINANCIAL HIGHLIGHT
จุดเด่นทางการเงิน
- 06** ESG REPORT
ความรับผิดชอบต่อสังคม
- 26** คณะกรรมการบริษัท
- 34** ผลการดำเนินงานกลุ่มธุรกิจของบริษัท
- 35** CREATIVE AGENDA
กลุ่มธุรกิจเอเจนซี
- 48** CHAMNI'S EYE
กลุ่มธุรกิจผลิตและตกแต่งภาพเคลื่อนไหว
- 62** CHAMNI'S EYE
กลุ่มธุรกิจผลิตและตกแต่งภาพนิ่ง
- 75** ZEALOTS
กลุ่มธุรกิจบริการหลังการผลิต
- 89** GEN.AI STUDIO
กลุ่มธุรกิจเจเนอเรทีฟเอไอ
- 94** INTEGRATE
- 102** SPECTRUM
กลุ่มธุรกิจออนไลน์พับลิชเชอร์
- 105** โครงการในอนาคต
- 107** โครงสร้างการจัดการ
- 109** รายการระหว่างกัน
- 110** รายงานของผู้สอบบัญชี
รับอนุญาต
- 116** งบการเงิน
และหมายเหตุประกอบงบการเงิน
- 124** ข้อมูลทั่วไป
และข้อมูลบุคคลอ้างอิงอื่น



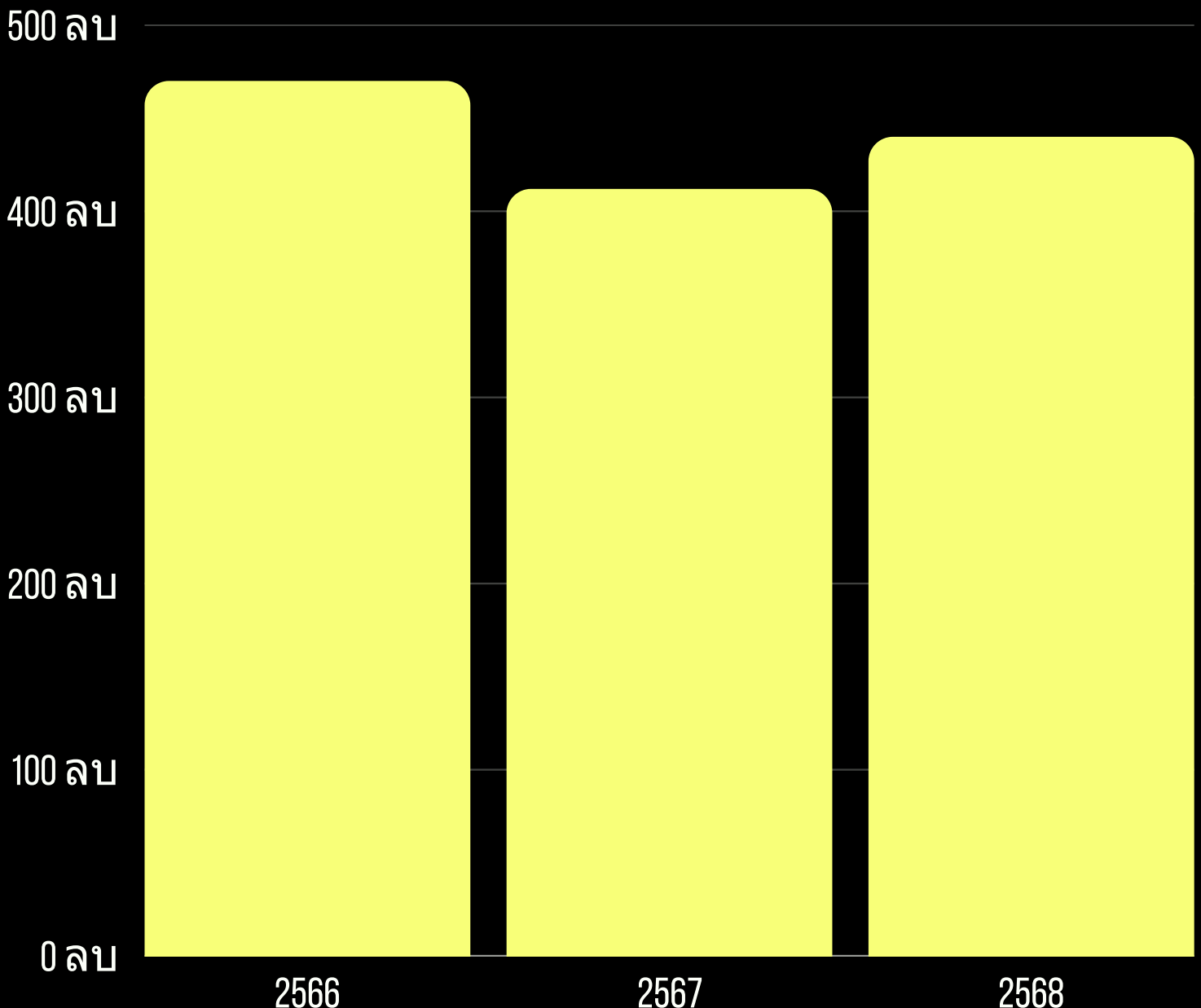
FINANCIAL HIGHLIGHT

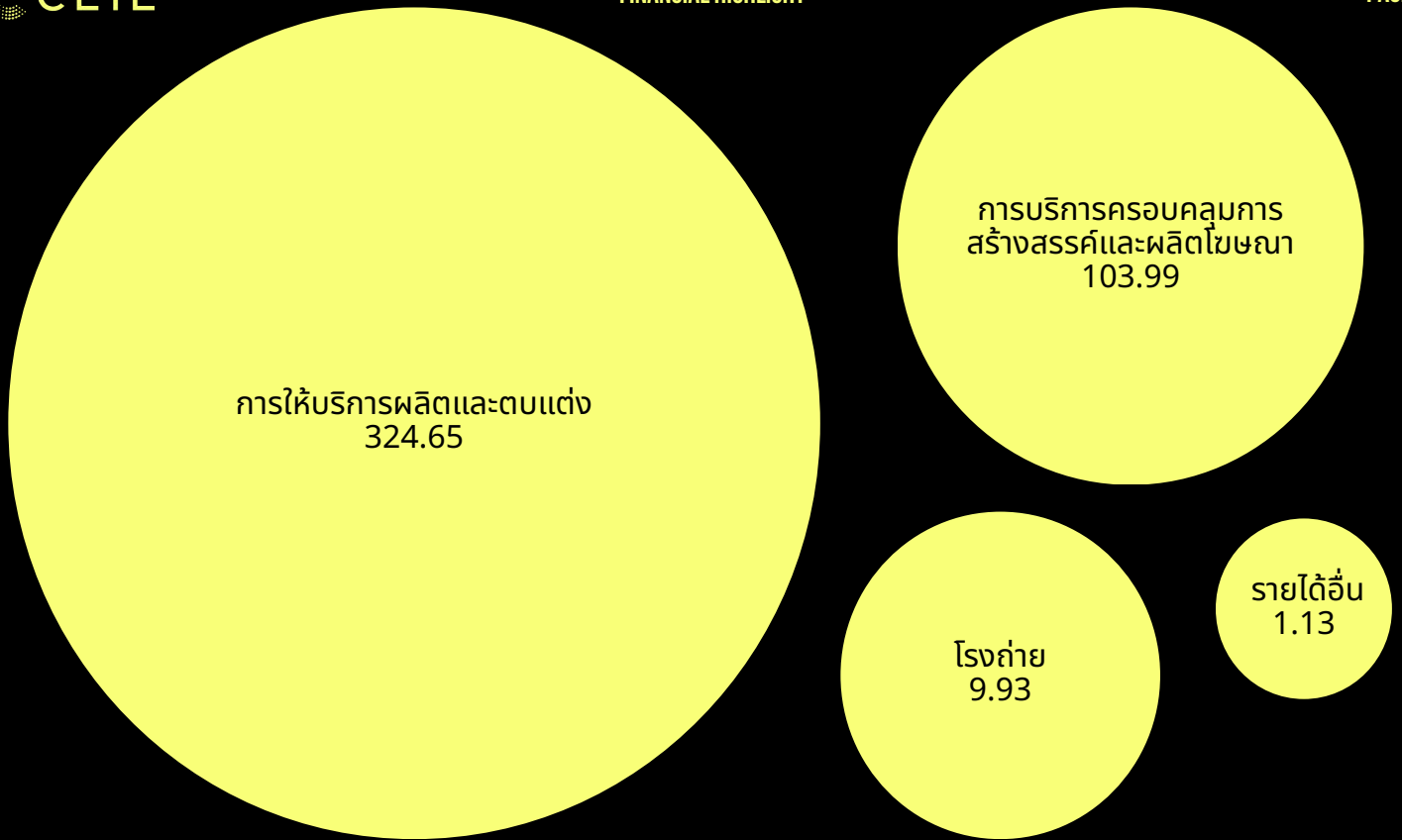
รายได้รวมปี 2568 438 ล้านบาท

**SALES
GROWTH RATE**

6%

รายได้บริษัทในปี 2568 บริษัทมี ยอดขายปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6



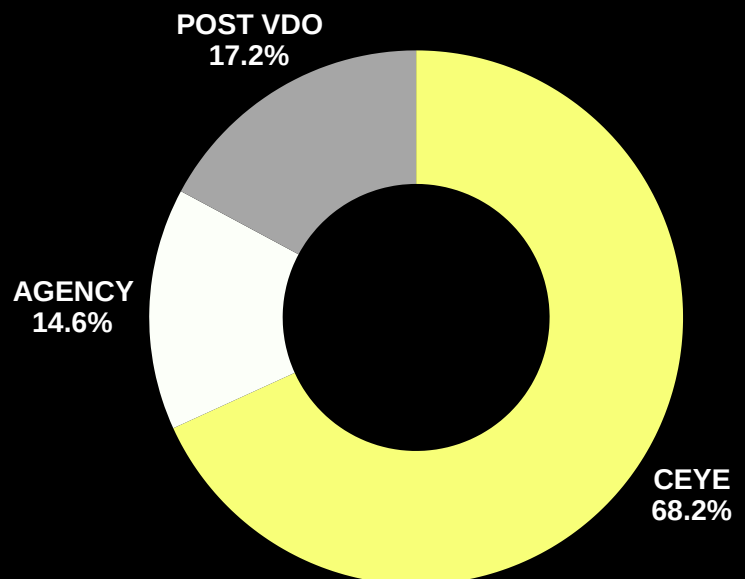


รายได้ แยกตามกลุ่มธุรกิจ

สำหรับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในปี 2568 บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากการให้บริการผลิตและตกแต่งภาพนิ่งสูงที่สุด สำหรับสัดส่วนรายได้จากการให้บริการผลิตและตกแต่งภาพเคลื่อนไหว ยังคงมีสัดส่วนที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวมของบริษัทฯ จากความสามารถในการให้บริการที่ครบวงจรมากยิ่งขึ้นจากการควบรวมกิจการกับบริษัท ทั้งนี้บริษัทฯ ยังพิจารณาถึงการกระจายรายได้ไปยังกลุ่มธุรกิจต่างๆอย่างต่อเนื่อง

สัดส่วนรายได้ตามกลุ่มธุรกิจ

แนวโน้มรายได้ตามกลุ่มธุรกิจรายได้หลักของบริษัทฯ ยังคงอยู่ในส่วนของ Production service ทั้งในส่วนของการผลิตและตกแต่งภาพนิ่ง รวมถึงการผลิตและตกแต่งภาพเคลื่อนไหว ประกอบกับบริการในกลุ่มธุรกิจที่ทางบริษัทฯ ได้ขยายตัวเพิ่มเติม เพื่อให้ครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นกลุ่มธุรกิจ Agency และ Motion Post Production โดยบริษัทฯ ยังคงพัฒนาด้านการขยายฐานการให้บริการอย่างต่อเนื่องในปี 2568



กำไรขั้นต้น ร้อยละ 21 90 ล้านบาท

สาเหตุที่กำไรขั้นต้นปรับตัวลดลงในช่วงที่ผ่านมาเกิดจากปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้

- การลดลงของรายได้จากการให้บริการต่องาน: บริษัทเผชิญกับความท้าทายจากงบประมาณของลูกค้าที่ลดลง และภาวะเศรษฐกิจที่กดดันบริษัทในเชิงโครงสร้างต้นทุนในการให้บริการ
- โครงสร้างต้นทุนและ Product Mix: สัดส่วนกำไร (Margin Mix) ของแต่ละหน่วยธุรกิจมีความแตกต่างกัน เมื่อสัดส่วนงานที่มีมาร์จิ้นสูงลดลง หรือมีการรับงานในกลุ่มที่มีมาร์จิ้นต่ำกว่าเพื่อรักษาวolum จะส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นรวมลดลง
- ค่าใช้จ่ายคงที่ (Fixed Costs) อยู่ในระดับสูง: ต้นทุนการให้บริการบางส่วนเป็นต้นทุนคงที่ เช่น เงินเดือนพนักงานและค่าเช่า เมื่อรายได้ลดลงแต่ต้นทุนเหล่านี้ไม่ได้ลดลงตามในสัดส่วนเดียวกัน จึงทำให้ประสิทธิภาพในการทำกำไรลดลง

140

ล้านบาท

กำไรขั้นต้น 2566
30% ของรายได้รวม

98

ล้านบาท

กำไรขั้นต้น 2567
23% ของรายได้รวม

90

ล้านบาท

กำไรขั้นต้น 2568
21% ของรายได้รวม



กำไรสุทธิ

ในปี 2568 บริษัท ตาซำบี จำกัด (มหาชน) มีกำไรสุทธิ ที่ระดับร้อยละ 1 ของรายได้รวม เทียบเท่า 4.2 ล้านบาท

โดยในปี 2568 บริษัท ได้มีการตั้งสำรองในส่วนของด้อยค่าเงินลงทุนในกลุ่มธุรกิจ FLOC และเงินลงทุนในบริษัทวัลแคน เอกซ์ จำกัด ที่ทางบริษัท ได้ลงทุนในหุ้นสามัญสัดส่วนร้อยละ 25 เนื่องจากผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายตามที่คาดการณ์ไว้

1%
กำไรสุทธิ
ร้อยละ 1
ของรายได้

4.2
ล้านบาท

กำไรสุทธิ ร้อยละ 1
ของรายได้

กำไรสุทธิ ของบริษัทในปี 2568 อยู่ที่ระดับ 4.2 ล้านบาท ร้อยละ 1 ของรายได้ โดยสาเหตุหลักมาจากการตั้งสำรองในส่วนของด้อยค่าเงินลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ในภาพรวมยังคงมีความท้าทายและปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยในอดีต สาเหตุจากอัตรากำไรขั้นต้นยังไม่กลับสู่ระดับเดิมแม้รายได้จะเริ่มฟื้นตัว รายได้จากการให้บริการชะลอตัวในบางกลุ่มได้รับผลกระทบจากกลุ่มลูกค้า E-Commerce ที่ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดและลดงบประมาณโฆษณาอย่างต่อเนื่อง มาตั้งแต่ปี 2567 ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สูงขึ้นโดยบริษัทมีค่าใช้จ่ายพนักงานและค่าเช่าเพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต ทำให้กำไรสุทธิถูกกดดันจากต้นทุนเหล่านี้



ESG REPORT

VISION


EMPOWERING THE FUTURE OF MARKETING
THROUGH CREATIVE EXCELLENCE AND
TRANSFORMATIVE INNOVATION

MISSION

WE DELIVER TAILORED CREATIVE, PRODUCTION,
AND MARKETING SOLUTIONS FOR ASIA'S EVOLVING
LANDSCAPE, DRIVEN BY A COMMITMENT TO
SUSTAINABILITY, RESPONSIBILITY, AND EXCELLENCE
IN EVERY DETAIL

BECOME A DRIVER OF SUSTAINABILITY IN CREATIVE PRODUCTION

AND COMPLYING WITH SET ESG RATINGS

E	S	G
		
<p>ACCELERATED SUSTAINABLE AND RESPONSIBLE BUSINESS PRACTICES IN OUR SECTOR AND VALUE CHAIN</p>	<p>PROMOTING A HEALTHIER AND MORE GENDER EQUALITY SOCIETY THROUGH CREATIVE COMMUNICATIONS</p>	<p>AN INSPIRING AND SAFE PLACE TO WORK AND A GREAT EMPLOYEE JOURNEY TO ALL OUR PEOPLE, EVERYDAY</p>
<ul style="list-style-type: none"> - LESS FOOD WASTE - REUSE & RECYCLE - ENERGY CONSUMPTION 	<ul style="list-style-type: none"> - COMMUNITY AWARENESS - COMMUNITY ENGAGEMENT - OPEN COLLABORATION 	<ul style="list-style-type: none"> - EMPLOYEE ENGAGEMENT - DIVERSITY & INCLUSION - HEALTH & SAFETY

(E) ENVIRONMENT REPORT

TRASH MANAGEMENT

SOLAR ROOF

(E) ENVIRONMENT REPORT

TRASH MANAGEMENT

สรุปการดำเนินงานโครงการแยกขยะ

โดยภาพรวมยังคงดำเนินงานตามโครงการอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ในส่วนของ การคัดแยกขยะกับบริษัทเก็บสะอาดจะมีได้ทำการต่อสัญญา และมีได้ใช้ APPLICATION เนื่องจากค่าบริการในการต่อสัญญาราคาค่อนข้างสูง และ ทาง SUPPLIER มิได้มีการปรับลดราคาให้แต่อย่างใด ทีมอาคารสถานที่และแม่บ้านยังคงดำเนินการคัดแยกขยะ และจัดการแหล่ง ที่ไปของขยะให้เหมาะสม และ ต่อเนื่อง

จัดให้มีชุดคัดแยกประเภทขยะตามอาคารสำนักงาน

- บริเวณอาคารสำนักงานใหญ่
- บริเวณโรงอาหาร - สำนักงานใหญ่



- บริเวณอาคารสำนักงานตึก E08



แม่บ้านดำเนินการขายให้ผู้รับซื้อขยะ







ใบประกาศเกียรติคุณ
(Letter of Recognition: LOR)

โครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก
(Low Emission Support Scheme: LESS)

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
โดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

เพื่อแสดงว่า

บริษัท ตาขำนิ จำกัด (มหาชน)

รับการสนับสนุนและดำเนินการ

โครงการ Waste management
การบริหารจัดการขยะภายในอาคาร

ได้รับการประเมินว่าสามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้
2.561 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า


 นางณัฐริกา วายภาพ นิติน
 รองผู้อำนวยการองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
 รักษาการผู้อำนวยการองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

LESS Low Emission Support Scheme

สรุปรายละเอียดกิจกรรมเพื่อขอการรับรองผลการประเมินการลดหรือกักเก็บก๊าซเรือนกระจก
โครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก (LESS) สำหรับหน่วยงานที่ใดและรับการสนับสนุน

รายละเอียดของกิจกรรม		
1. ชื่อกิจกรรม	โครงการ Waste management การบริหารจัดการขยะภายในอาคาร	
2. หน่วยงานที่ขอการรับรอง	บริษัท ตาขำนิ จำกัด (มหาชน)	
3. เจ้าของกิจกรรม	ผู้ให้วอร์สนับสนุน บริษัท จีซีพี สะอาด จำกัด ผู้รับการสนับสนุน บริษัท ตาขำนิ จำกัด (มหาชน)	
4. ประเภทกิจกรรม	<input type="checkbox"/> การเพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน <input type="checkbox"/> การจัดการในภาคขนส่ง <input type="checkbox"/> พลังงานทดแทน <input type="checkbox"/> ข่าไม้และพื้นที่สีเขียว <input checked="" type="checkbox"/> การจัดการของเสีย <input type="checkbox"/> การเกษตร	
5. สถานที่ตั้งกิจกรรม	311 พระราม 9 ซอย 51 เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร	
6. รูปแบบการสนับสนุน	<input type="checkbox"/> สนับสนุนทางการเงิน <input checked="" type="checkbox"/> สนับสนุนด้านเทคโนโลยี <input checked="" type="checkbox"/> สนับสนุนด้านองค์ความรู้ <input type="checkbox"/> อื่นๆ	
7. รายละเอียดของกิจกรรม	บริษัท ตาขำนิ จำกัด (มหาชน) ดำเนินกิจกรรมคัดแยกขยะรีไซเคิล มีการประชาสัมพันธ์ และจัดอบรมเกี่ยวกับการดำเนินงานให้พนักงานทราบ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบจะ บันทึกปริมาณขยะที่พบก่อนส่งต่อไปยังร้านรับซื้อขยะรีไซเคิล โดยได้รับการสนับสนุนด้าน องค์ความรู้และ Dashboards สำหรับบันทึกข้อมูลปริมาณขยะที่พบจาก บริษัท จีซีพี สะอาด จำกัด ในช่วงที่ขอการรับรองสามารถรวบรวมปริมาณขยะรีไซเคิลได้ 852 กิโลกรัม ซึ่งขยะส่วนใหญ่ที่พบคือขยะประเภทกระดาษ	
8. วิธีการคำนวณการลด/กักเก็บก๊าซเรือนกระจก	<input checked="" type="checkbox"/> LESS Evaluation Sheet - LESS-WM-01 Version 06 (การคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล)	
9. สรุปผลการรับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลด/กักเก็บได้		
กิจกรรม/โครงการ	ระยะเวลาที่ขอรับรองปริมาณการลด/กักเก็บก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลด/กักเก็บได้ (kgCO ₂ e)
โครงการ Waste management การบริหารจัดการขยะภายในอาคาร บริษัท ตาขำนิ จำกัด (มหาชน)		2,561
รวมทั้งหมด		2,561

