

วันที่ 13 สิงหาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 2 ปี 2569
เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 2 ปี 2569 ภาษาไทย และ
ภาษาอังกฤษ ฉบับละ 1 ชุด

บริษัท ตาชำนิ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอนำส่งงบการเงินสำหรับงบประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2569 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 ซึ่งผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้วต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยผลการดำเนินงานของบริษัทสำหรับงบไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีกำไรสุทธิเท่ากับ 11.56 ล้านบาท บริษัทขออธิบายถึงสาเหตุของผลการดำเนินงานของบริษัท โดยมีรายละเอียดตามแนบ

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวสุวรรณี สุวรรณแสงโรจน์)
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่

บริษัท ตาชามิ จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงาน
ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 สิ้นสุดวันที่ 31 มิถุนายน 2569

สรุปผลการดำเนินงาน

	ไตรมาสที่ 2 ปี 2569	ไตรมาสที่ 2 ปี 2568	การเปลี่ยนแปลง		ต่อยอดขาย	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการ	103.31	110.55	(7.24)	(6.55)	100.00	00.00
ต้นทุนจากการให้บริการ	74.08	84.37	10.29	(12.19)	71.71	76.32
กำไรขั้นต้น	29.23	26.18	3.04	11.63	28.29	23.68
รายได้อื่น	0.17	0.17	0.00	1.16	0.17	0.16
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(0.10)	(0.40)	0.29	(73.87)	(0.10)	(0.36)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(13.06)	(14.04)	0.98	(7.01)	(12.64)	(12.70)
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	16.24	11.92	4.32	36.29	15.72	10.78
รายได้ทางการเงิน	0.12	0.07	0.06	80.88	0.12	0.06
กำไรจากการปรับมูลค่าเงินลงทุน	0.17	0.59	(0.41)	(70.53)	0.17	0.53
ขาดทุนจากการขายและตัดจำหน่ายสินทรัพย์	0.02	(0.30)	0.33	(107.26)	0.02	(0.27)
ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(1.15)	0.76	(1.91)	(250.99)	(1.11)	0.69
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(1.70)	(0.24)	(1.46)	601.23	(1.65)	(0.22)
ขาดทุนจากการด้อยค่าสินทรัพย์	(1.68)	(1.32)	(0.36)	27.31	(1.63)	(1.20)
ต้นทุนทางการเงิน	(0.30)	(0.66)	0.36	(54.81)	(0.29)	(0.59)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	11.73	10.81	0.92	8.53	11.35	9.78
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(0.17)	(2.57)	2.40	(93.37)	(0.16)	(2.32)
กำไรสำหรับปี	11.56	8.24	3.32	40.25	11.19	7.46

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้	ไตรมาสที่ 1 ปี 2569		ไตรมาสที่ 1 ปี 2568		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการผลิตและตกแต่ง (ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว)	64.41	62.24	78.63	71.02	(14.23)	(18.09)
รายได้จากการบริการครอบคลุมการสร้างสรรค์และผลิตโฆษณาครบวงจร รวมถึงกลยุทธ์แบรนด์ งานสร้างสรรค์ ไอเดียและการออกแบบ การผลิตสื่อเพื่อการโฆษณา การจัดการโซเชียลมีเดียสำหรับแบรนด์ การวางแผนและซื้อสื่อเพื่อโปรโมทแบรนด์ และช่องสื่อออนไลน์ของตัวเอง	38.10	36.82	29.02	26.21	9.08	31.27
รายได้จากการให้เช่าสตูดิโอ	0.80	0.77	2.89	2.61	(2.09)	(72.41)
รวมรายได้จากการให้บริการ	103.31	99.83	110.55	99.84	(7.24)	(6.55)
รายได้อื่น	0.17	0.17	0.17	0.16	0.00	1.16
รวม	103.48	100.00	110.72	100.00	(7.24)	(6.54)