ภาพกิจกรรม

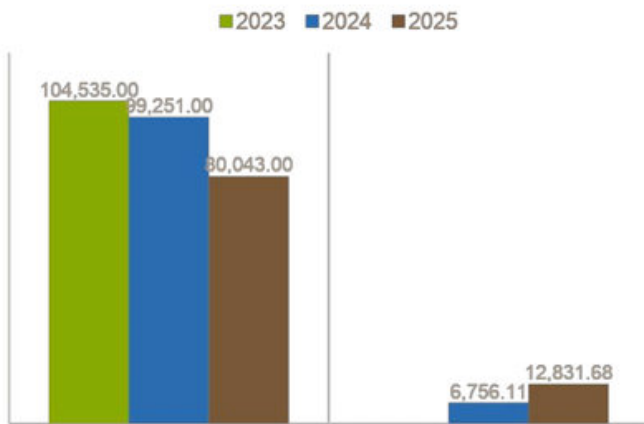


(E) ENVIRONMENT REPORT

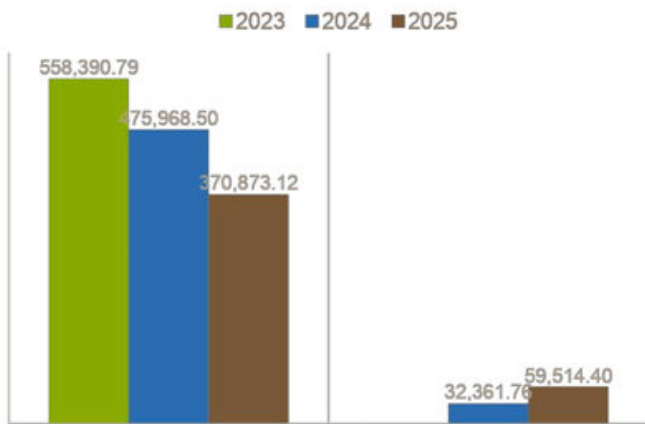
SOLAR ROOF

รายงานการใช้ไฟฟ้าตึกที่มีการติด SOLAR CELL- ตึกออฟฟิศชั้น 5 เริ่มติดตั้ง 22 JUNE 2024

เปรียบเทียบสถิติหน่วยการใช้ไฟฟ้า รายปี หน่วยการใช้ไฟฟ้า-kwh



เปรียบเทียบสถิติค่าไฟฟ้า รายปี ค่าไฟฟ้า - บาท



(S) SOCIAL REPORT

EQUALITY & DIVERSITY (SPECTRUM)

SPECTRUM



CONTENT(S)

SPECTROSCOPE			SPOTLIGHT	SPECTATOR &Oriental	SPIRAL	
SPECTROSCOPE	HUMAN	SPECTROGRAM		SPECTATOR	SPIRAL	
SPECTROSCOPE		Safe Space	SPOTLIGHT	SPECTATOR &Oriental	SPIRAL	
SPECTROSCOPE		SPECTROGRAM		SPECTATOR Pride on the road	SPIRAL	

Main Column

SPECTROSCOPE ทุกวันจันทร์
 SPECTROGRAM พุธเว้นพุธ
 SPOTLIGHT พฤหัสเว้นพฤหัส
 HUMAN อังคารที่ 2 ของเดือน
SPECTATOR ทุกวันศุกร์
 SPIRAL ทุกวันเสาร์
 NEWS ทุกวัน

Series

Pride on the road เสาร์สุดท้ายของเดือน
 Interned เสาร์ที่ 2 ของเดือน
 &Oriental ศุกร์เว้นศุกร์
 Safe Space พุธที่ 3 ของเดือน

	2023	2024	2025
New Page Like	8,094	20,506	19,038
Page Like	611,800	627,647	625,251
Impression / View	19,698,697	35,723,179	49,838,763
Engagement	636,647	731,712	756,494
Content	355	554	201

2026 FROM PUBLISHER TO CONTENT AGENCY

SPECTRUM >



CONTENT AGENCY

- CREATIVE AGENCY
- CONTENT STRATEGY AND PLANNING
- PRODUCT SERVICE

Content Agency	C EYE & Chamni's Eye Brand Communication	Publisher
<p>Objective</p> <ul style="list-style-type: none"> • Provide affordable content and production services tailored for online platforms. • Increase cross-service usage among customers who previously used other units of Chamni's Eye. • Expand customer awareness that Chamni's Eye offers end-to-end services <p>Service</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creative Content Production • Content Strategy and Planning • Production Service 	<p>Objective</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communicate the Chamni's Eye brand professionally to support expansion into the regional market. • Establish consistent brand imagery and messaging across both internal and external communications. <p>Service</p> <ul style="list-style-type: none"> • Website / Social media • Credential / Presentation / Artwork 	<p>Objective</p> <ul style="list-style-type: none"> • A creative platform for showcasing the capabilities of the existing core team. • Act as an additional media channel to expand and diversify Content Service offerings. • A starting point for the future pilot of Film P&A (Publicity & Advertising) services. <p>Service</p> <ul style="list-style-type: none"> • Article • Documentary • Video Content

(G) GOVERNANCE REPORT

EMPLOYEE SATISFICATION SURVEY

HEALTH & SAFETY WORKSHOP

ETC.

(G) GOVERNANCE REPORT

EMPLOYEE SATISFICATION SURVEY

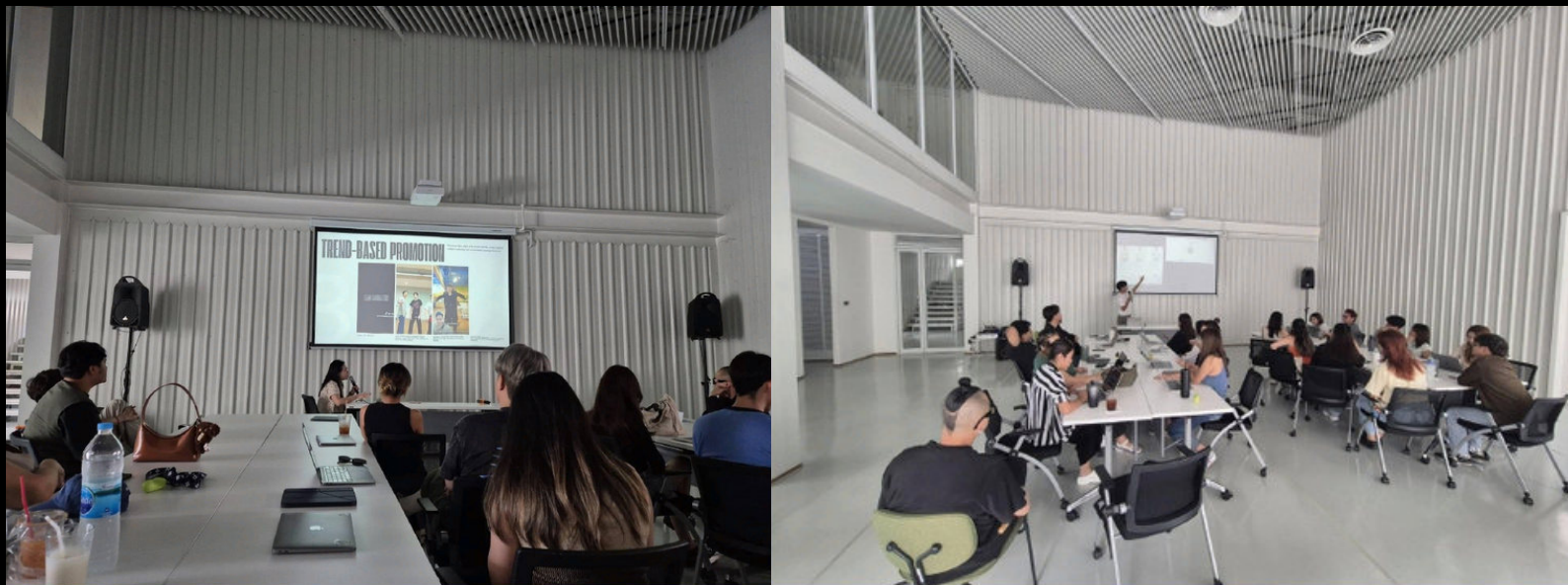
(G) GOVERNANCE REPORT

WORKSHOP & TRAINING

GEN AI WORKSHOP






KNOWLEDGE SHARING



C EYE SPORT CLUB



RESULY SUMMARY

	E			S			G		
	 ACCELERATED SUSTAINABLE AND RESPONSIBLE BUSINESS PRACTICES IN OUT SECTOR AND VALUE CHAIN			 PROMOTING A HEALTHIER AND MORE GENDER EQUALITY SOCIETY THROUGH CREATIVE COMMUNICATIONS			 AN INSPIRING AND SAFE PLACE TO WORK AND A GREAT EMPLOYEE JOURNEY TO ALL OUT PEOPLE, EVERYDAY		
	LESS FOOD WASTE	REUSE & RECYCLE	ENERGY CONSUMPTION	COMMUNITY AWARENESS	COMMUNITY ENGAGEMENT	OPEN COLLABORATION	COMMUNITY AWARENESS	COMMUNITY ENGAGEMENT	OPEN COLLABORATION
2025 SHORT - TERM TARGETS	25% REDUCTION IN FOOD WASTE GENERATED VS 2024	18% INCREASE OF REUSE & RECYCLE MATERIAL BEING USED VS 2024	22.9% REDUCTION IN ENERGY CONSUMPTION VS 2024 (TARGET 10%)	39.51% INCREASE OF IMPRESSION VS 2024	3.39% INCREASE OF ENGAGED AUDIENCE VS 2024	1% INCREASE OF COLLABORATION PROJECT TO SUPPORT NGO VS 2024	77.8% EMPLOYEE ENGAGEMENT SCORE (TARGET 75%)	5 WORKSHOPS ON ESSENTIAL FUTURE SKILLS (4)	7 SPORT CLUBS -FOOTBALL -CHESS -RUNNING -SNOOKER -BADMINTON -TENNIS -TABLE TENNIS
A SELECTION FOR OUR INITIATIVES TO ACHIEVE THOSE	-WASTE MANAGEMENT SYSTEM -RECYCLE LOOP AND PROTOCOL -PARTNERING WITH WASTE MANAGEMENT CONSULTANCY -EMPLOYEE TRAINING		-SMART ENERGY MONITORING SYSTEM IMPLEMENTATION -SOLAR ENERGY INSTALLATION	-PUBLISHING POSITIVE EDUTAINMENT CONTENTS IN VARIOUS CONTENT FORMATS -OPEN PLATFORM FOR OPINION AND CONVERSATION TO CREATE A SAFE SPACE TO EXPRESS OPINIONS		-FUNDRAISING FOR NGO PROJECTS -CONTENT COLLABORATION -EVENT COLLABORATION	-INSTALL STRONG PERFORMANCE MEASUREMENT AND REVIEW PROCESS -PERSONAL DEVELOPMENT PROGRAM	-AI ENHANCED WORKFLOW -SUSTAINABLE PRODUCTION -MENTAL HEALTH	-HGS PROCEDURE TRAINING IN OPERATION -HEALTH PROMOTING ACTIVITIES (E.G. YOGA TRAINING, SPORT ACTIVITIES)
KPI ACHIEVED	100%			75%			100%		



คณะกรรมการบริษัท



คุณอภิชาติ ชินวรรณโณ

ประธานกรรมการและกรรมการอิสระ

ประวัติการทำงาน

2556 - 2558 ดำรงตำแหน่ง เอกอัครราชทูต (นักบริหารการทูต ระดับสูง) วิชาภัยผู้มีอำนาจเต็มประจำ สาธารณรัฐฝรั่งเศส ราชอาณาจักรโมนาโก และผู้แทนถาวรไทย ประจำ UNESCO

2558 - 2559 ดำรงตำแหน่ง ปลัดกระทรวง (นักบริหาร ระดับสูง) กระทรวงการต่างประเทศ

2559 ครบเกษียณอายุราชการ

2559 - 2562 กรรมการอิสระ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

2562 - 2565 กรรมการอิสระ บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

2561 - ปัจจุบัน ประธานและกรรมการอิสระ บริษัท อมตะ วิเอ็น จำกัด (มหาชน)

2564 - ปัจจุบัน ผู้ช่วยเลขาธิการสภาภาษาชาติไทยฝ่าย วิเทศสัมพันธ์

2560 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ และ กรรมการอิสระ บริษัท ตาซ่านี จำกัด (มหาชน)

คุณวุฒิทางการศึกษา

Bachelor of Science (Economics and Politics) (Upper Second Class Honours), University of Southampton สหราชอาณาจักร

Master of Science (International Relations), London School of Economics and Political Science, University of London สหราชอาณาจักร

Doctor of Philosophy (International Relations), St. Antony's College, University of Oxford สหราชอาณาจักร



คุณรัชชัย ศุภผลศิริ

กรรมการอิสระ

**ประธานคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
กรรมการกำกับดูแลกิจการและความรับผิดชอบต่อสังคม
และกรรมการตรวจสอบ**

ประวัติการทำงาน

- 2527** เลขานุการบัณฑิตศึกษาคณะนิติศาสตร์
- 2529** รองคณบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2537** รองคณบดีฝ่ายบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2539** ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการบริหาร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รองอธิการบดี (ฝ่ายทรัพย์สิน)
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2544** SENIOR VICE PRESIDENT ฝ่ายกฎหมาย
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) /
ประธานกรรมการ บริษัท โรงพยาบาลวัฒนะแพทย
ตรัง จำกัด (มหาชน) /
ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ บริษัท โรงพยาบาลวัฒนะ
แพทย ตรัง จำกัด (มหาชน)
- 2560 - ปัจจุบัน** กรรมการอิสระ บริษัท ตาซ่านี จำกัด
(มหาชน)
- 2564 - ปัจจุบัน** ผู้ช่วยเลขาธิการสภาวิชาชีพ
วิเทศสัมพันธ์

คุณวุฒิทางการศึกษา

- นิติศาสตร์บัณฑิต (เกียรตินิยม)
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิติศาสตรมหาบัณฑิต (LL.M)
มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด สหรัฐอเมริกา
- ประกาศนียบัตรเนติบัณฑิตไทย
สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา สมัยที่ 32

คุณศนิตา คาจิจิ

กรรมการอิสระ

ประธานกรรมการกำกับดูแลกิจการ

และความรับผิดชอบต่อสังคม

กรรมการตรวจสอบ

ประวัติการทำงาน

2535-2536 บริษัทดีดีบี นิดแอม (ประเทศไทย) จำกัด

- Account Executive

2536-2546 บริษัทลีโอ เบอร์เนทท์ จำกัด

- Strategic Planner
- Strategic Planning Director

2548-2550 บริษัทดีจีโอ-โมเอทเฮนเนสซี่ (ประเทศไทย) จำกัด

- Head of Consumer Planning
- Vice President, Marketing

2550-2556 บริษัท ดีจีโอ จำกัด

- Marketing Director, South East Asia
- Whisk(e)y Category Director, Asia Pacific
- Marketing Director, New Growth Opportunities, Asia Pacific
- Marketing & Innovation Director, Diageo India

2556-ปัจจุบัน ที่ปรึกษาด้านการตลาด

คุณวุฒิทางการศึกษา

ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2529-2533

Hotel Management,
Hotel Institute Montreux, Switzerland
พ.ศ. 2533-2535

งานเพื่อสังคม

ประธานกรรมการ มูลนิธิ ส. รพีค พ.ศ. 2556-ปัจจุบัน
กรรมการและเลขานุการ มูลนิธิ เดอะเรนโบว์รูน พ.ศ.
2557-ปัจจุบัน



คุณจิตลา อัทธากร

กรรมการอิสระ

ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ

กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

ประวัติการทำงาน

- 2539 ผู้สอบบัญชี COOPERS & LYBRAND
- 2543 Relationship manager and credit analyst
ลูกค้าขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย
- 2546 นักวิเคราะห์การเงินระดับสูง บจก. ไฟเซอร์
(ประเทศไทย)
- 2551 กรรมการตรวจสอบ บมจ. ไทยสตีลโปรไฟล์
- 2558 ผู้อำนวยการฝ่ายการเงิน บจก. เมืองทอง ยูไนเต็ด
- 2558 กรรมการ บจก. คอร์โนแอนด์แนช
- 2560 - ปัจจุบัน กรรมการอิสระ บริษัท ตาซ่าน จำกัด
(มหาชน)

คุณวุฒิทางการศึกษา

- นิติศาสตร์บัณฑิต (เกียรตินิยม)
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิติศาสตรมหาบัณฑิต (LL.M)
มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด สหรัฐอเมริกา
- ประกาศนียบัตรเนติบัณฑิตไทย
สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา สมัยที่ 32

คุณวุฒิและประกาศนียบัตร ทางวิชาชีพ

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต
(Certified Public Accountant)

อบรมหลักสูตร Director Accreditation Program
(DAP) โดย สมาคมส่งเสริมกรรมการบริษัทไทย (IOD)

คุณสุพรรณิ สุวรรณแสงโรจน์

กรรมการ

ประธานกรรมการบริหาร

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

และกรรมการผู้จัดการใหญ่

ประวัติการทำงาน

กรรมการ บริษัท ตาซำนิ จำกัด (มหาชน)
กรรมการ บริษัท ฟิวทีวันบางกอก จำกัด
กรรมการ บริษัท ไม่ซิ่นต้น จำกัด

คุณวุฒิทางการศึกษา

นิเทศศาสตรบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2532

Mini MBA
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



คุณชำนาญ ทิพย์มณี

กรรมการ

และประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการบริหาร

ประวัติการทำงาน

กรรมการ บริษัท ตาขำนิ จำกัด (มหาชน)
รุ่นที่ 145/2018

คุณวุฒิทางการศึกษา

Certificate Institute de Europe
กรุงโรม ประเทศอิตาลี ด้านการถ่ายภาพ

คุณกীরติ สุวรรณแสงโรจน์

กรรมการ

กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

กรรมการกำกับดูแลกิจการและความรับผิดชอบต่อสังคม

กรรมการบริหาร

ประวัติการทำงาน

กรรมการ บริษัท ตาซ่านี จำกัด (มหาชน)
Performer at Tiffany's show

คุณวุฒิทางการศึกษา

ปวช.
โรงเรียนกรุงเทพโปลีเทคนิค



ภาพรวมการประกอบ ธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อย

COMPANY OVERVIEW & ITS SUBSIDIARIES

Creative Agenda

 CEYE





ROYAL CANIN

CREATIVE IDEA/ AWO/ BOOST POST/ KOL

CHALLENGE

ROYAL CANIN NEEDED TO STRENGTHEN ITS BRAND PRESENCE IN THAILAND WHILE PROMOTING ITS PREMIUM PET NUTRITION PRODUCTS IN A COMPETITIVE MARKET .

SOLUTION

CRAFTED A BRANDING STRATEGY BLENDING EDUCATION AND PROMOTION TO BUILD TRUST AND HIGHLIGHT PRODUCT BENEFITS, WHILE USING "SKY AND NANI" AS FIRENDS OF ROYAL CANIN TO ENGAGE YOUNGER AUDIENCES.



SCHNEIDER ELECTRIC

FILM ADVERTISING/ KV/ AWO AND MEDIA ADS OPTIMIZATION

CHALLENGE

AS A LOW-INVOLVEMENT CATEGORY, ELECTRICAL SWITCHES AND SOCKETS ARE OFTEN PERCEIVED AS SIMILAR AND PRICE-DRIVEN, MARKETING IT DIFFICULT TO CAPTURE ATTENTION WHILE COMMUNICATING TECHNICAL FEATURES AND DRIVING SALES.

SOLUTION

HUMANIZE THE PRODUCT THROUGH EMOTIONAL STORYTELLING, SIMPLIFY THE FEATURES INTO RELATABLE LIFESTYLE BENEFITS, AND INTEGRATE ENGAGING CONTENT WITH STRONG PROMOTIONAL MECHANICS TO DRIVE CONVERSION



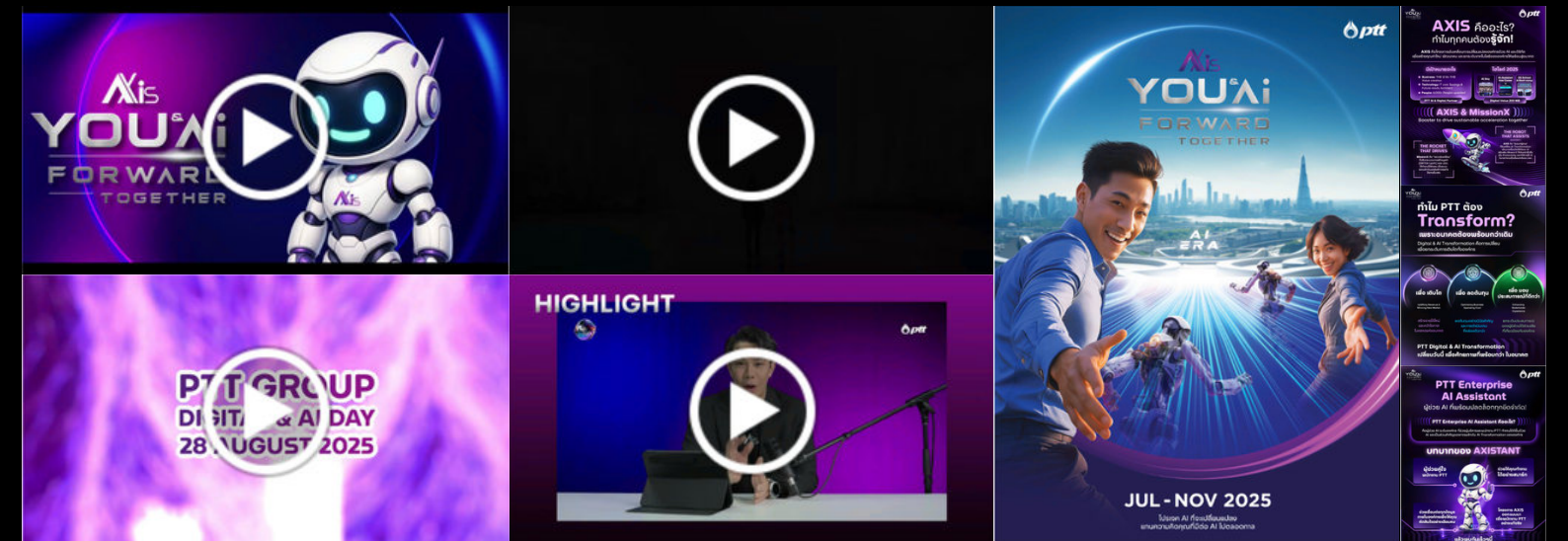
LINE STICKES X LINE MELODY CHALLENGE

ONLINE CAMPAIGN/ KOL/ CREATIVE IDEA

DRIVE EXCITEMENT AND DOWNLOADS FOR LINE MELODY AND LINE STICKERS IN A HIGHLY COMPETITIVE DIGITAL ENTERTAINMENT SPACE WHERE USERS ARE EASILY DISTRACTED AND ENGAGEMENT DROPS QUICKLY.

SOLUTION

LAUNCH AN ENGAGING ONLINE CAMPAIGN WITH STRONG KOL COLLABORATION, GAMIFIED MECHANICS, AND ATTRACTIVE REWARDS TO CREATE URGENCY, BOOST PARTICIPATION, AND DRIVE DOWNLOADS.



AXIS TRANSFORMATION

EVENT ORGANIZER/ KV/ MERCHANDISE

CHALLENGE

TO COMMUNICATE AXIS AS A KEY DRIVER OF AI TRANSFORMATION WITHIN PTT GROUP WHILE MAKING AI TANGIBLE, RELATABLE, AND RELEVANT TO EMPLOYEES. THE CHALLENGE WAS TO TRANSLATE COMPLEX AI STRATEGIES INTO ENGAGING CONTENT THAT BUILDS UNDERSTANDING, EXCITEMENT, AND PARTICIPATION ACROSS THE ORGANIZATION.

SOLUTION

WE DEVELOPED A UNIFIED COMMUNICATION SYSTEM CENTERED AROUND THE "YOU & AI FORWARD TOGETHER" CONCEPT, COMBINING COMPELLING KEY VISUALS, INFORMATIVE CONTENT, AND ENGAGING VIDEO STORYTELLING. THIS APPROACH SIMPLIFIED AI INTO RELATABLE NARRATIVES, STRENGTHENED AXIS BRAND PRESENCE, AND ENCOURAGED EMPLOYEES TO CONNECT WITH AND EMBRACE THE AI-DRIVEN FUTURE.



LINE STICKES X LINE MELODY CHALLENGE

AWO/ ACTIVITY/ KOL

IN A HIGHLY COMPETITIVE KOI FISH FOOD MARKET WHERE PRODUCTS ARE OFTEN PERCEIVED AS SIMILAR AND PURCHASE DECISIONS ARE DRIVEN BY VISIBLE RESULTS AND PRICE, THE BRAND NEEDS TO BUILD LONG-TERM AWARENESS WHILE ALSO DRIVING IMMEDIATE SALES.

SOLUTION

POSITION OPTIMUM HI PRO AS THE PROFESSIONAL CHOICE FOR BEAUTIFUL GROWTH AND VIBRANT COLOR, CLEARLY COMMUNICATE ITS KEY BENEFITS, AND LEVERAGE ENGAGING ONLINE CONTENT WITH INFLUENCER SUPPORT TO STRENGTHEN CREDIBILITY AND DRIVE CONVERSION.



AXIS TRANSFORMATION

EVENT ORGANIZER/ KV/ MERCHANDISE

CHALLENGE

TRIP.COM AIMED TO STRENGTHEN BRAND AWARENESS AND DRIVE BOOKINGS THROUGH CONTENT THAT FEELS FRESH, CONSISTENT, AND EASY TO ENGAGE WITH. THE CHALLENGE WAS TO CREATE A UNIFIED VISUAL DIRECTION WHILE KEEPING THE TONE FUN, INFORMATIVE, AND APPROACHABLE.

SOLUTION

POSITION OPTIMUM HI PRO AS THE PROFESSIONAL CHOICE FOR BEAUTIFUL GROWTH AND VIBRANT COLOR, CLEARLY COMMUNICATE ITS KEY BENEFITS, AND LEVERAGE ENGAGING ONLINE CONTENT WITH INFLUENCER SUPPORT TO STRENGTHEN CREDIBILITY AND DRIVE CONVERSION.



AIOI BRAND CAMPAIGN 2025 CHALLENGE

ONLINE VIDEO/ TESTIMONIAL VDO/
AWO/ KOIS REVIEW

STRENGTHEN BRAND TRUST AND DIFFERENTIATION IN A HIGHLY COMPETITIVE INSURANCE MARKET WHERE CONSUMERS ARE PRICE-SENSITIVE AND OFTEN LACK EMOTIONAL CONNECTION WITH THE BRAND.

SOLUTION

DEVELOP AUTHENTIC ONLINE VIDEO AND TESTIMONIAL CONTENT, SUPPORTED BY ALWAYS-ON COMMUNICATION AND KOL REVIEWS, TO HUMANIZE THE BRAND, REINFORCE CREDIBILITY, AND DRIVE CONSIDERATION AND PURCHASE.



LINE MELODY

CHALLENGE:

CELEBRATE 6 YEARS OF LINE MELODY BY RECONNECTING EMOTIONS THROUGH MUSIC — REMINDING USERS THAT EVERY CALL CAN CARRY THEIR FAVORITE MELODY AND MOOD.

SOLUTION:

TURN THE ANNIVERSARY INTO A “FESTIVAL OF FEELINGS”, WHERE EVERY RINGTONE REFLECTS JOY, NOSTALGIA, AND PERSONAL STYLE. COMBINE EXCLUSIVE ARTIST RELEASES, FUN DEALS, AND USER ENGAGEMENT ACTIVITIES TO AMPLIFY BRAND LOVE AND DRIVE RE-DOWNLOADS.



AM INTERNATIONAL HOSPITAL

CHALLENGE:

CELEBRATE 6 YEARS OF LINE MELODY BY RECONNECTING EMOTIONS THROUGH MUSIC — REMINDING USERS THAT EVERY CALL CAN CARRY THEIR FAVORITE MELODY AND MOOD.

SOLUTION:

TURN THE ANNIVERSARY INTO A “FESTIVAL OF FEELINGS”, WHERE EVERY RINGTONE REFLECTS JOY, NOSTALGIA, AND PERSONAL STYLE. COMBINE EXCLUSIVE ARTIST RELEASES, FUN DEALS, AND USER ENGAGEMENT ACTIVITIES TO AMPLIFY BRAND LOVE AND DRIVE RE-DOWNLOADS.



LINE MELODY

CHALLENGE:

SOLUTION:

TO DRIVE THE FINAL SALES PHASE FOR ARTALE ASOKE-RAMA 9 BY REACHING HNWI (HIGH NET WORTH INDIVIDUALS) AND REAFFIRMING THE PROJECT'S POSITIONING AS A PREMIUM RESIDENCE THAT REFLECTS PERSONAL SUCCESS, REFINED LIFESTYLE, AND TIMELESS DESIGN VALUE.

CREATE AN AWO CONTENT STRATEGY HIGHLIGHTING "THE ULTIMATE DESTINATION IN LIFE WORTH SEIZING." EACH UNIT IS PRESENTED AS A REFLECTION OF INDIVIDUAL LIFESTYLE AND IDENTITY — BALANCING DESIGN, FUNCTIONALITY, AND EXCLUSIVITY TO RESONATE WITH BUYERS' EMOTIONAL AND RATIONAL NEEDS.



MEKHA V

CHALLENGE:

SOLUTION:

ENCOURAGING INTERNAL TEAMS TO ADAPT AND COLLABORATE WITH AI TOOLS, AMIDST RAPID CHANGES IN WORKPLACE TECHNOLOGY AND DIGITAL TRANSFORMATION.

POSITION AI AS A SUPPORTIVE PARTNER RATHER THAN A REPLACEMENT, BY BUILDING A POSITIVE, FUTURE-FORWARD BRAND NARRATIVE THROUGH ENGAGING INTERNAL COMMUNICATION AND INTERACTIVE EXPERIENCES.



ROYAL CANIN

CHALLENGE:

ROYAL CANIN AIMED TO SUSTAIN BRAND ENGAGEMENT AND DRIVE SALES THROUGH THE AWO CAMPAIGN BY CREATING ONGOING, RELEVANT CONTENT THAT KEEPS PET OWNERS INSPIRED WHILE MAINTAINING BRAND TRUST AND AWARENESS.

SOLUTION:

DEVELOP LONG-FORM AND SHORT-FORM CONTENT FEATURING KOLS REVIEWING PET FOOD AND SHARING AUTHENTIC EXPERIENCES, ALONG WITH TIKTOK-STYLE VOX POP VIDEOS TO MAKE THE BRAND MORE RELATABLE, DYNAMIC, AND ENGAGING FOR PET LOVERS.



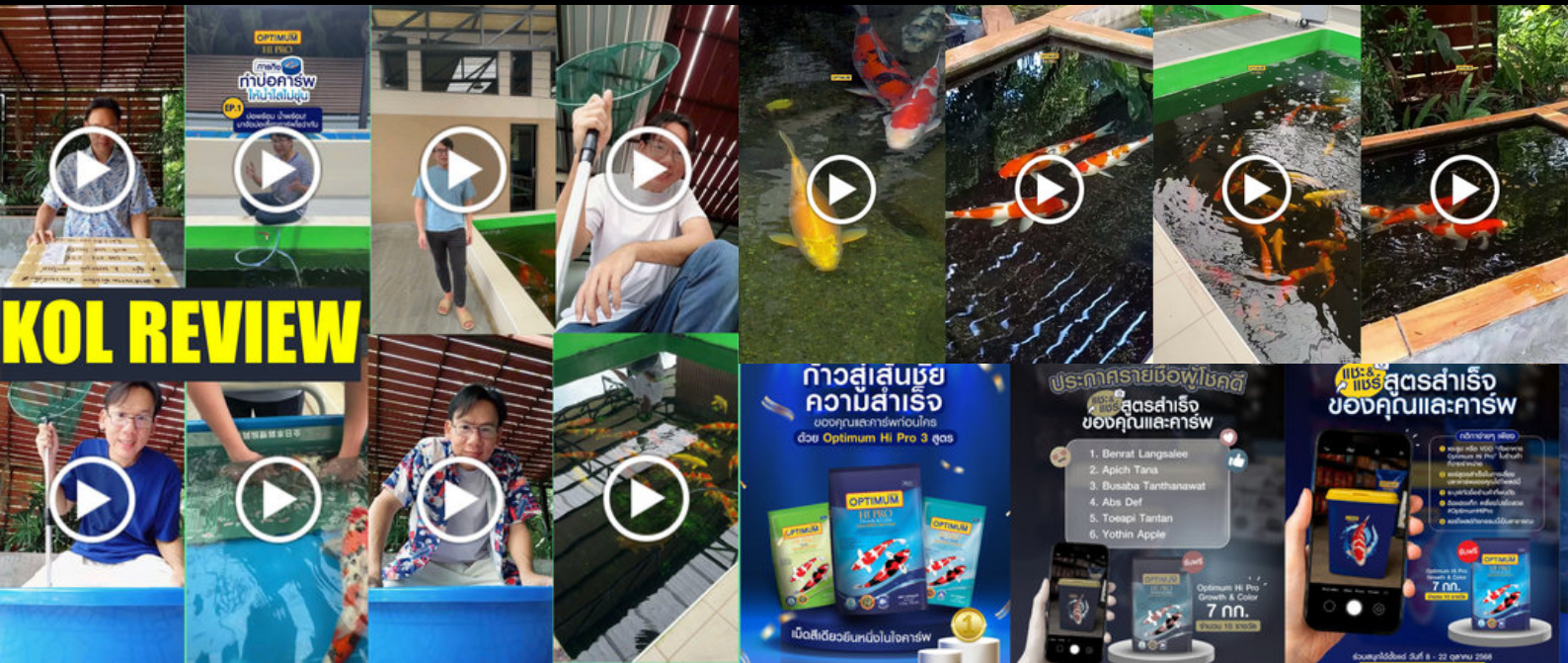
PRINCIPAL

CHALLENGE:

ENCOURAGING INTERNAL TEAMS TO ADAPT AND COLLABORATE WITH AI TOOLS, AMIDST RAPID CHANGES IN WORKPLACE TECHNOLOGY AND DIGITAL TRANSFORMATION.

SOLUTION:

POSITION AI AS A SUPPORTIVE PARTNER RATHER THAN A REPLACEMENT, BY BUILDING A POSITIVE, FUTURE-FORWARD BRAND NARRATIVE THROUGH ENGAGING INTERNAL COMMUNICATION AND INTERACTIVE EXPERIENCES.



OPTIMUM

CHALLENGE:

TO EXTEND THE PREVIOUS CAMPAIGN USING THE SAME TAGLINE WHILE MAKING IT MORE ENGAGING AND MEMORABLE FOR THE AUDIENCE.

SOLUTION:

FEATURE KOLS AS MAIN STORYTELLERS THROUGH PRODUCT REVIEWS THAT HIGHLIGHT THE MESSAGE — “GOOD POND, CLEAR WATER, HEALTHY FISH” — WHILE CREATING INTERACTIVE ACTIVITIES WITH PRIZE GIVEAWAYS TO BOOST PARTICIPATION AND PURCHASE INTENT.



PRINCIPAL

CHALLENGE:

TRANSFORM TRIP.COM FROM A DEAL-DRIVEN PLATFORM INTO A TRUSTED TRAVEL COMPANION THAT INSPIRES THAI TRAVELERS TO CREATE THEIR OWN TRAVEL WISH.

SOLUTION:

BUILD AUTHENTIC, INSPIRING STORYTELLING THROUGH FACEBOOK AND TIKTOK — SPARKING CURIOSITY AND SHOWING REAL TRAVEL POSSIBILITIES.





THE PIZZA COMPANY

CHALLENGE:

TO EXTEND THE PREVIOUS CAMPAIGN USING THE SAME TAGLINE WHILE MAKING IT MORE ENGAGING AND MEMORABLE FOR THE AUDIENCE.

SOLUTION:

WE CRAFTED THE PRODUCT NAME "PIZZA TRIPLE CRUST" TO BE FUN, MEMORABLE, AND DESCRIPTIVE, PLAYING OFF BOTH THE FORMAT AND THAI WORDPLAY. WE BUILT A BOLD IMC CAMPAIGN WITH A DISTINCTIVE KV AND EYE-CATCHING INSTALLATION, INCLUDING REAL PIE VISUALS AND SAMPLING ACTIVATIONS.



THE PIZZA COMPANY

CHALLENGE:

THE CHALLENGE WAS TO SUSTAIN EXCITEMENT AND DRIVE AWARENESS FOR BITE IN ITS SECOND YEAR, ENSURING THE PRODUCT REMAINED FRESH, FUN, AND TOP-OF-MIND AMONG CONSUMERS.

SOLUTION:

TO CELEBRATE THE 2ND ANNIVERSARY OF BITE, WE REFRESHED THE CAMPAIGN WITH BOLD VISUALS AND PLAYFUL WORDPLAY TO CELEBRATE ITS CRAVE-WORTHY APPEAL, KEEPING THE EXCITEMENT ALIVE ACROSS KEY CHANNELS.



THE PIZZA COMPANY

CHALLENGE:

SCHNEIDER ELECTRIC AIMED TO GROW AWARENESS AND DRIVE SALES FOR AVATARON A AND EV CHARGER.

SOLUTION:

LAUNCHED A KV AND THEMATIC VIDEO TO BUILD AWARENESS, SUPPORTED BY ADS AND ALWAYS-ON CONTENT TO DRIVE SALES, WITH KOLS AMPLIFYING THE MESSAGE THROUGH AUTHENTIC ENGAGEMENT.



THE PIZZA COMPANY

CHALLENGE:

CREATE AWARENESS NEW APPLICATION - OBJECTIVE & KPI: DRIVE ENGAGEMENT AND INTEREST IN THE APP 80% :WRITER INSTALL = 1,000-1,500

- BUILD AWARENESS 20% : REACH AND IMPRESSION AT LEAST 1,000,000 ACROSS ALL PLATFORMS (KOLS, X, FACEBOOK, TIKTOK.) TARGET AUDIENCE : WRITER 100%

SOLUTION:

AWARENESS WAS CREATED ACROSS MULTIPLE SOCIAL MEDIA PLATFORMS, INCLUDING FACEBOOK, TIKTOK, X, AND GOOGLE, WHICH DISTRIBUTED ADS THROUGH ITS DISPLAY NETWORK TO VARIOUS WEBSITES.



SANSIRI

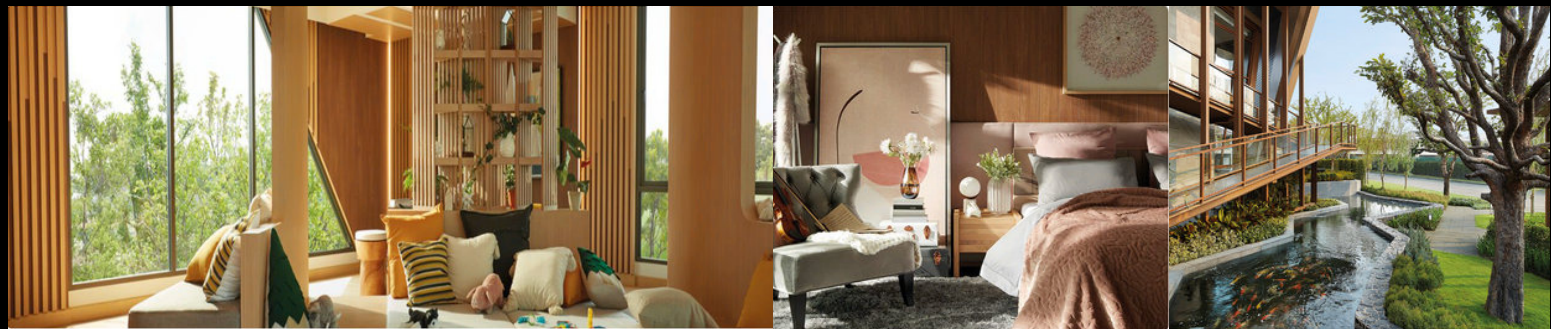
ALWAYS ON

CHALLENGE

BUILD BRAND VISIBILITY AND ENGAGEMENT THROUGH TIKTOK IN A HIGHLY COMPETITIVE REAL ESTATE MARKET.

SOLUTION

BUILD AWARENESS AND COMMUNITY THROUGH LIFESTYLE-DRIVEN TIK-TOK CONTENT, HIGHLIGHTING NEIGHBORHOOD CHARM AND EVERYDAY MOMENTS.



SANSIRI

TIKTOK

CHALLENGE

BUILD BRAND VISIBILITY AND ENGAGEMENT THROUGH TIKTOK IN A HIGHLY COMPETITIVE REAL ESTATE MARKET

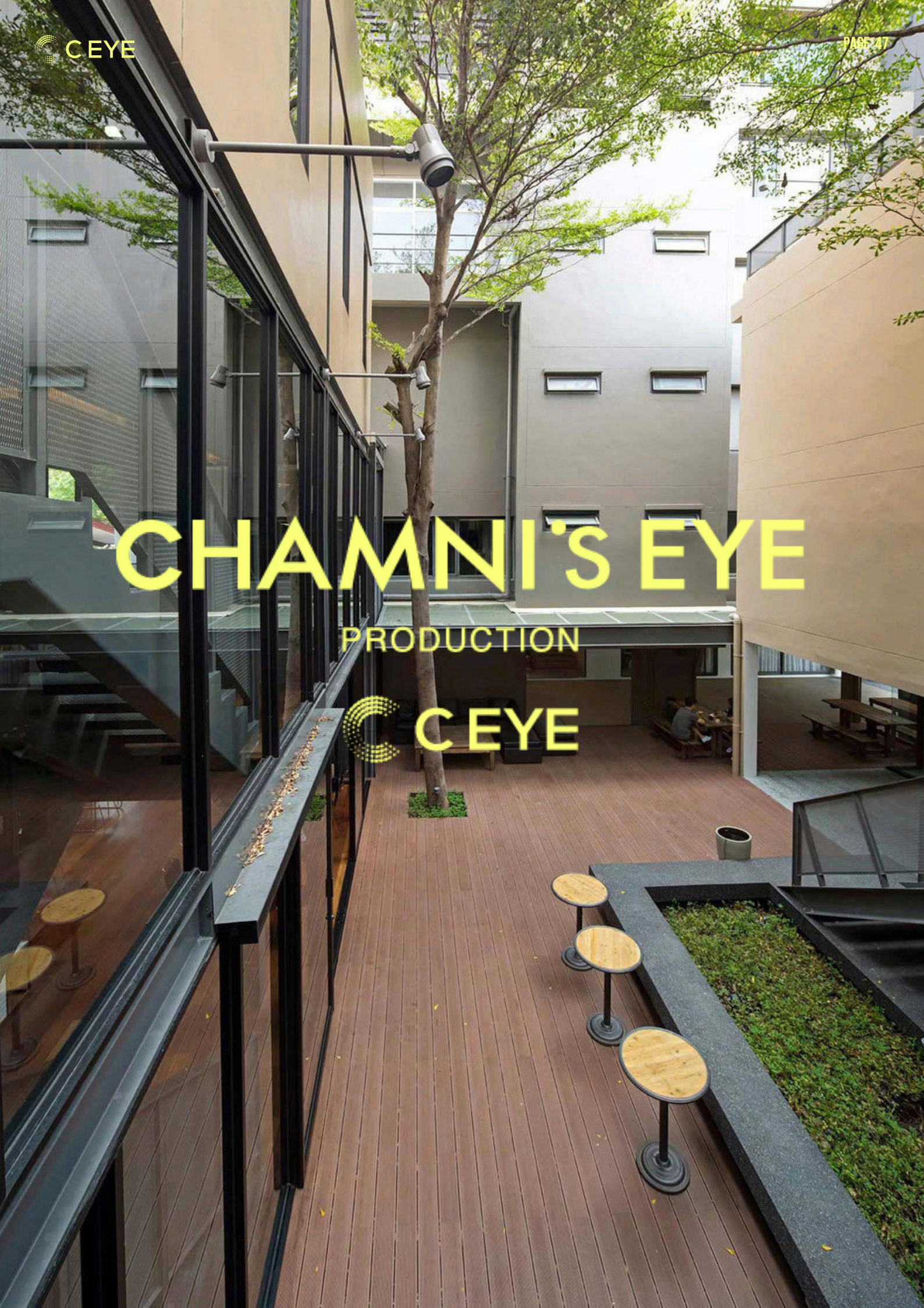
SOLUTION

BUILD AWARENESS AND COMMUNITY THROUGH LIFESTYLE-DRIVEN TIKTOK CONTENT, HIGHLIGHTING NEIGHBORHOOD CHARM AND EVERYDAY MOMENTS.