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการให้บริการเท่ากับ 103.31 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 ร้อยละ 6.55 ภาพรวมรายได้ปรับตัวลดลงจากภาพรวมของทุกกลุ่มธุรกิจของทางบริษัทสาเหตุสำคัญจากภาพรวมการชะลอตัวของสภาวะทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่กลุ่มลูกค้าของทางบริษัทมีแนวโน้มในการควบคุมค่าใช้จ่ายในส่วนของการตลาดและการประชาสัมพันธ์ แนวทางหลักของทางบริษัทคือความพยายามเพิ่มรายได้เพื่อรักษาสร้างเสถียรภาพทางการเงินในระยะยาวและเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการในแต่ละด้าน โดยปัจจุบันมีแนวทางดังต่อไปนี้

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและการเติบโตของบริษัท

1. การยกระดับกระบวนการทำงานด้วย AI Integration

บริษัทมีแผนผสานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการดำเนินงานหลัก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจรมากยิ่งขึ้น ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการพัฒนาแนวคิดสร้างสรรค์ (Creative Development) การสร้างภาพและงาน Visual ผสานกับการถ่ายทำ ไปจนถึงขั้นตอน Post-production และการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของคอนเทนต์ (Content Performance

Analytics) การลงทุนในเทคโนโลยีและการพัฒนาทักษะด้าน AI ควบคู่กับความเชี่ยวชาญด้านการผลิตงานโฆษณาที่บริษัทมีอยู่เดิม จะช่วยเพิ่ม Productivity และอัตรากำไรขององค์กร สร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน รองรับงานที่มีความซับซ้อนสูงขึ้น และเพิ่มศักยภาพในการรับงานขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและระดับภูมิภาค ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายในการสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Perception) ให้เป็นผู้นำด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีร่วมกับความเชี่ยวชาญด้านการผลิตงานโฆษณาและคอนเทนต์

2. การเพิ่มศักยภาพด้านครีเอทีฟเพื่อสนับสนุนงานโปรดักชัน

บริษัทมีแผนขยายขอบเขตการให้บริการด้านครีเอทีฟในขั้นตอนก่อนการถ่ายทำ (Pre-production Creative Service) เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการพัฒนาแนวคิด รูปแบบการนำเสนอ และแนวทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับกระบวนการผลิตจริง แนวทางดังกล่าวจะช่วยให้การวางแผนและการดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ลดข้อจำกัดระหว่างแนวคิดสร้างสรรค์และการผลิตจริง พร้อมทั้งยกระดับคุณภาพของผลงานให้ตอบโจทย์เชิงธุรกิจและการสื่อสารของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การปรับรูปแบบธุรกิจเอเยนซีสู่ Content-Led Strategy

บริษัทมีแผนปรับโครงสร้างธุรกิจเอเยนซีจากรูปแบบการรับงานเป็นรายโครงการ (Project-based Model) ไปสู่รูปแบบการให้บริการเชิงกลยุทธ์ด้านคอนเทนต์แบบต่อเนื่อง (Content Retainer Model) กลยุทธ์ดังกล่าวมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าผ่านบริการ Always-on Content การวางกลยุทธ์คอนเทนต์ (Content Strategy Ownership) และการขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านราคา เพิ่ม Switching Cost ของลูกค้า และเสริมสร้างรายได้ที่มีความต่อเนื่องและสามารถคาดการณ์ได้ (Predictable Revenue)

4. การขยายธุรกิจสู่กลุ่มอุตสาหกรรมบันเทิง

บริษัทมีแผนขยายการให้บริการและการลงทุนไปสู่อุตสาหกรรมบันเทิง อาทิ ภาพยนตร์ ซีรีส์ และคอนเทนต์รูปแบบต่าง ๆ รวมถึงต่อยอดบริการด้านการสื่อสารการตลาดและโฆษณาที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้าง Ecosystem ด้านเอนเตอร์เทนเมนต์ของบริษัทอย่างครบวงจร นอกจากนี้ บริษัทมีแผนแสวงหาโอกาสในการร่วมทุนและจัดตั้งสตูดิโอเอนเตอร์เทนเมนต์ เพื่อพัฒนาและรับจ้างผลิตทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property: IP) รวมถึงเสริมศักยภาพด้านการตลาดสำหรับภาพยนตร์และซีรีส์ เพื่อให้สามารถต่อยอด IP ที่พัฒนาขึ้นไปสู่ช่องทางสร้างรายได้อื่นในอนาคต