CHAMNI'S EYE

PRODUCTION

CEYE



VIDEO

AIOI TESTIMONIAL



LINE MAN HALF-HALF



LINE MAN GRANDSALE

MAMEMI



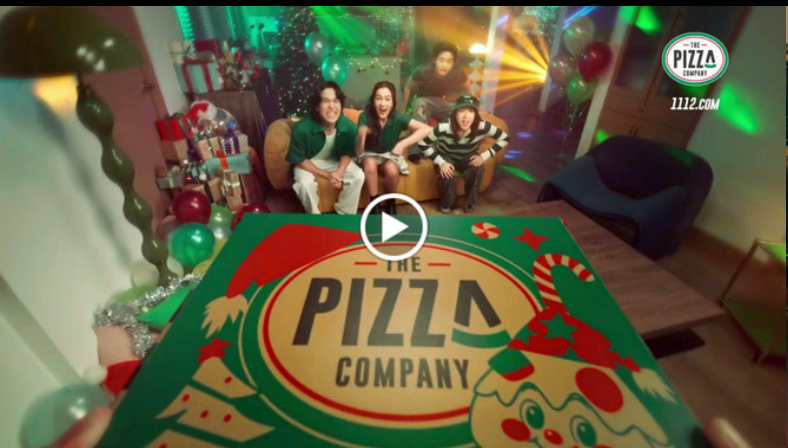
MTL FLEXI PROTECTION



MC JEANS THE LEGEND



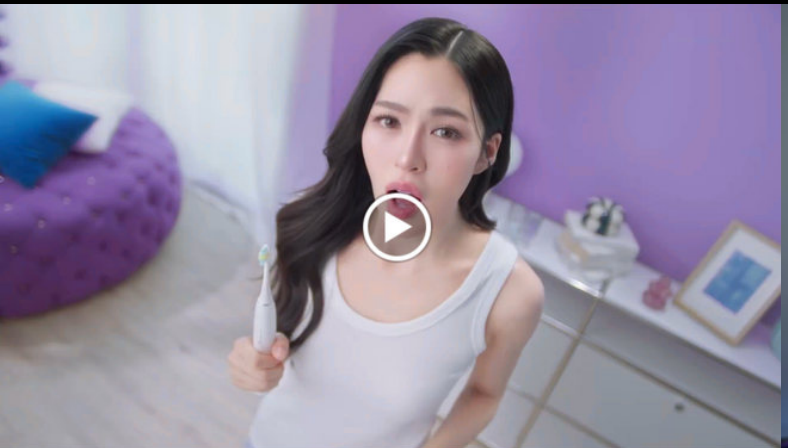
PIZZA FESTIVE



PIZZA PORK FLOSS



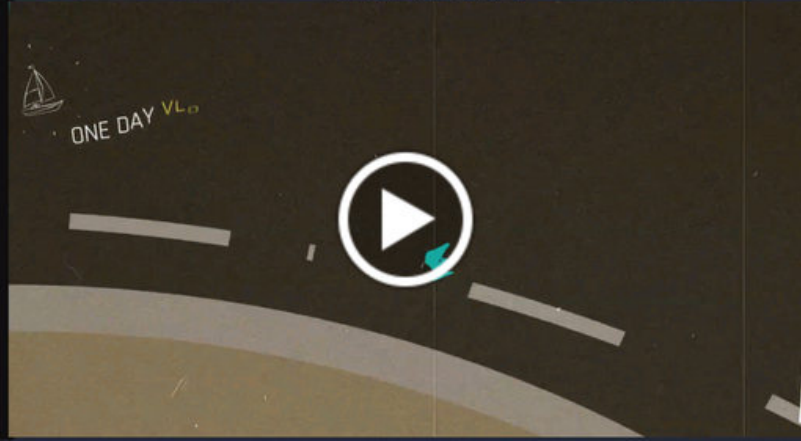
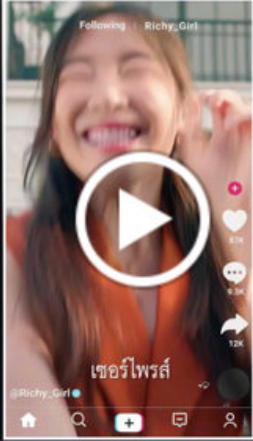
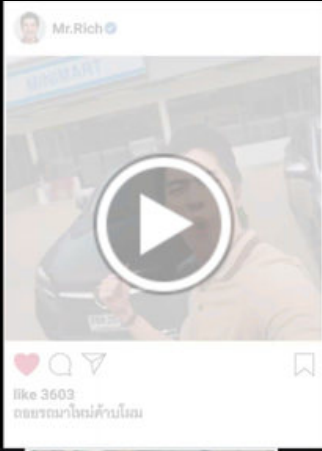
SPARKLE ULTRA



VASELINE GLUTA HYA

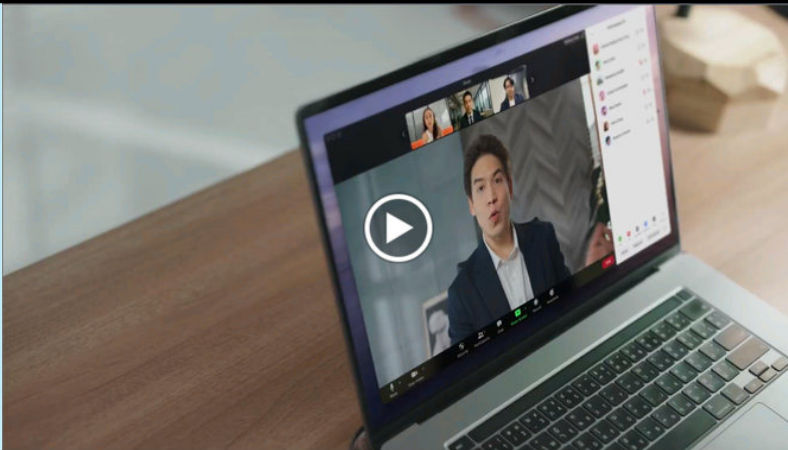


AIA FA

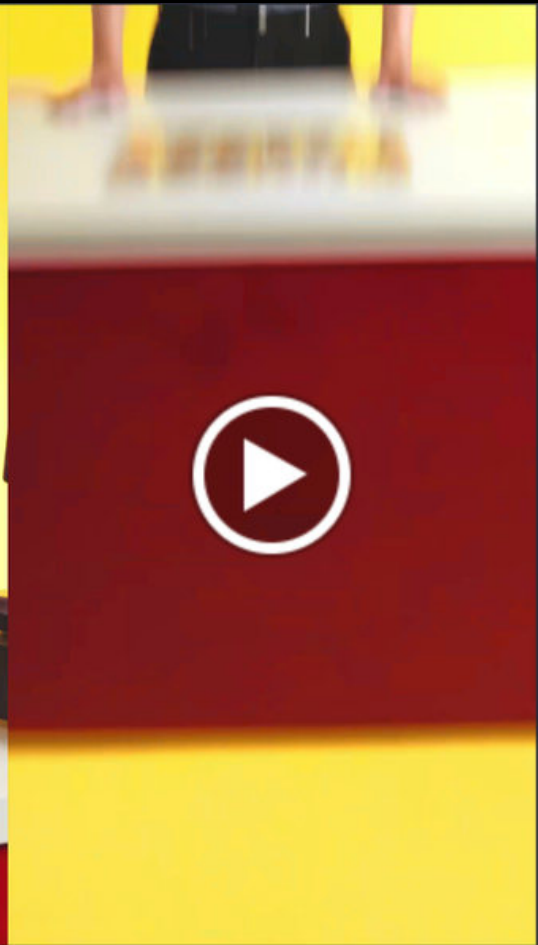


BIFESTA (RE-EDIT)

GAIN 1ST



CHESTER'S GRILL



IMPACT



DUTCH MILL PROTEN



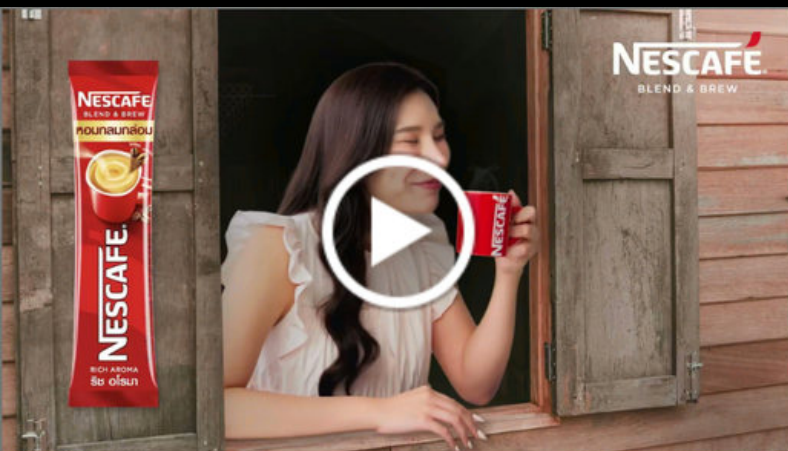
POPU



THE PIZZA CROISSANT

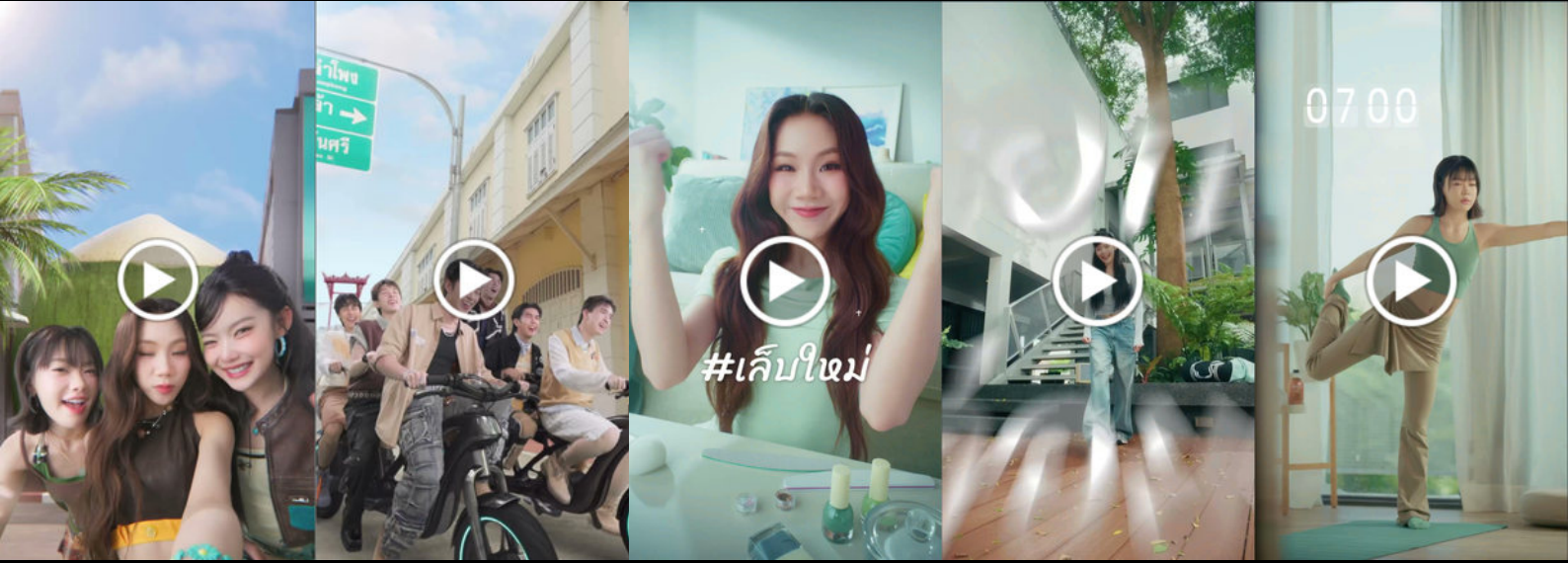


NESCAFÉ N-MIXED



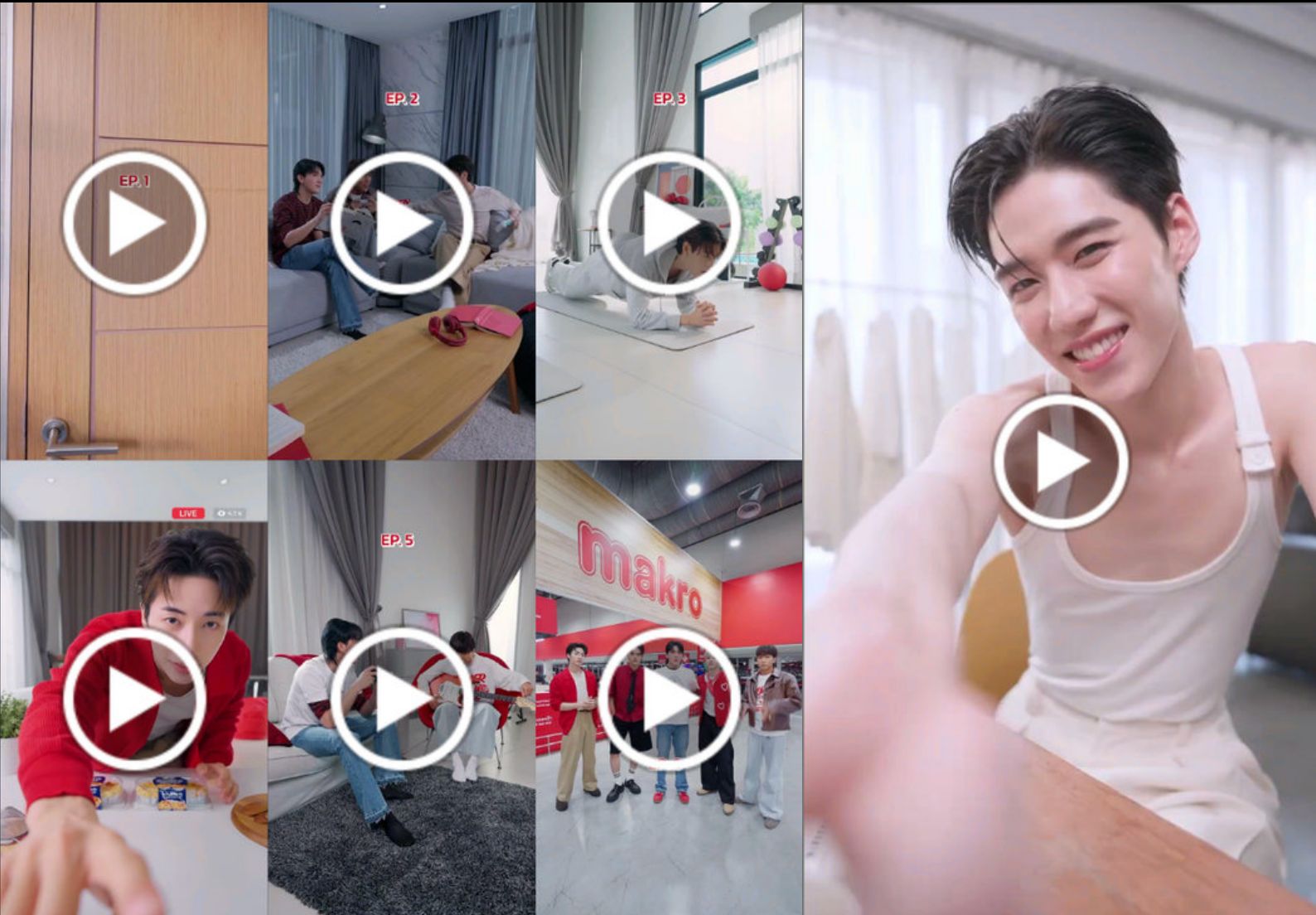
NESCAFE I KOLF CGI

NESCAFE I KOLF_CONTENT



MAKRO ARO SERIES

JOURNAL BODY OIL



DUTCH MIL



AIA PRESTIGE CLUB



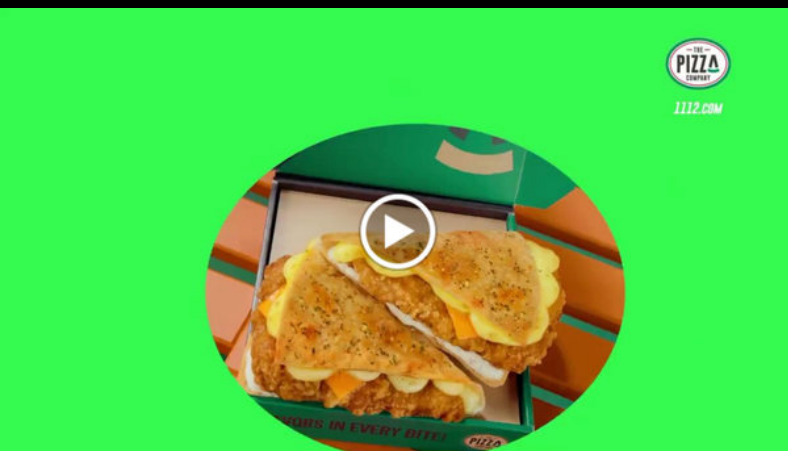
FANTA LYCHEE



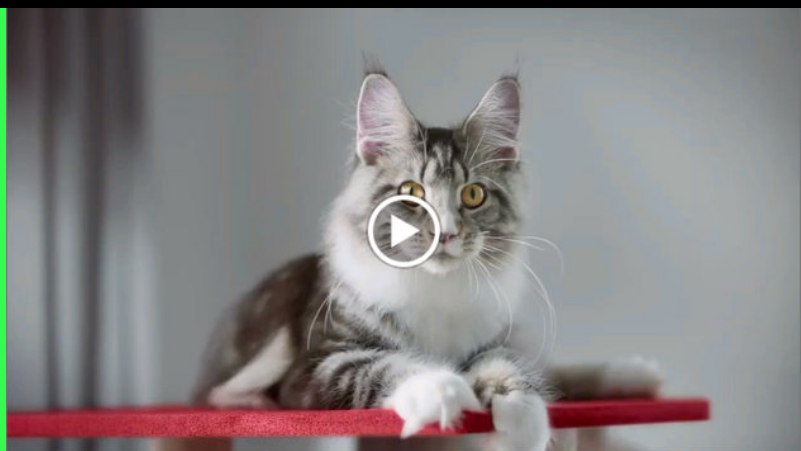
OPPO ZHUQUE



PIZZA BITE 2025



ROYAL CANIN



SPARKLE



DEVICE TRUE DTAC



FANTA



DUTCHIE PROBIOTIC

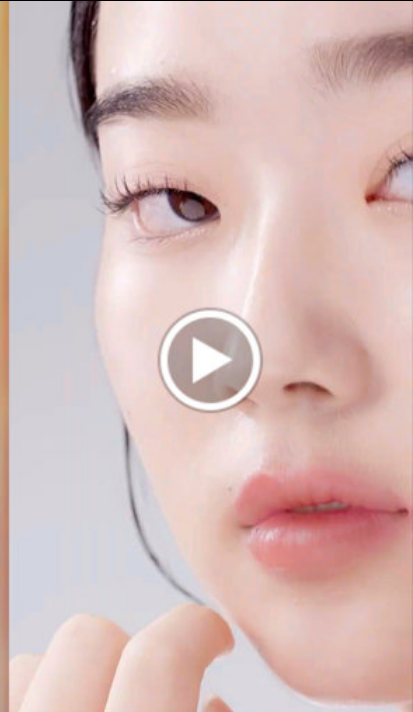


NY PIZZA



CLEAN & CLEAR

ORIENTAL PRINCESS



OPPO RENO 13 SERIES



CHUA HAH SENG COOKBOOK



Mix wheat flour, corn starch, salt, and cold water altogether.



น้ำพริกเผา ตราจิวฮะเส็ง

ต้นตำหรับน้ำพริกเผากระฉิ่งของเหล่าที่บุฉวฯ ส่งตรงถึงคุณผู้ชมด้วย ความอร่อยที่ไม่แพ้ใครอื่น

Add Chua Hah Seng Chilli Paste and Chua Hah Seng Chilli Paste Oil.



น้ำมันน้ำพริกเผา ตราจิวฮะเส็ง

เพิ่มรสความหอมขจรขจาย และเสริมสีส้มให้ดูน่าทานกว่านี้ไปละ ดิม สีส คมก่า ย่า ขวดยะเจ๊วอยู่

Add garlic, Chua Hah Seng Chilli Paste Oil and stir fry.



น้ำจิ้มลูกชิ้น ตราตะหลิวทอง

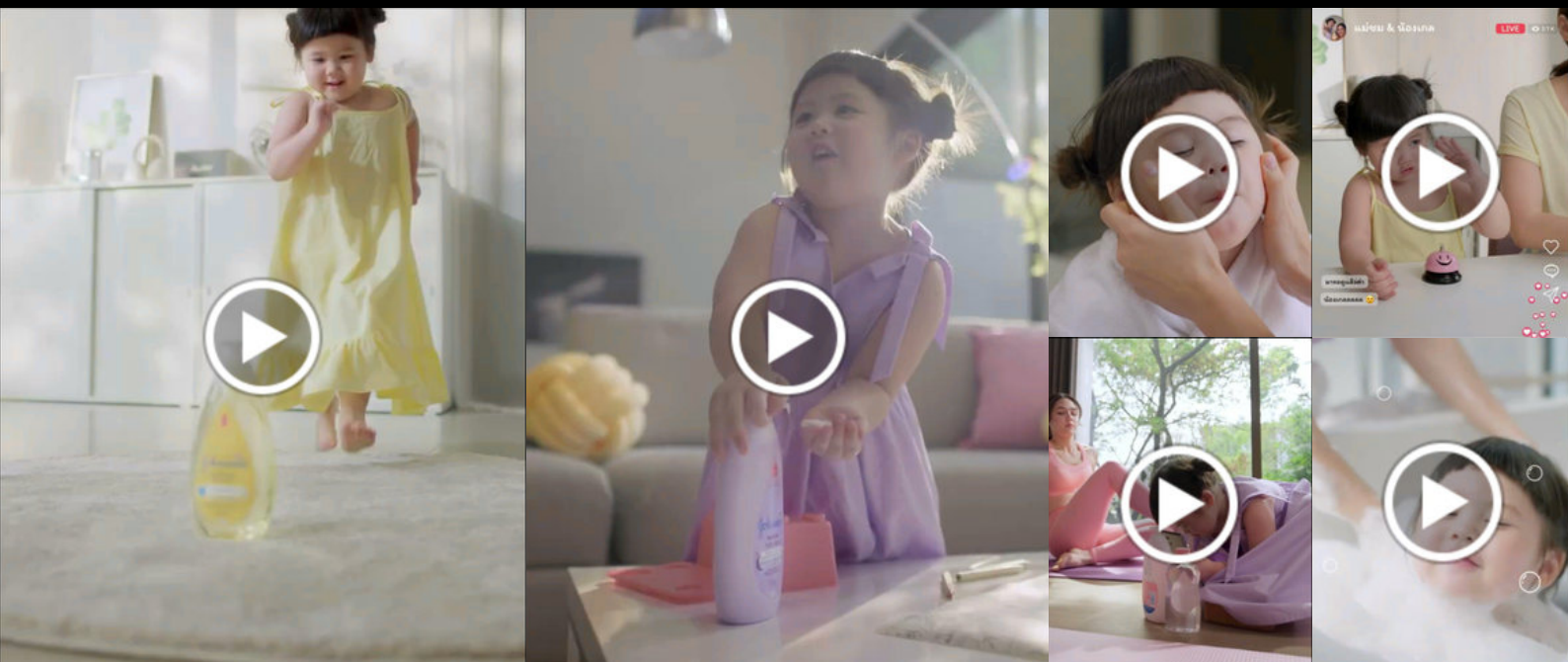
น้ำจิ้มลูกชิ้น หอม อร่อยทั้งรสรสชาติ 3 รส เปรี้ยว หวาน หอมกลิ่นพริกแกง

Serve with Ta Liew Thong Meat Ball Dipping Sauce and pickles.

VIDEO

AI RELATED WORK

JOHNSON & JOHNSON



STILL PHOTO

BEAUTY AND HAIR

KA
ผิวมัน
คุมมัน

สติกันแดด
เนื้อแบบ
คุมมัน

SF 50+
PA++++

SPF 50+
PA++++

269.-
ปกติ 359.-
ขวด 18g

สติกันแดด
บางเบา คุมมัน

พิเศษ
269.-
ปกติ 359.-
ขวด 18g

สติกันแดด
ผิวมัน
คุมมัน

KA

White Spa Whitening Active

กลิ่นหอมที่ใช่ แต่ยังไม่ชอบ ด้วย
ออฟ! ซากูระ-โลชั่น

White Spa Whitening Active

White Spa Whitening Active

บุสต์ผิวทอกลอว์!
เกินหน้า

White Spa Whitening Active

White Spa Whitening Active

บุสต์ผิว
ทอกลอว์

White Spa Whitening Active

Head & Shoulders

LOAI BÓ GÁU 100%

Head & Shoulders

Olay Super Serum x YVIS

Olay 699.-
Super Serum x YVIS (ขนาด 30ml)

Olay Super Serum x YVIS

Olay

ผิวกระชับและ
เรียบเนียนตั้งแต่วัน
แรกที่ใช้

Olay Ultra

Olay

Olay

Head & Shoulders

100%
BEBAS KETOMBE BASAH
*PERILINDUNGAN DARI GASEL

Head & Shoulders

โครครมา AstaNext+

5 วิธีรับประทาน
วันละ 1 แคปซูล

AstaNext+

Head & Shoulders

12 คนนับ
ต้องรู้

Head & Shoulders

L'ORÉAL PARIS

HYALURON PURE

L'ORÉAL PARIS

D-nee

พลังใจ
เปล่งประกาย

D-nee

D-nee

ผิวดูขาวใสขึ้น ใน 7 วัน

D-nee

Clean Clear

รักแรก กับเจลสลิมีซี
ยังไว้ก็ไม่เปลี่ยน

Clean Clear

JOURNAL

BODY OIL

Journal

SCULPTRA

แก้ไข
ปัญหา
ผิวหยาบ

SCULPTRA

SCULPTRA

แก้ไข
ปัญหา
ผิวหยาบ

SCULPTRA

SOFY

Natural Love

ร่วมลุ้นเป็น 10 Lucky fans

Sofy

BEAUTY & SKIN



BANK & INSURANCE



FOOD AND BEVERAGE

ใครๆก็อยากเป็นเหมือนเธอ!
WHOLLY NUTS

TASTE ดี
AND SIGNATURE

11:11
0% น้ำตาล

ใหม่ ซี-วิท 0% น้ำตาล
รสลิ้นจี่
หอมละมุน อร่อยพอดี

ATLAS แอดส์
ใส่คนอร์ใจ
พร้อมใจ
พร้อมใจ

ออกกำลังกายแล้ว
ต้องดูแลให้ครบ!
MEJHI HIGH PROTEIN
AGITIV
"3 พลัสฟิว" จากไมโครไบโอตา

UPGRADE YOUR FIT
กับ อาลิค
BIRMELI HIGH PROTEIN
ACTIV

ใหม่ Ivy
อร่อยกับนมโปรตีนสูง และ สดชื่นไม่เหนียวเหนียว

PAYDAY SALE
ลดสูงสุด 45%
ลดแรง!! เพียง 225.-

PAYDAY SALE
ลดสูงสุด 45%
ลดแรง!! เพียง 55.-

PAYDAY SALE
ลดสูงสุด 45%
ลดแรง!! เพียง 225.-

ซานตีกลับมาแล้ว
มาจับของขวัญอร่อยกับเรียวว

ซองกาแฟ
แจกเสื้อ สุดคิ้วัก

ซองนี้ ร้อง... ใจไม่เปลี่ยน

เจ้าหน้อย
สำหรับชม และครอบครัว

เพื่อชีทุกเวลา
อร่อยตลอดทั้งวัน

เชียร์บอลทุกเกม
ลด 100.-
ใส่โค้ด MATCHDAY

กาแฟ อมชอน
พรีเมียม
นม ธัญพืช โปรตีนสูง

เบอร์ดี 3in1
ได้ฟิวเน้นๆ ได้คุณภาพ

กาแฟ เบอร์ดี้คาเฟ่
กาแฟพรีเมียมพร้อมรสฟิว

เปิดประสบการณ์รสใหม่... ของชาจิง

ชาจิง ชาจิง
ที่กลมกลืนที่สุด

ยื่น 1 เรื่องแบบปกติ

มิกซ์สบูท
คู่สีกับ AOX

ใหม่ NESCAFÉ MIX MIX M
มิกซ์สบูทคู่สีแบบเรา

อร่อยจัด
ทำไปลอง!
ใหม่! CHIZZA
อิตาเลียน 129.-
สั่งเลย

อุ่นเป็นผู้โชคดี 25 ท่าน
ไปจับกับกิจกรรมที่งาน

ARABICA BLEND

FOOD AND BEVERAGE



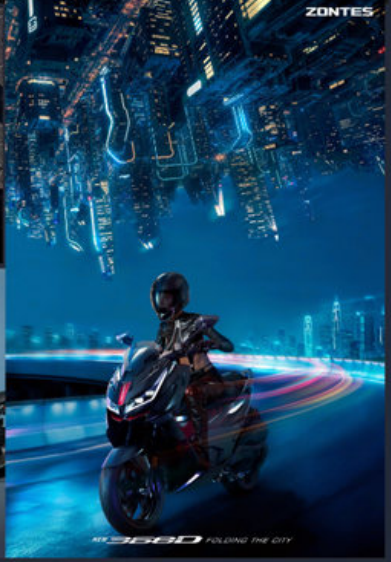
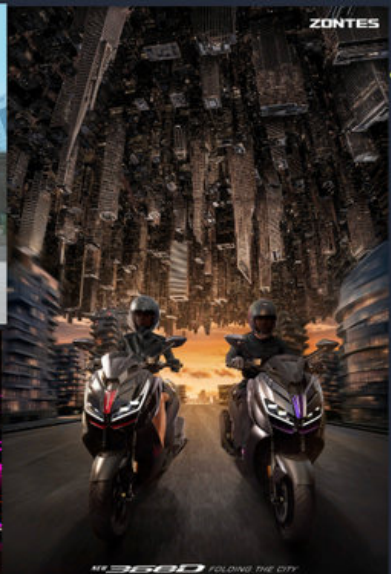
LIFESTYLE



FASHION



MOTORBIKE



OTHERS ADVERTISING



STILL PHOTO & RETOUCH

AI RELATED WORK



Zealots

CEYE



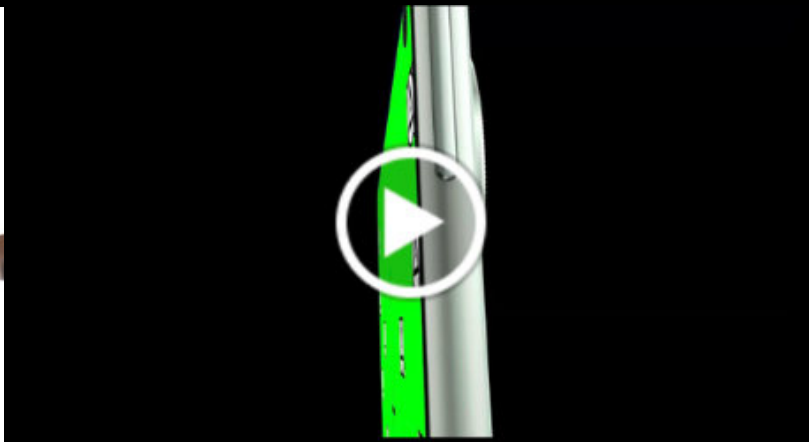
EDITING

EDITING

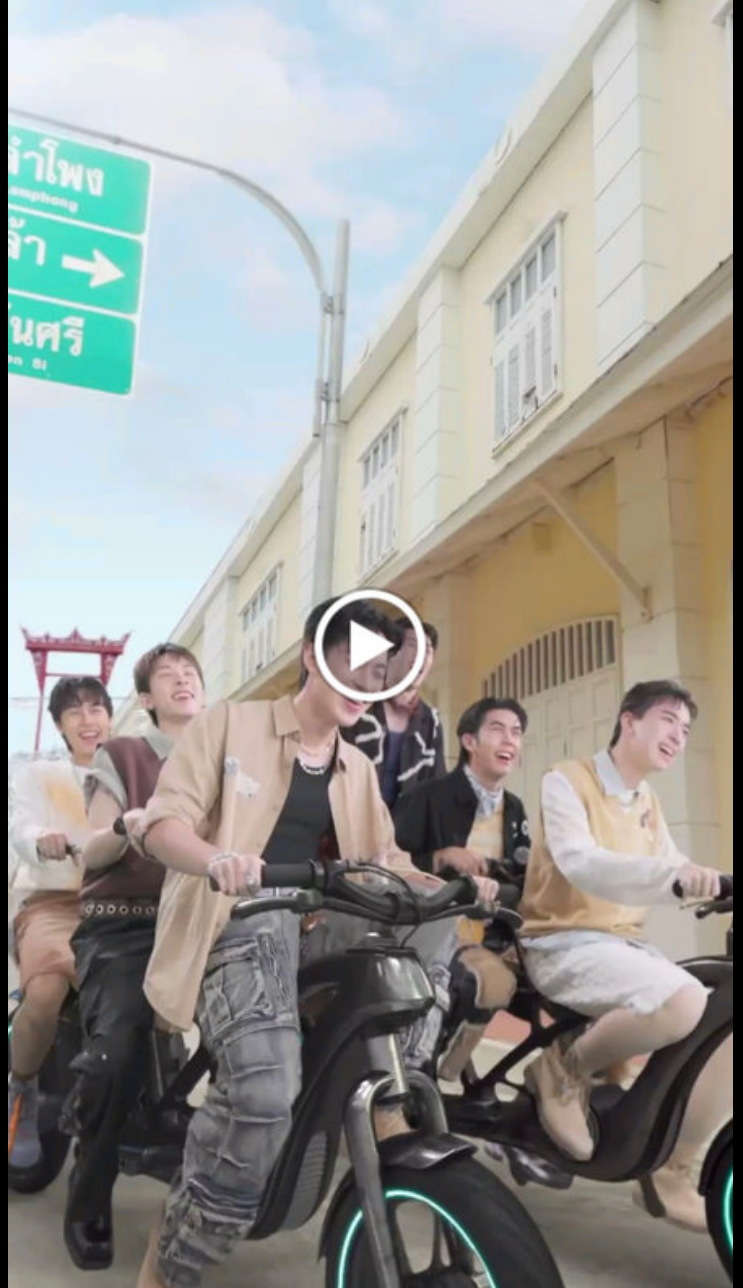
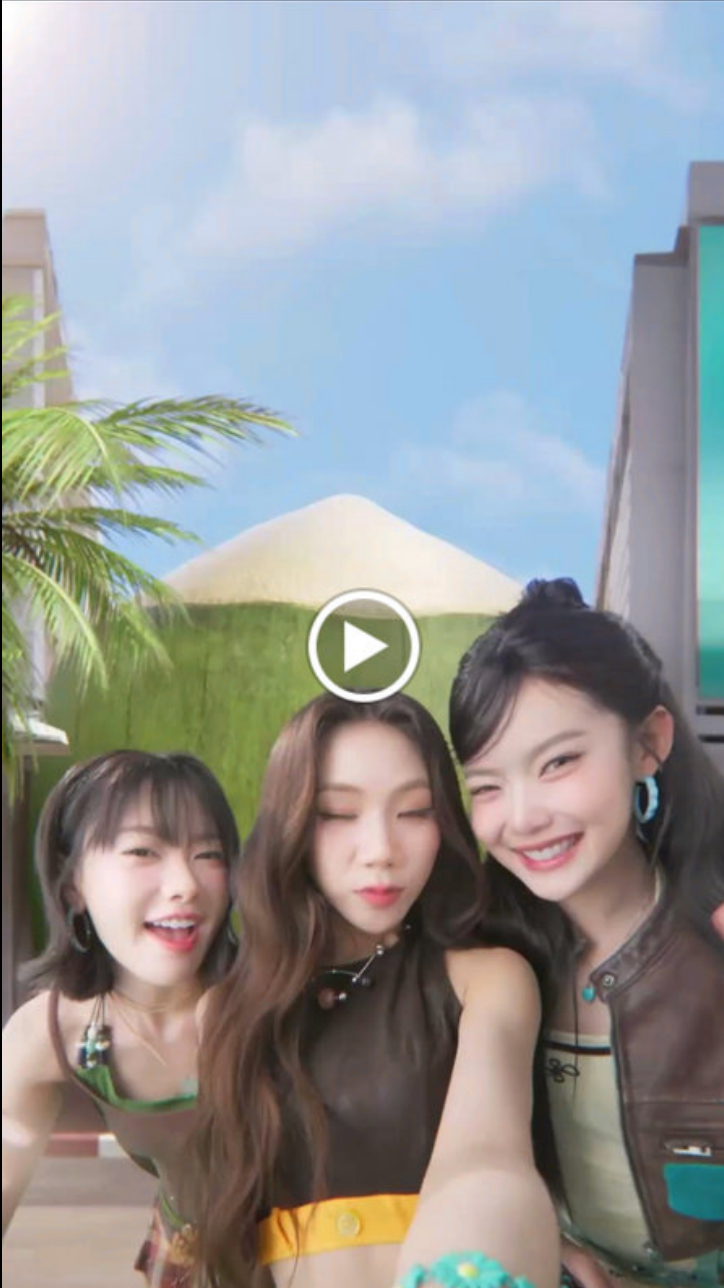


CGI & VFX

CGI



CGI



ON AIR VTR

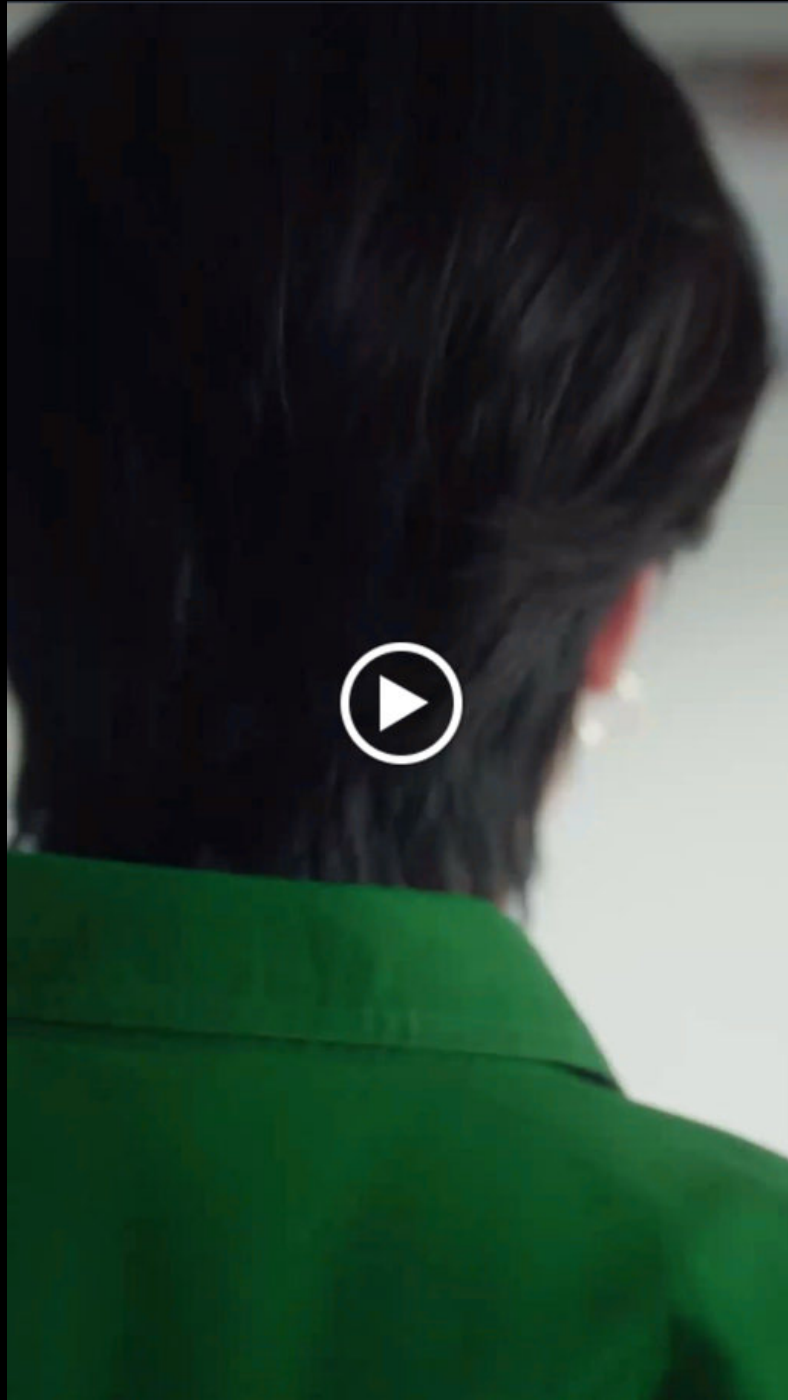
ON AIR VTR



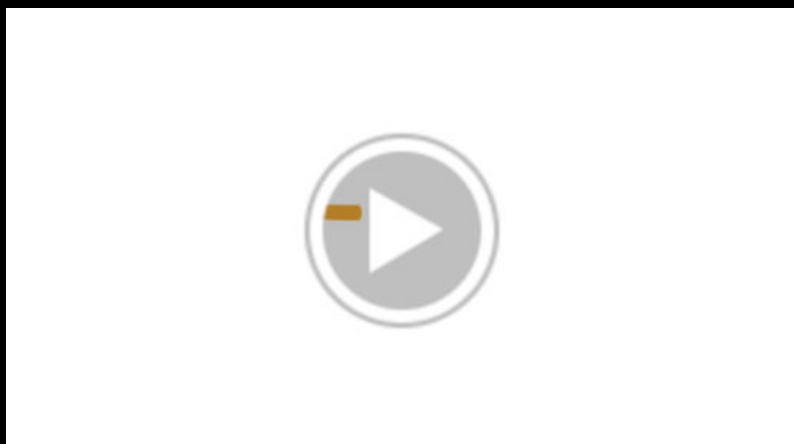
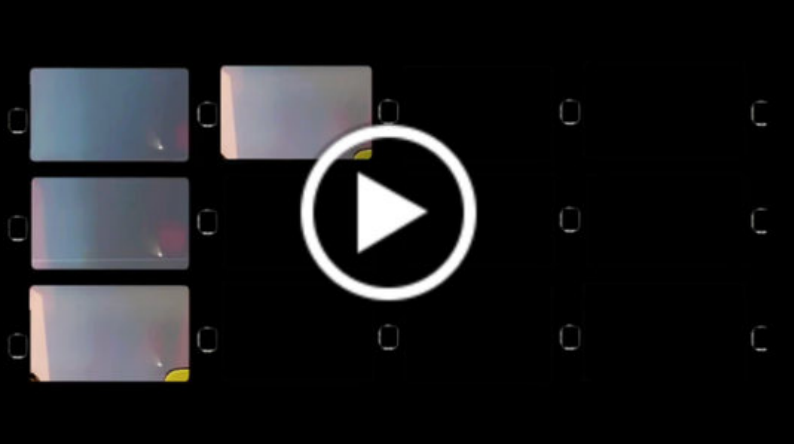
ON AIR VTR



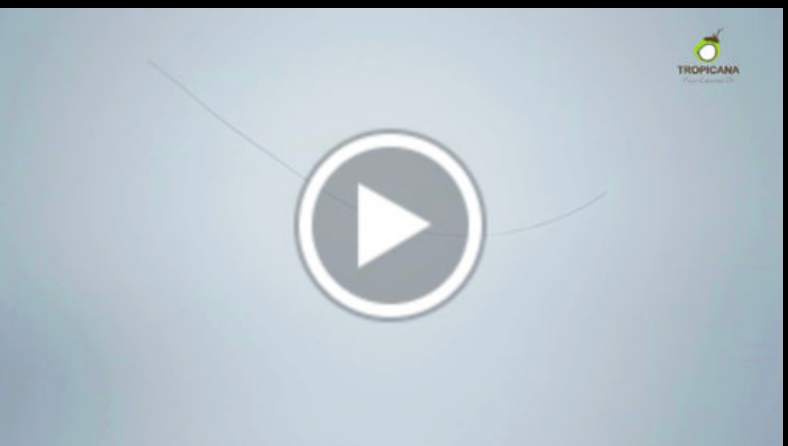
VTR ONLINE



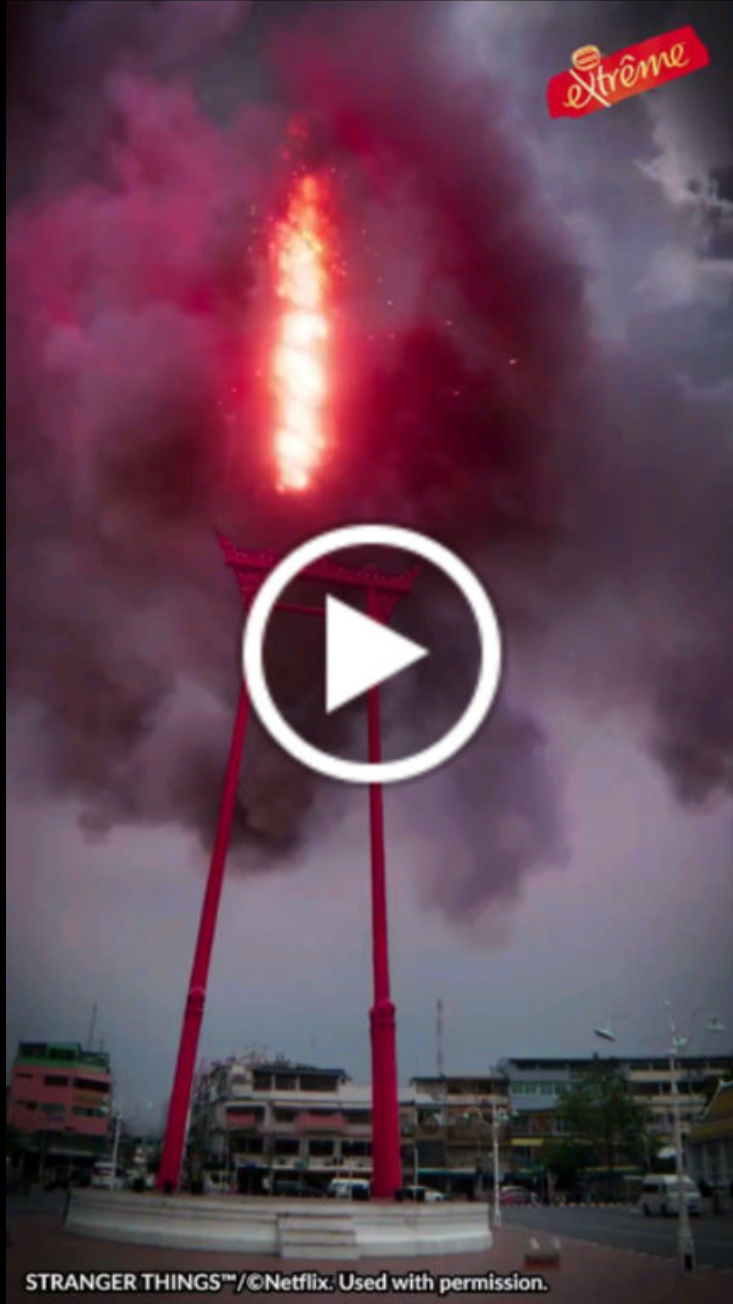
SOUND ON AIR



SOUND ON AIR



SOUND ON AIR



MOVIE PILOT: AI VIDEO



No one even wants to come.

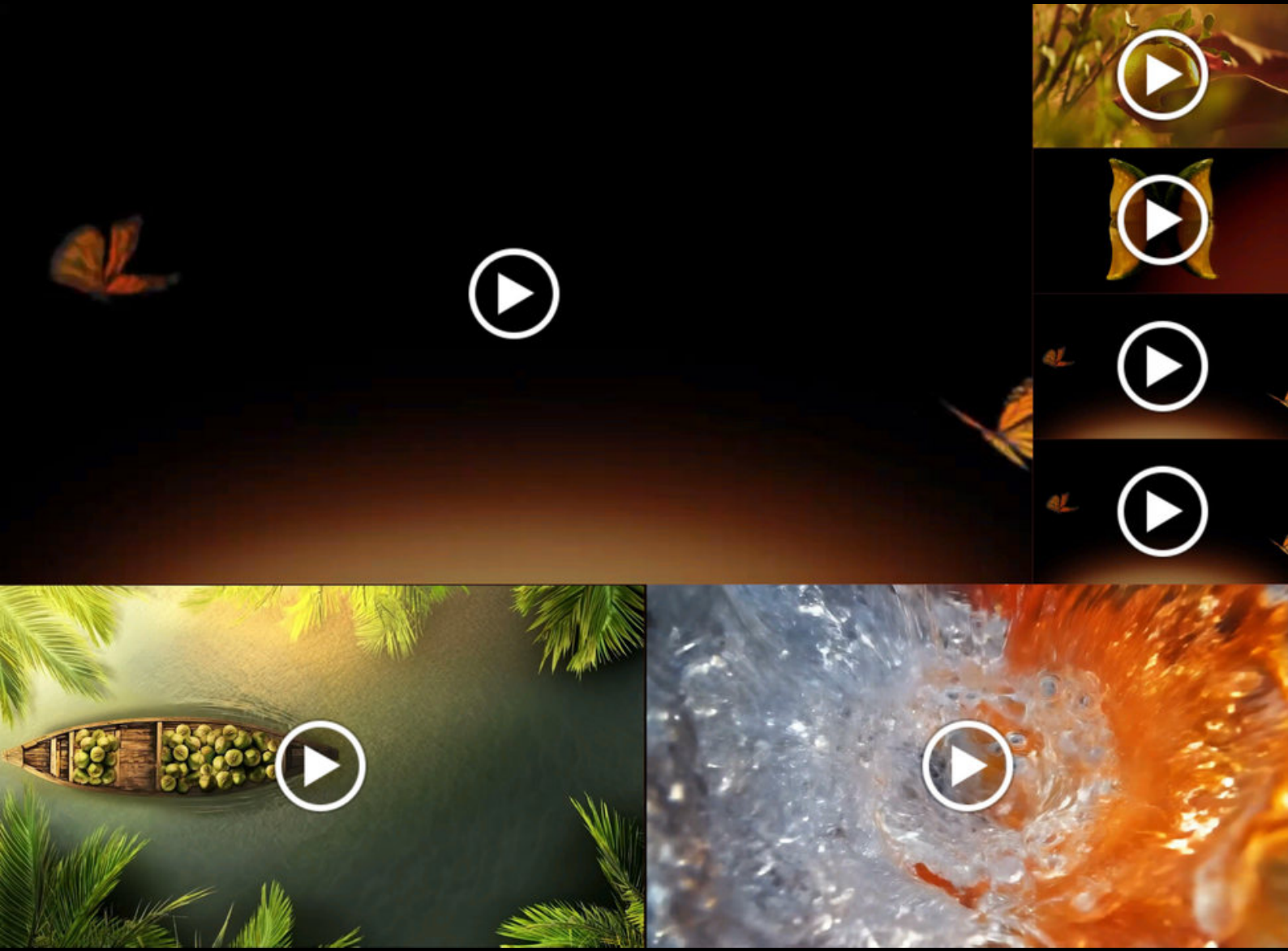
gen.aii

studio

 CEYE

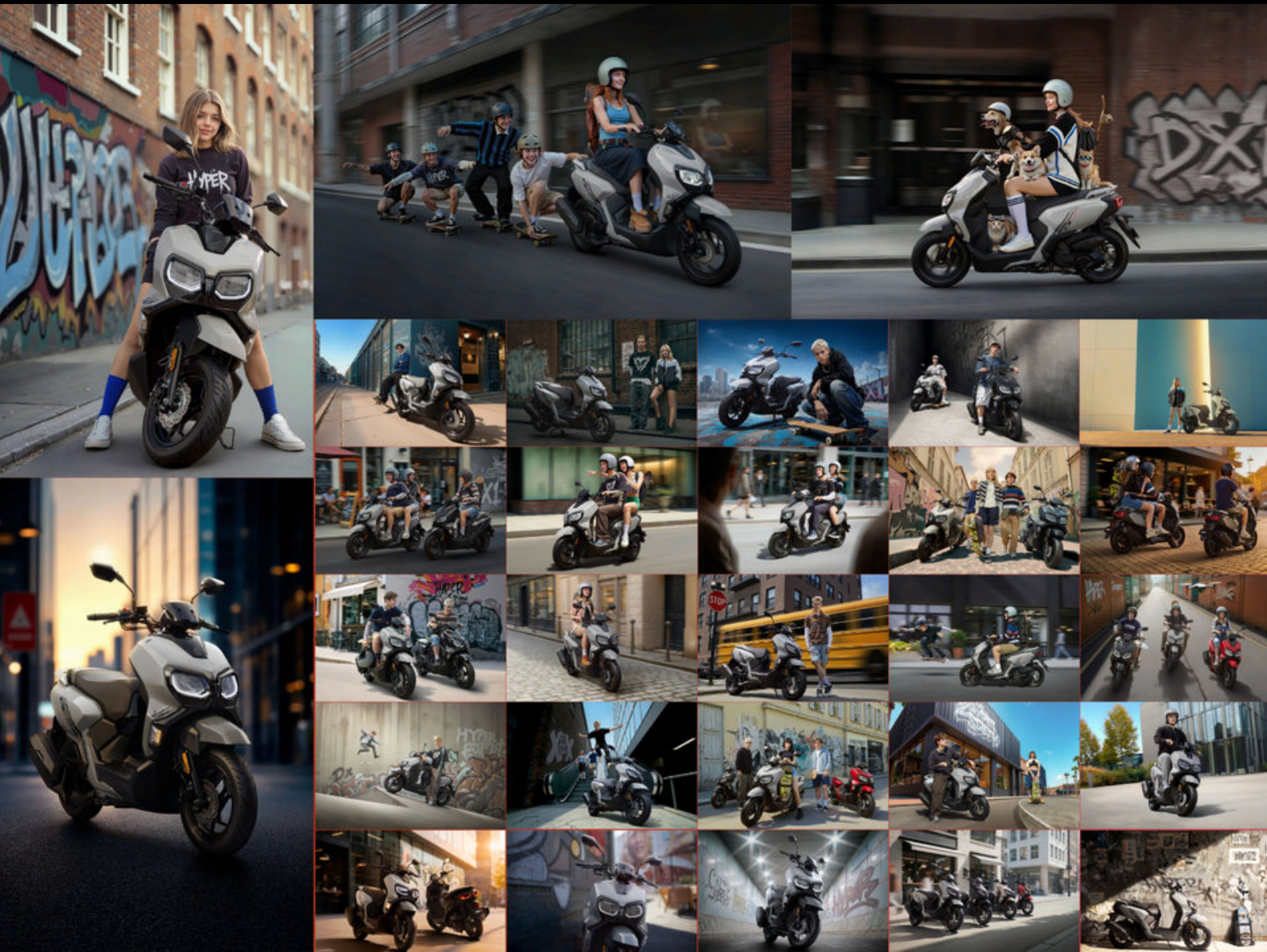


CHAMINI'S
EYE



SENORITA

COMBINING GENERATIVE AI VIDEO TO CREATE DISTINCTIVE CUSTOM SHOTS THAT HELP ENHANCE THE CREATIVITY AND STORYTELLING EXPERIENCE.



GPX

GPX (THAILAND) BLENDS AI WITH REAL-PRODUCT PRODUCTION, EXPANDING CREATIVE POSSIBILITIES TO PRESENT VEHICLES IN MULTIPLE SCENARIOS.



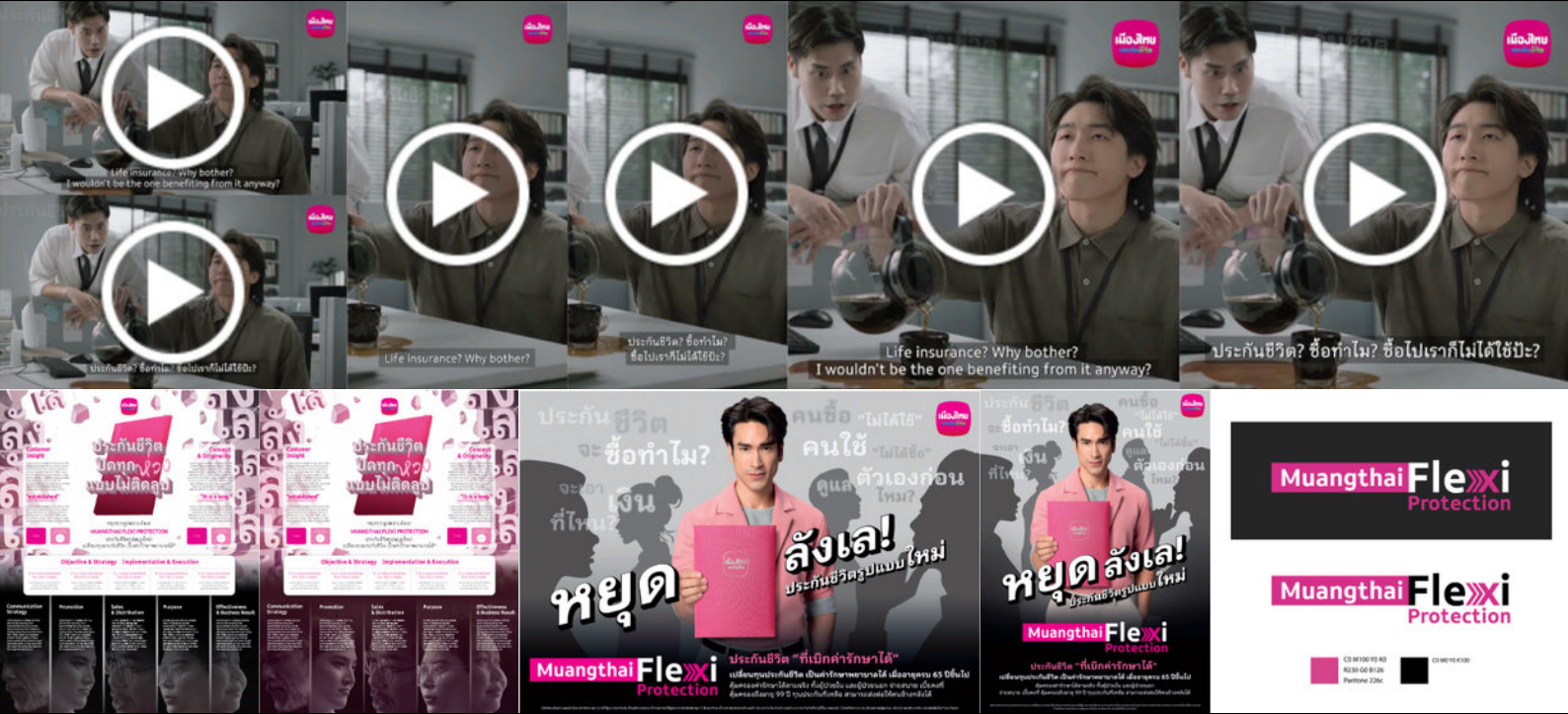
TIDE



AI GENERATED VIDEO



 C EYE
INTEGRATE



MTL FLEXI PROTECTION

KV PRODUCTION/ TVC PRODUCTION/ AI/ POST

PERCEIVED AS "PAY BUT NEVER USE," LIFE INSURANCE CREATES EMOTIONAL HESITATION. OUR HERO-LED CAMPAIGN REFRAMED FLEXI PROTECTION INTO A MODERN, VALUE-DRIVEN SOLUTION THAT DRIVES CONFIDENT ACTION.

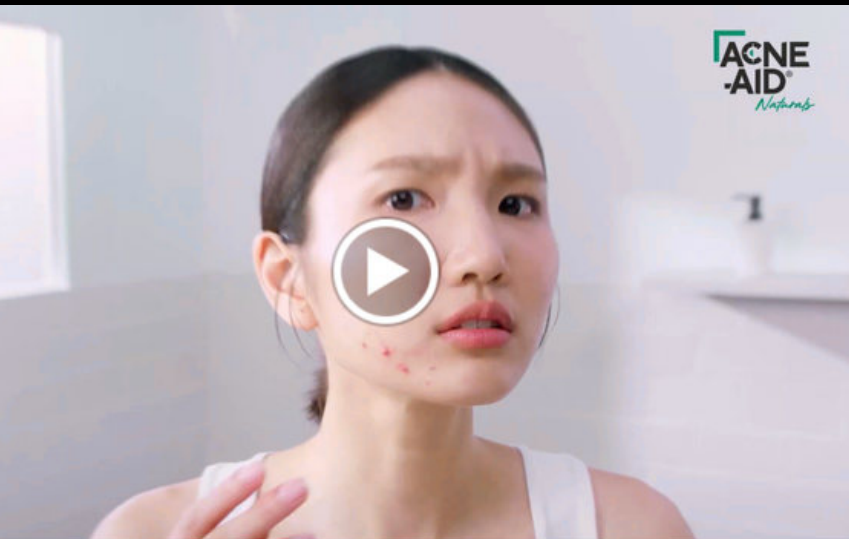


DOWNY AURORA

FULL CAMPAIGN/ IDEA/ PRODUCTION/ POST

WE CREATED A HERO TVC AND KEY VISUAL THAT CONTRAST THE HARSH, SWEATY REALITY OF EVERYDAY LIFE WITH AN IMMERSIVE NATURE-INSPIRED ESCAPE.

THE CAMPAIGN EXPRESSED FRESHNESS AS IF ESCAPING TO NATURE, HIGHLIGHTING UPGRADED PERFUME TECHNOLOGY AND UP TO 24 HOURS OFFRESHNESS, POSITIONING DOWNY PRO PERFUME AS A SUPERIOR SCENT EXPERIENCE THAT KEEPS CONSUMERS FEELING FRESH AND CONFIDENT ALL DAY.



ACNE AID

KV PRODUCTION/ TVC PRODUCTION/ AI/ POST



MAKRO

TIKTOK VIDEO

ใหม่! ©Annum

แอนมัม โกลด์

สูตรพัฒนาไปอีกขั้น **มีโคลีน 4 เท่า**



4 เท่า Choline*
มีโคลีน 4 เท่า

Omega 3,6,9

Vitamin B12 สูง

ไม่มีแลคโตส
ไม่มีเติมน้ำตาลทราย

กลิ่นอ่อนชงดี

*เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่มีโคลีน 1 เท่า

80% ของสมองลูก พัฒนาได้ตั้งแต่ในครรภ์

โคลีน คือ "หัวใจสำคัญ" ที่แม่อาจมองข้าม

โคลีน เป็นสารอาหารที่มีความสำคัญอย่างมากต่อลูกน้อย ในช่วงตั้งครรภ์ เพราะมีบทบาทในการสร้างสารสื่อประสาท ที่ช่วยส่งเสริมความจำ พัฒนาการสมอง และการเรียนรู้ของลูก

การขาดโคลีน อาจส่งผลต่อการพัฒนาสมองของลูกในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้าน "สารอาหารที่จำเป็น" สำหรับพัฒนาเป็นระยะนี้

จากงานวิจัยพบว่า การที่เด็กจากแม่ที่เสริมโคลีนระหว่างตั้งครรภ์ สามารถประมวลผลและเรียนรู้ได้เร็วกว่า ซึ่งเป็นตัวชี้วัดการทำงานของสุขภาพดี นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาประสิทธิภาพของสมองลูกอีกด้วย โคลีนมีส่วนช่วยสนับสนุนพัฒนาการของระบบประสาทที่ใช้โคลีน เช่น โกลตาไมน (ADHD) และภาวะความบกพร่องในการอ่านและเขียน

เพื่อคุณแม่และผู้เชี่ยวชาญที่ไม่สามารถงดโคลีนออกจนทำให้เพียงพอ คุณแม่จึงจำเป็นต้องได้รับ "โคลีนเสริม" จากอาหารอื่นๆ ด้วย

เพราะ ลูกสมองดี สร้างได้ ตั้งแต่ในครรภ์

ดื่ม **นมที่มีโคลีน** ทุกวัน ตั้งแต่ตั้งครรภ์ถึงให้นมบุตร

©Annum

ลูกสมองดี สร้างได้ตั้งแต่ในครรภ์



ใหม่! ©Annum

แอนมัม โกลด์

สูตรพัฒนาไปอีกขั้น **มีโคลีน 4 เท่า**



4 เท่า Choline*
มีโคลีน 4 เท่า

Omega 3,6,9

Vitamin B12 สูง

ไม่มีน้ำตาลแลคโตส
ไม่มีเติมน้ำตาลทราย

กลิ่นอ่อนชงดี

*เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่มีโคลีน 1 เท่า

80% ของสมองลูกพัฒนาได้ ตั้งแต่ในครรภ์

โคลีน คือ "หัวใจสำคัญ" ที่แม่อาจมองข้าม

โคลีน เป็นสารอาหารที่มีความสำคัญอย่างมากต่อลูกน้อยในช่วงตั้งครรภ์ เพราะมีบทบาทในการสร้างสารสื่อประสาท ที่ช่วยส่งเสริมความจำ พัฒนาการสมอง และการเรียนรู้ของลูก

การขาดโคลีน อาจส่งผลต่อการพัฒนาสมองของลูกในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้าน "สารอาหารที่จำเป็น" สำหรับพัฒนาเป็นระยะนี้

จากงานวิจัยพบว่า การที่เด็กจากแม่ที่เสริมโคลีนระหว่างตั้งครรภ์ สามารถประมวลผลและเรียนรู้ได้เร็วกว่า ซึ่งเป็นตัวชี้วัดการทำงานของสุขภาพดี นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาประสิทธิภาพของสมองลูกอีกด้วย โคลีนมีส่วนช่วยสนับสนุนพัฒนาการของระบบประสาทที่ใช้โคลีน เช่น โกลตาไมน (ADHD) และภาวะความบกพร่องในการอ่านและเขียน

เพื่อคุณแม่และผู้เชี่ยวชาญที่ไม่สามารถงดโคลีนออกจนทำให้เพียงพอ คุณแม่จึงจำเป็นต้องได้รับ "โคลีนเสริม" จากอาหารอื่นๆ ด้วย

เพราะ ลูกสมองดี สร้างได้ ตั้งแต่ในครรภ์

ดื่ม **นมที่มีโคลีน** ทุกวัน ตั้งแต่ตั้งครรภ์ถึงให้นมบุตร

©Annum

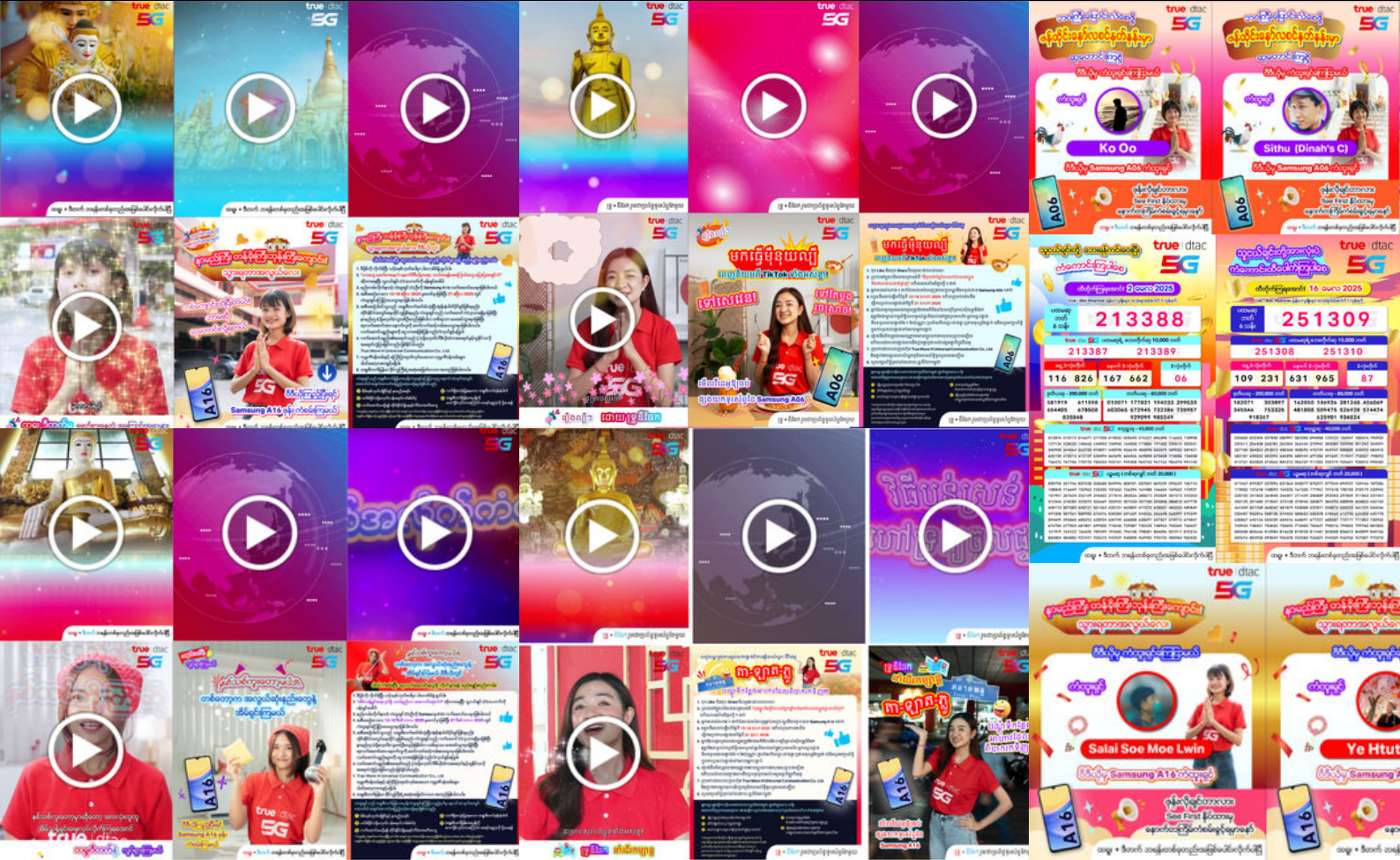
ใหม่! แอนมัม โกลด์ มีโคลีน 4 เท่า

เพื่อลูกสมองดี




ANMUM NPD

BUMPER AND KV PRODUCTION



TRUE DTAC ALWAYS-ON CONTENT

FULL SERVICES/ IDEA/ PRODUCTION/ SMM

ฉิว ฮะ เล็ง

ฉิว ฮะ เล็ง

ใหม่! น้ำพริกเผาแบบถ้วย

อร่อยได้ใจ เต็มจานไหนก็ฟิน

ฉิว ฮะ เล็ง

น้ำพริกเผา

รสเครื่อง

ฉิว ฮะ เล็ง

น้ำพริกเผา

รสเผ็ด

ฉิว ฮะ เล็ง

น้ำพริกเผา

รสเครื่อง

ฉิว ฮะ เล็ง

ถึงเครื่อง ถึงครัว

"ตัวจริงในตำนาน"

ยอดเยี่ยมอันดับ 1

น้ำพริกเผา

ฉิว ฮะ เล็ง

SINCE 1938

การันตีด้วย ยอดขายอันดับ 1

อร่อยลงตัว คู่ครัวมืออาชีพ

ฉิว ฮะ เล็ง

SINCE 1938

ฉิว ฮะ เล็ง ถึงเครื่อง ถึงครัว

"ตัวจริงในตำนาน"

น้ำพริกเผา

ฉิว ฮะ เล็ง

SINCE 1938

การันตีด้วย ยอดขายอันดับ 1

ฉิว ฮะ เล็ง

SINCE 1938

อร่อยลงตัว คู่ครัวมืออาชีพ

ฉิว ฮะ เล็ง

ใหม่! น้ำพริกเผาแบบถ้วย

อร่อยได้ใจ เต็มจานไหนก็ฟิน

ฉิว ฮะ เล็ง

น้ำพริกเผา

รสเครื่อง

ฉิว ฮะ เล็ง

น้ำพริกเผา

รสเผ็ด

ฉิว ฮะ เล็ง

น้ำพริกเผา

รสเครื่อง

CHUA HAH SENG - NAM PRIK CUP

KV PRODUCTION

CHUA HAH SENG - NO. 1 BRAND

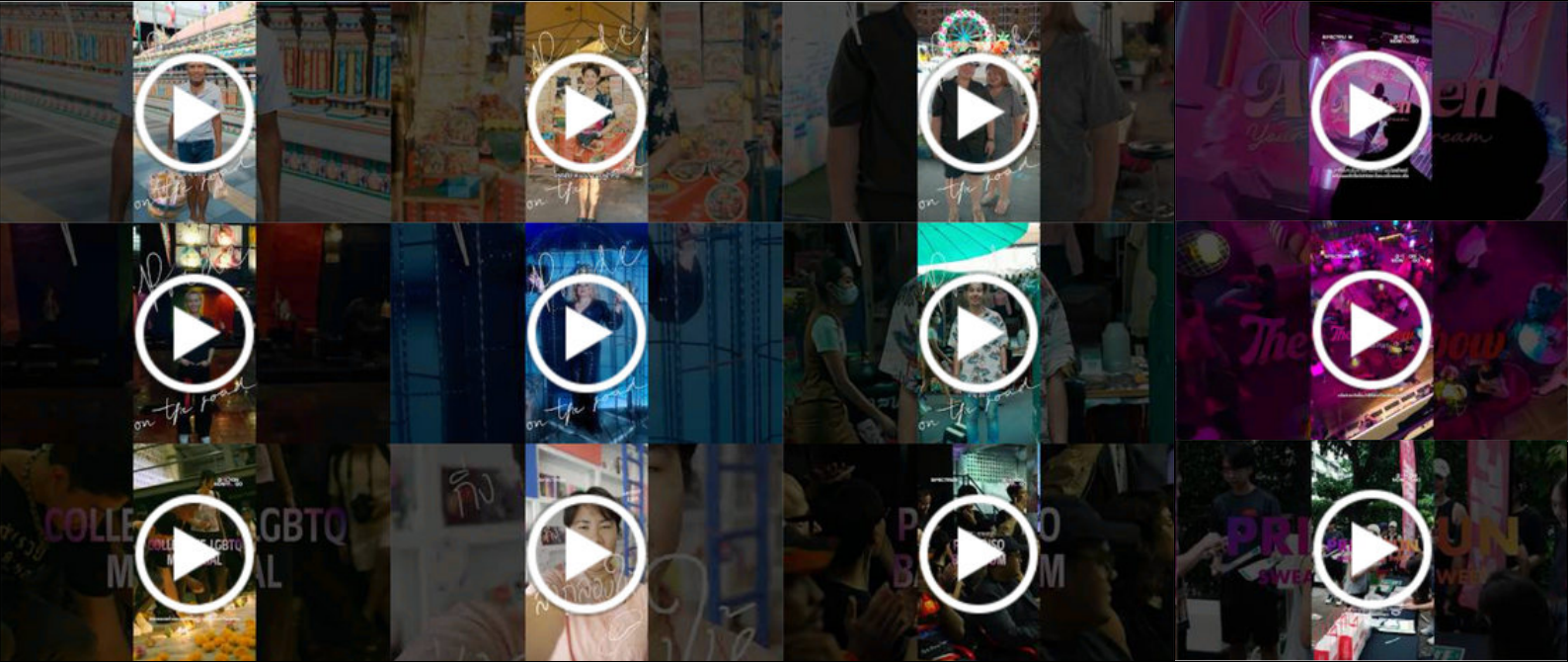
KV PRODUCTION

SPECTRUM



**ONLINE
PUBLISHER**

SOUND ON AIR



SERIES VIDEO

PRIDE ON THE ROAD/ GO ON NOW GO/ TEASER ผู้ประกอบเก



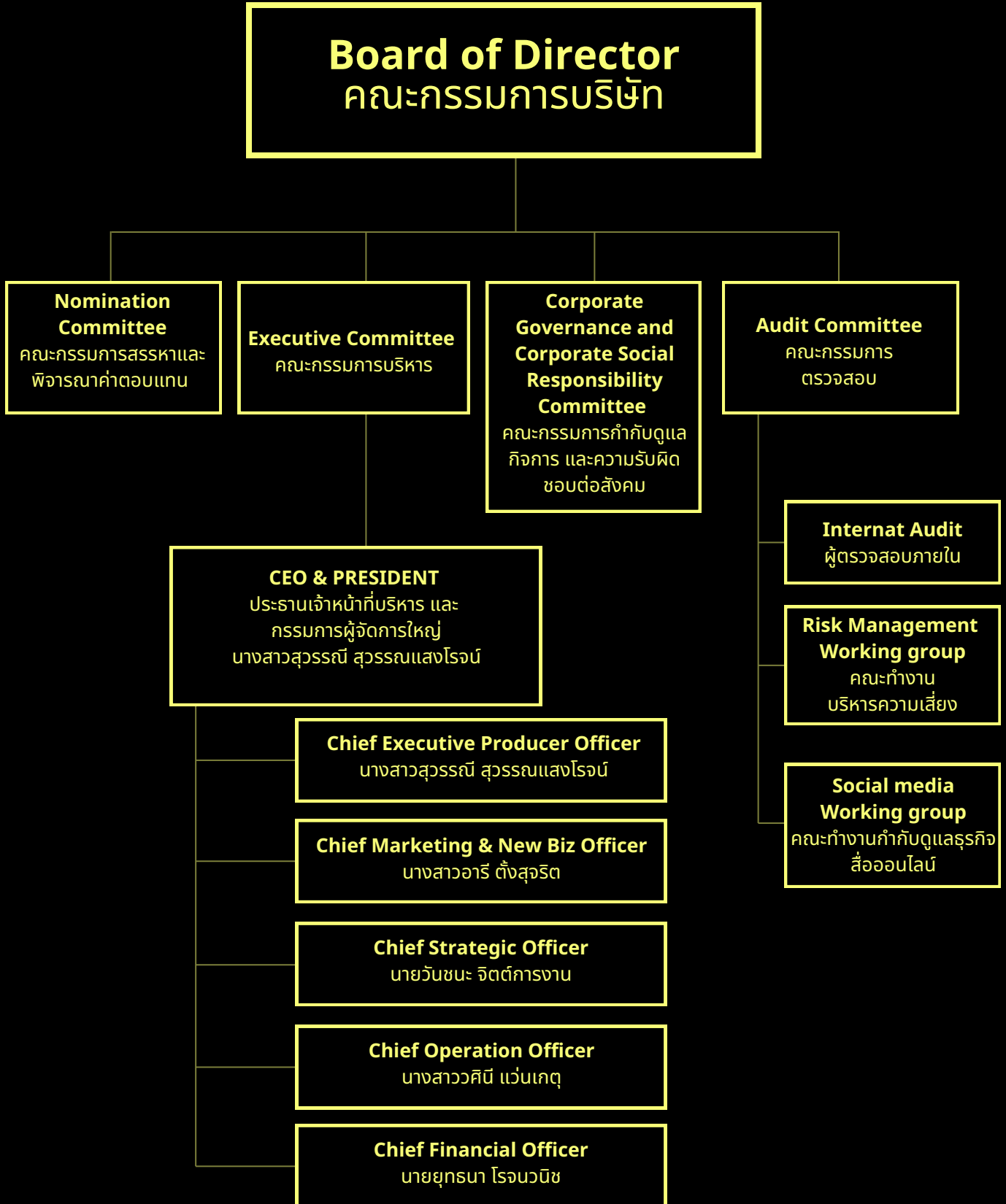
โครงการในอนาคต

OUR STRATEGY AND AREA TO GROWTH 2569-2071

การเติบโตของบริษัท มี 4 ส่วนหลักคือ

- 1. ขยายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และขยายแผนธุรกิจไปยังอุตสาหกรรมเอ็นเตอร์เทนเมนต์ (Market Expansion & Diversification)** ขยายตลาดลูกค้าต่างประเทศ ด้วยการสื่อสารตัวตนและผลงานในเชิงรุกในกลุ่มบริการโฆษณา มุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนรายได้แบบ Recurring และ กระจายความเสี่ยงจากงานโฆษณา ไปรุกตลาดธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์
- 2. Strategic Partnerships from alliances** สร้างความร่วมมือกับผู้เล่นหลักในอุตสาหกรรมเพื่อเปิดโอกาสสู่แหล่งรายได้ใหม่ ค้นหาความร่วมมือที่ช่วยเสริมศักยภาพ ขยายขอบเขตการให้บริการ
- 3. การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร (Operating Model Transformation)** เพื่อรองรับการเติบโตขององค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน บริษัทมีแผนดำเนินการ Digital Transformation โดยมุ่งเน้นการนำระบบ ERP และ AI เข้ามาเป็นโครงสร้างพื้นฐานของการบริหารจัดการ เป้าหมายคือการยกระดับองค์กรจากระบบการทำงานแบบกระจายและพึ่งพาการจัดการด้วยบุคคล ไปสู่ระบบที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล
- 4. รักษายอดขายธุรกิจโฆษณา (Maintain Advertising Business' Revenue)** มุ่งเปลี่ยนผ่านบริษัทจากรูปแบบ Creative Production และ Agency แบบดั้งเดิม ไปสู่การเป็น AI-Integrated Content & Creative Ecosystem ที่ผสานพลังความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรเข้ากับเทคโนโลยี AI และระบบการทำงานที่คล่องตัว ยืดหยุ่น และเชื่อมต่อกันทั้งกระบวนการ เพื่อสร้างความแตกต่างในการให้บริการและประสิทธิภาพการทำงาน

โครงสร้างการจัดการ



รายการระหว่างกัน

บุคคล/นิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง/ ลักษณะธุรกิจ	ลักษณะและรายละเอียด ของรายการ	ความจำเป็นและความ สมเหตุสมผลของรายการ
<p>นายธานี ทิพย์มณี -เป็นกรรมการ และผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ</p>	<p>จ้างช่างภาพในการถ่ายภาพให้แก่ลูกค้า งานระหว่างทำ</p> <p>เจ้าหนี้การค้า/ค่าใช้จ่ายค้าง จ่าย ต้นทุนบริการค่าถ่ายภาพ 47,989.69</p> <p>ผลประโยชน์พนักงานเกษียณ ค้างจ่าย 486,330.01</p>	<p>บริษัทฯ มีการจ้างช่างภาพในการถ่าย งานให้แก่ลูกค้า ซึ่งลูกค้าเป็นผู้เลือก ช่างภาพ โดยที่ราคาแต่ละงานไม่เท่า กัน ทั้งนี้ค่าจ้างถ่ายภาพเฉลี่ยต่อครั้ง ของคุณธานี ทิพย์มณี ในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 ใกล้เคียงกับอัตราค่าจ้าง เฉลี่ยต่อครั้งที่บริษัทจ้างช่างภาพท่าน อื่น เมื่อเทียบกับช่างภาพในระดับใกล้ เคียงกัน แต่อย่างไรก็ตามด้วย ลักษณะงานของช่างภาพแต่ละท่าน อาจมีลักษณะบางประการที่แตกต่าง กันจึงอาจไม่สามารถมาเทียบเคียงกัน ได้อย่างเหมาะสม รายการลักษณะดัง กล่าวอาจเกิดขึ้นอีกในอนาคต</p> <p>ความเห็นคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณา และมีความเห็นว่า รายการดังกล่าว เป็นรายการที่ปกติเนื่องจากเป็น รายการปกติในการดำเนินธุรกิจของบ ริษัทฯ และมีเงื่อนไขการค้าทั่วไป</p>



รายการระหว่างกัน

บุคคล/นิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง/ ลักษณะธุรกิจ	ลักษณะและรายละเอียด ของรายการ	ความจำเป็นและความ สมเหตุสมผลของรายการ
<p>นางสาวสุวรรณี สุวรรณแสงโรจน์ -เป็นกรรมการ และผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ</p>	<p>คำประกันการสัญญาเช่า ทางการเงิน 2,160,000.00 ต้นทุนบริการค่า Producer = 174,200 ผลประโยชน์พนักงานเกษียณ อายุ 4,976,689</p>	<p>บริษัทฯ ได้เข้าซื้อรถยนต์เพื่อนำไปใช้ เป็นยานพาหนะในการสนับสนุนการ ประกอบธุรกิจ ทั้งนี้ นางสาวสุวรรณี สุวรรณแสงโรจน์ เป็นผู้คำประกันหนี้ สินตามสัญญาเช่าทางการเงินดัง กล่าว ซึ่งการคำประกันดังกล่าวไม่มีค่า ตอบแทนใดๆ และเป็นไปตามเงื่อนไขที่ สถาบันการเงินเรียกร้อง รายการ ลักษณะดังกล่าวอาจเกิดขึ้นอีกใน อนาคต</p> <p>ความเห็นคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาและ มีความเห็นว่า รายการดังกล่าวเป็น รายการที่มีความสมเหตุสมผลและ เป็นไปเพื่อประโยชน์ในการดำเนิน ธุรกิจของบริษัทฯ เนื่องจากมีความ จำเป็นที่จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขใน การขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อ จากสถาบันการเงิน</p>





รายงานของ ผู้สอบบัญชี รับอนุญาต



ปี 2568

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ผู้ถือหุ้นบริษัท ตาซำนิ จำกัด (มหาชน)

ความเห็น

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท ตาซำนิ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) และของเฉพาะบริษัท ตาซำนิ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ตามลำดับ ประกอบด้วย งบฐานะการเงินรวมและงบฐานะการเงินเฉพาะกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 งบกำไรขาดทุนรวมและงบกำไรขาดทุนเฉพาะกิจการ งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จเฉพาะกิจการ งบเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นรวมและงบเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นเฉพาะกิจการ และงบกระแสเงินสดรวมและงบกระแสเงินสดเฉพาะกิจการสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันและหมายเหตุประกอบงบการเงิน รวมถึงข้อมูลนโยบายการบัญชีที่มีสาระสำคัญ

ข้าพเจ้าเห็นว่า งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการข้างต้น แสดงฐานะการเงินรวมและฐานะการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท ตาซำนิ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และของเฉพาะบริษัท ตาซำนิ จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ผลการดำเนินงานรวมและผลการดำเนินงานเฉพาะกิจการ และกระแสเงินสดรวมและกระแสเงินสดเฉพาะกิจการสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันโดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

เกณฑ์การแสดงความเห็น

ข้าพเจ้าปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ความรับผิดชอบของข้าพเจ้ากล่าวไว้ในวรรคความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการในรายงานของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความเป็นอิสระจากกลุ่มบริษัท ตามประมวลจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี รวมถึงมาตรฐานเรื่องความเป็นอิสระที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชี (ประมวลจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ และข้าพเจ้าปฏิบัติตามความรับผิดชอบด้านจรรยาบรรณอื่นตามประมวลจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

เรื่องสำคัญการตรวจสอบ

เรื่องสำคัญการตรวจสอบ คือ เรื่องต่าง ๆ ที่มีนัยสำคัญที่สุดตามดุลยพินิจของผู้ประกอบวิชาชีพของข้าพเจ้าในการตรวจสอบงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการสำหรับงวดปัจจุบัน ข้าพเจ้านำเรื่องเหล่านี้มาพิจารณาในบริบทของการตรวจสอบงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการโดยรวมและการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ทั้งนี้ ข้าพเจ้าไม่ได้แสดงความเห็นแยกต่างหากสำหรับเรื่องเหล่านี้

การรับรู้รายได้และต้นทุนจากการให้บริการ

กลุ่มบริษัทให้บริการผลิตภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว สื่อโฆษณาดิจิทัล ที่ปรึกษากลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายทำให้รายละเอียดการให้บริการลูกค้ามีความหลากหลายแตกต่างกัน บริษัทต้องจัดเก็บข้อมูลรายได้และต้นทุนการให้บริการแต่ละงานซึ่งมีลักษณะเป็นเอกเทศ เพื่อรับรู้รายได้เมื่อส่งมอบงานบริการหรือตลอดช่วงเวลาตามภาระที่ต้องปฏิบัติตามขั้นความสำเร็จของงานบริการ

รายได้และต้นทุนการให้บริการเป็นรายการบัญชีที่มีมูลค่าสูงเป็นนัยสำคัญ ทั้งนี้ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 รายได้และต้นทุนการให้บริการแสดงมูลค่าตามบัญชี จำนวนเงิน 439 ล้านบาท และจำนวนเงิน 349 ล้านบาท ตามลำดับ ในงบการเงินรวม

ข้าพเจ้าเห็นว่ารายการบัญชีรายได้และต้นทุนการให้บริการเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบเนื่องจากเป็นรายการบัญชีที่มีมูลค่าสูงเป็นสาระสำคัญต่องบการเงิน

วิธีการตรวจสอบ

วิธีการตรวจสอบรายได้และต้นทุนจากการให้บริการผลิตภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว สื่อโฆษณาดิจิทัล ที่ปรึกษากลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดนอกจากการสอบถามเพื่อทำความเข้าใจ ยังรวมถึงการสุ่มทดสอบ ดังนี้

- ประเมินประสิทธิภาพและทดสอบระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับวงจรรายได้และต้นทุนบริการ และขั้นตอนการจัดทำประมาณการต้นทุนและต้นทุนเกิดขึ้นจริง
 - ประเมินความสมเหตุสมผลและทดสอบประมาณการต้นทุนและขั้นความสำเร็จของงานบริการ รวมทั้งทดสอบการเปลี่ยนแปลงของประมาณการต้นทุน
- ตรวจตัดยอดรายได้และต้นทุนกับเอกสารประกอบการบันทึกรายได้และต้นทุนช่วงใกล้วันสิ้นงวดบัญชีและหลังวันสิ้นงวดบัญชี

ปี 2568

ข้อมูลอื่นๆ

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ประกอบด้วย ข้อมูลรวมอยู่ในรายงานประจำปี แต่ไม่รวมถึงงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการและรายงานของผู้สอบบัญชีแสดงในรายงานประจำปี ซึ่งคาดว่ารายงานประจำปีจะถูกจัดเตรียมให้ข้าพเจ้าภายหลังวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชี
ความเห็นของข้าพเจ้าต่องบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลอื่น

ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการตรวจสอบงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ คือ การอ่านและพิจารณาว่าข้อมูลอื่นมีความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการหรือกับความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้า หรือปรากฏว่าข้อมูลอื่นแสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ เมื่อข้าพเจ้าอ่านรายงานประจำปี หากข้าพเจ้าสรุปว่าแสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องสื่อสารเรื่องดังกล่าวกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลเพื่อดำเนินการแก้ไขข้อมูลแสดงขัดต่อข้อเท็จจริง

ความรับผิดชอบของผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลต่องบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ

ผู้บริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและนำเสนองบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการปราศจากการแสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

การจัดทำงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ ผู้บริหารรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของกลุ่มบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่อง เปิดเผยเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินงานต่อเนื่องและการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่อง เว้นแต่ผู้บริหารมีความตั้งใจจะเลิกกลุ่มบริษัทหรือหยุดดำเนินงานหรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องต่อไปได้ ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลมีหน้าที่ในการกำกับดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของกลุ่มบริษัท

ปี 2568

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และเสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วย ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลคือความเชื่อมั่นในระดับสูงแต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีจะสามารถตรวจพบข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และถือว่ามีสาระสำคัญเมื่อคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผลว่ารายการขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการหรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการจากการใช้งบการเงินเหล่านี้

การตรวจสอบของข้าพเจ้าตามมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าได้ใช้ดุลยพินิจและการสังเกตและสงสัยเกี่ยวกับผู้ประกอบวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ การปฏิบัติงานของข้าพเจ้ารวมถึง

- ระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติตามตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีเพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงไม่พบข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงเกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิด การปลอมแปลงเอกสารหลักฐาน การตั้งใจละเว้นการแสดงผล การแสดงผลไม่ตรงตามข้อเท็จจริงหรือการแทรกแซงการควบคุมภายใน
- ทำความเข้าใจในระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบเหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของกลุ่มบริษัท
- ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งจัดทำขึ้นโดยผู้บริหาร
- สรุปลักษณะความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องของผู้บริหารและจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับ สรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของกลุ่มบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ ถ้าข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องกล่าวไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า โดยให้ข้อสังเกตถึงการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการที่เกี่ยวข้องหรือถ้าการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวไม่เพียงพอความเห็นของข้าพเจ้าจะเปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้กลุ่มบริษัทต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่อง
- ประเมินการนำเสนอโครงสร้างและเนื้อหาของงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลว่างบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงรายการและเหตุการณ์ในรูปแบบทำให้นำเสนอข้อมูลโดยถูกต้องตามที่ควร
- รวบรวมหลักฐานการสอบบัญชีเหมาะสมอย่างเพียงพอเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงินของกิจการภายในกลุ่มหรือกิจกรรมทางธุรกิจภายในกลุ่มบริษัทเพื่อแสดงความเห็นต่องบการเงินรวม ข้าพเจ้ารับผิดชอบต่อการกำหนดแนวทางการควบคุมดูแลและการปฏิบัติงานตรวจสอบกลุ่มบริษัท ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวต่อความเห็นของข้าพเจ้า

ปี 2568

ข้าพเจ้าสื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลในเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญ ซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามวางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญพบจากการตรวจสอบรวมถึงข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายใน หากข้าพเจ้าพบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าให้คำรับรองแก่ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลแล้วข้าพเจ้าปฏิบัติตามข้อกำหนดจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอิสระ และสื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทั้งหมดตลอดจนเรื่องอื่น ซึ่งข้าพเจ้าเชื่อว่ามีเหตุผลที่บุคคลภายนอกอาจพิจารณาว่ากระทบต่อความเป็นอิสระและดำเนินการเพื่อขจัดอุปสรรคหรือมาตรการป้องกันของข้าพเจ้า

เรื่องสื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล ข้าพเจ้าพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ที่มีนัยสำคัญมากที่สุดในการตรวจสอบงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการในงวดปัจจุบันและกำหนดเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ข้าพเจ้าอธิบายเรื่องเหล่านี้ในรายงานของผู้สอบบัญชี เว้นแต่กฎหมายหรือข้อบังคับไม่ให้เปิดเผยต่อสาธารณะเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว หรือในสถานการณ์ยากจะเกิดขึ้น ข้าพเจ้าพิจารณาว่าไม่ควรสื่อสารเรื่องดังกล่าวในรายงานของข้าพเจ้าเพราะการกระทำดังกล่าวสามารถคาดการณ์อย่างสมเหตุสมผลว่าจะมีผลกระทบในทางลบมากกว่าผลประโยชน์ต่อส่วนได้เสียสาธารณะจากการสื่อสารดังกล่าว

(นายบรรจง พิษณุประสารณ์)

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 7147

บริษัท สยาม ทูร์ สอบบัญชี จำกัด

กรุงเทพมหานคร

วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2569



งบการเงิน และหมายเหตุประกอบ งบการเงิน

บริษัท ตาซามิ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบฐานะการเงิน
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568
บาท

	หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
		2568	2567	2568	2567
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5	31,466,758	32,590,631	30,336,361	27,230,627
เงินลงทุนระยะสั้น	6	106,275,415	131,316,024	106,275,415	131,316,024
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	7	59,257,986	74,577,021	58,701,762	74,603,771
รายได้ค้างรับ	8	26,918,350	29,164,600	26,918,350	29,164,600
เงินให้กู้ยืมส่วนที่ถึงกำหนดรับชำระภายในหนึ่งปี	4	-	-	4,182,250	3,957,950
สินค้าคงเหลือ		235,166	424,395	235,166	424,395
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น		3,779,948	4,334,948	3,582,832	4,198,601
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		227,933,623	272,407,619	230,232,136	270,895,968
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
เงินลงทุนในบริษัทย่อย	9	-	-	99,041,150	103,475,838
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	10	12,946,425	16,899,238	11,935,396	16,937,896
เงินให้กู้ยืมระยะยาวแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	4	-	2,600,000	8,906,975	15,689,225
เงินลงทุนระยะยาว	11	16,290,000	-	16,290,000	-
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน		347,001	429,032	347,001	429,032
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	12	352,146,050	330,037,704	253,881,052	225,917,647
สินทรัพย์สิทธิการใช้	13	23,792,467	25,977,304	4,201,085	5,233,487
ค่าความนิยม	15	89,396,250	89,396,250	89,396,250	89,396,250
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	14	21,909,040	38,445,917	21,909,039	38,445,916
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น		4,559,379	3,097,612	3,608,956	1,852,580
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		521,386,612	506,883,057	509,516,904	497,377,871
รวมสินทรัพย์		749,320,235	779,290,676	739,749,040	768,273,839

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น
หนี้สินหมุนเวียน

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	17	29,814,413	26,883,619	29,167,848	26,287,578
หนี้สินส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	18	18,340,561	10,285,442	18,340,561	10,285,442
หนี้สินตามสัญญาเช่าส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	13	2,278,748	4,450,005	2,072,162	4,255,416
เงินรับล่วงหน้า	7	5,535,834	6,637,441	5,535,834	6,637,441
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	19	7,184,474	9,803,878	6,663,997	9,764,618

รวมหนี้สินหมุนเวียน

63,154,030	58,060,385	61,780,402	57,230,495
-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

หนี้สินไม่หมุนเวียน

เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	18	-	18,345,097	-	18,345,097
หนี้สินตามสัญญาเช่า	13	17,800,554	17,348,944	3,887,106	3,228,991
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	30	1,911,343	2,485,630	3,226,434	3,750,912
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน	20	28,308,034	27,376,610	28,308,034	27,376,610

รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน

48,019,931	65,556,281	35,421,574	52,701,610
-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

รวมหนี้สิน

111,173,961	123,616,666	97,201,976	109,932,105
--------------------	--------------------	-------------------	--------------------

ส่วนของผู้ถือหุ้น
ทุนเรือนหุ้น

หุ้นสามัญ	23	144,980,039	144,980,039	144,980,039	144,980,039
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	27	378,714,558	378,714,558	378,714,558	378,714,558

กำไรสะสม
จัดสรรแล้ว

สำรองตามกฎหมาย	26	14,964,870	14,964,870	14,964,870	14,964,870
ยังไม่ได้จัดสรร	21, 25	59,066,567	76,344,743	63,467,357	79,012,467

องค์ประกอบอื่นส่วนของผู้ถือหุ้น

40,420,240	40,669,800	40,420,240	40,669,800
------------	------------	------------	------------

รวมส่วนของผู้ถือหุ้น

638,146,274	655,674,010	642,547,064	658,341,734
--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

749,320,235	779,290,676	739,749,040	768,273,839
--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

บริษัท ตาชามิ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568
บาท

	หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
		2568	2567	2568	2567
รายได้จากการบริการ	21	438,561,025	414,219,493	428,638,691	403,467,939
ต้นทุนบริการ	28, 29	(348,622,598)	(316,350,057)	(338,417,731)	(306,829,452)
กำไรขั้นต้น		89,938,427	97,869,436	90,220,960	96,638,487
รายได้อื่น	21	1,134,766	181,110	1,354,489	481,110
ค่าใช้จ่ายในการขาย	28, 29	(1,571,236)	(1,931,840)	(1,571,236)	(1,931,842)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	28, 29	(56,701,479)	(59,165,747)	(55,617,374)	(57,589,056)
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน		32,800,478	36,952,959	34,386,839	37,598,699
รายได้ทางการเงิน		198,737	111,945	1,037,764	1,180,363
กำไรจากบริษัทย่อยเลิกกิจการ		-	-	550,016	-
กำไรจากการขายและปรับมูลค่าเงินลงทุน	6	1,959,391	3,159,940	1,959,391	3,159,940
กำไร(ขาดทุน)จากการขายและตัดจำหน่ายสินทรัพย์		(12,708,895)	1,069,547	(12,708,895)	1,069,547
ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	4, 7, 8	(3,441,430)	(248,404)	(3,441,430)	(248,404)
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	10	(1,269,694)	(38,658)	-	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าสินทรัพย์	9, 10, 15	(3,643,714)	(6,489,458)	(6,959,597)	(6,488,271)
ต้นทุนทางการเงิน		(2,514,002)	(2,937,571)	(1,660,342)	(2,072,687)
กำไรก่อนภาษีเงินได้		11,380,871	31,580,300	13,163,746	34,199,187
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	30	(7,161,660)	(9,074,212)	(7,211,469)	(7,588,654)
กำไรสำหรับปี		4,219,211	22,506,088	5,952,277	26,610,533
กำไรเบ็ดเสร็จอื่น					
รายการไม่ถูกจัดประเภทใหม่ไว้ในกำไรหรือขาดทุน ในภายหลัง					
ส่วนเกินทุนจากการตีราคาสินทรัพย์	12	-	46,046,357	-	46,046,357
ภาษีเงินได้รายการไม่ถูกจัดประเภทใหม่ไว้ในกำไรหรือขาดทุน	30	-	(9,209,271)	-	(9,209,271)
กำไรเบ็ดเสร็จอื่น - สุทธิจากภาษีเงินได้		-	36,837,086	-	36,837,086
กำไรเบ็ดเสร็จรวม		4,219,211	59,343,174	5,952,277	63,447,619
กำไรต่อหุ้น					
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน		0.01	0.08	0.02	0.09
จำนวนหุ้นสามัญถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (หุ้น)		289,960,078	289,960,078	289,960,078	289,960,078

บริษัท ตาขำนิ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบกระแสเงินสด
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568
บาท

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน				
กำไรสำหรับปี	4,219,211	22,506,088	5,952,277	26,610,533
รายการปรับกระทบกำไรสำหรับปีเป็นเงินสดรับ(จ่าย)จากกิจกรรมดำเนินงาน				
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	29,791,829	27,363,252	22,702,345	20,259,136
กำไรจากการปรับมูลค่าเงินลงทุนยังไม่เกิดขึ้น	(1,330,640)	(2,255,934)	(1,330,640)	(2,255,934)
ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	3,441,430	248,404	3,441,430	248,404
ผลขาดทุนจากการด้อยค่าสินทรัพย์	3,643,714	6,489,458	6,959,597	6,488,271
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	1,269,694	38,658	-	-
(กำไร)ขาดทุนจากการขายและตัดจำหน่ายสินทรัพย์	12,708,895	(1,069,547)	12,708,895	(1,069,547)
กำไรจากบริษัทย่อยเลิกกิจการ	-	-	(550,016)	-
(กำไร)ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ				
ยังไม่เกิดขึ้น	114,564	(17,364)	114,564	(17,365)
รายได้ทางการเงิน	(198,737)	(111,945)	(1,037,764)	(1,180,363)
ผลประโยชน์พนักงาน	2,858,596	2,804,117	2,858,596	2,804,117
ต้นทุนทางการเงิน	2,514,002	2,937,571	1,660,342	2,072,687
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	7,161,660	9,074,212	7,211,469	7,588,654
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลง				
สินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	66,194,218	68,006,970	60,691,095	61,548,593
สินทรัพย์ดำเนินงาน ลดลง(เพิ่มขึ้น)				
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	16,582,970	15,715,694	17,165,944	13,906,706
รายได้ค้างรับ	2,432,437	2,922,449	2,432,437	2,922,449
สินค้าคงเหลือ	189,229	1,271,252	189,229	1,271,252
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	555,000	(860,261)	615,768	(850,269)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(26,204)	3,012,291	(27,152)	3,012,304
หนี้สินดำเนินงาน เพิ่มขึ้น(ลดลง)				
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	1,416,569	(14,257,576)	1,366,046	(14,277,824)
เงินรับล่วงหน้า	(1,101,607)	(2,137,544)	(1,101,607)	(2,137,544)
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	(2,619,405)	(1,890,800)	(3,100,621)	(1,703,549)
กระแสเงินสดได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	83,623,207	71,782,475	78,231,139	63,692,118
จ่ายผลประโยชน์พนักงาน	(412,948)	-	(412,948)	-
รับดอกเบี้ย	192,622	105,320	1,031,648	1,173,738
จ่ายภาษีเงินได้	(10,964,560)	(14,155,816)	(10,676,111)	(13,766,842)
รับคืนภาษีเงินได้	832,460	-	253,847	-
กระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	73,270,781	57,731,979	68,427,575	51,099,014

กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน

ซื้อเงินลงทุนระยะสั้น	(64,000,000)	(77,000,000)	(64,000,000)	(77,000,000)
จำหน่ายเงินลงทุนระยะสั้น	90,371,249	99,095,993	90,371,249	99,095,993
ซื้อเงินลงทุนในบริษัทร่วม	-	(5,002,500)	-	(5,002,500)
เงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	(2,400,000)	(2,600,000)	(2,400,000)	(2,600,000)
รับชำระหนี้คืนเงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	3,957,950	5,919,984
ซื้อเงินลงทุนระยะยาว	(16,290,000)	-	(16,290,000)	-
ซื้ออาคารและอุปกรณ์	(43,283,425)	(10,402,413)	(43,201,435)	(9,110,538)
จำหน่ายอุปกรณ์	271,963	1,343,151	271,963	1,343,151
ซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(652,150)	(26,303,172)	(652,150)	(26,303,172)
บริษัทย่อยจ่ายคืนทุนหุ้นสามัญ	-	-	3,984,704	-

เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน (35,982,363) (20,868,941) (27,957,719) (13,657,082)

กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน

รับเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	-	26,938,810	-	26,938,810
จ่ายชำระหนี้คืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	(10,293,214)	(10,136,846)	(10,293,214)	(10,136,846)
จ่ายชำระหนี้คืนหนี้สินตามสัญญาเช่า	(5,138,693)	(5,961,946)	(4,090,524)	(4,913,777)
จ่ายเงินปันผล	(21,746,947)	(43,493,937)	(21,746,947)	(43,493,937)
จ่ายต้นทุนทางการเงิน	(1,233,437)	(1,592,334)	(1,233,437)	(1,592,334)

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน (38,412,291) (34,246,253) (37,364,122) (33,198,084)

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น(ลดลง)สุทธิ (1,123,873) 2,616,785 3,105,734 4,243,848

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี 32,590,631 29,973,846 27,230,627 22,986,779

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันปลายปี 31,466,758 32,590,631 30,336,361 27,230,627

ข้อมูลกระแสเงินสดเพิ่มเติม
รายการไม่ใช่เงินสด
บริษัททำสัญญาเช่าที่ดินและอาคารสำนักงาน

- สัญญาเช่าเงินลงทุน	-	1,840,560	-	1,840,560
- สัญญาเช่าดำเนินงานระยะยาว	3,615,812	527,300	3,615,812	527,300

ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลบุคคลอ้างอิงอื่น

- ไม่มี