5. การสื่อสารภาพลักษณ์และศักยภาพของบริษัทเชิงรุก

ที่ผ่านมา ความสำเร็จของบริษัทส่วนใหญ่เกิดจากการแนะนำแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth) อย่างไรก็ตาม ภายใต้แผนการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการ บริษัทมีนโยบายดำเนินการสื่อสารเชิงรุกมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้

เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญ ศักยภาพ และผลงานของบริษัทต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การดำเนินการดังกล่าวจะครอบคลุมทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม ควบคู่กับการขยายโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าใหม่ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตคอนเทนต์และงานสร้างสรรค์ระดับมืออาชีพ

6. การขยายสู่ตลาดระดับภูมิภาคและการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัทมีแผนขยายธุรกิจสู่ตลาดระดับภูมิภาค พร้อมทั้งเข้าร่วมเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ (Alliance) ที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และยกระดับศักยภาพการแข่งขันในระดับสากล กลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยผลักดันบริษัทสู่การเป็นผู้เล่นในระดับ Regional พร้อมเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะผู้นำด้าน Content Strategy และ Creative Intelligence ตลอดจนเปิดโอกาสในการเข้าถึงโครงการขนาดใหญ่ ความร่วมมือระหว่างประเทศ และฐานลูกค้าใหม่ในภูมิภาคเอเชียและตลาดต่างประเทศอื่น ๆ

ทั้งนี้บริษัทยังคงให้ความสำคัญในการ พิจารณาปรับปรุงค่าใช้จ่ายที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างรัดกุมลดต้นทุนการให้บริการ และต้นทุนคงที่ การสร้าง Internal Freelance Pool เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารทรัพยากร บุคคล บริษัทจะจัดทำฐานข้อมูลบุคลากรอิสระ พร้อมระบบคัดเลือก ประเมิน และจัดสรรงานแบบ Project-based แนวทางดังกล่าวจะช่วยลดภาระต้นทุน ประจำ เพิ่มความยืดหยุ่นในการจัดทีม และสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจโดยไม่เพิ่มโครงสร้างองค์กรถาวรเกินความจำเป็น รวมทั้งแสวงหาบริการที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและเป็นที่ต้องการของลูกค้าต่อไป

กำไรขั้นต้น

กลุ่มบริษัทมีกำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2569 และไตรมาสที่ 2 ปี 2568 เท่ากับ 29.23 ล้านบาท และ 26.18 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับร้อยละ 28.29 และร้อยละ 23.68 ตามลำดับ โดยกำไรขั้นต้นจากการให้บริการปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากความพยายามควบคุมต้นทุนทางตรงในการให้บริการโดยการควบคุมค่าใช้จ่ายที่มีระดับความสำคัญต่ำและไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพต่อการให้บริการ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 13.06 ล้านบาท ลดลง 0.98 ล้านบาท จากการปรับตัวลดในส่วนค่าบำรุงรักษาออฟฟิศ และส่วนเงินสมทบโครงการร่วมลงทุนนายจ้างและลูกจ้าง (EJIP) ที่ค่าใช้จ่ายส่วนนี้หายไปเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา

ต้นทุนทางการเงิน

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีต้นทุนทางการเงินเท่ากับ 0.30 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจาก 0.66 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา โดยทางฝ่ายบริหารพิจารณาถึงแนวโน้มในปี 2569 ที่ปรับตัวลดลง จากการชำระหนี้เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ทั้งหมด เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของทางบริษัท

กำไรสุทธิ

ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิเท่ากับ 11.56 ล้านบาท โดยการปรับตัวเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรสุทธิจากร้อยละ 7.46 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 เป็นร้อยละ 11.19 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 จากความพยายามควบคุมต้นทุนทางตรงในการให้บริการโดยการควบคุมค่าใช้จ่ายที่มีระดับความสำคัญต่ำและไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพต่อการให้บริการ

ฐานะทางการเงิน

	ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569	ปี 2568	การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์รวม	723.59	749.32	(25.73)	(3.56)
หนี้สินรวม	86.85	111.17	(24.32)	(28.01)
ส่วนของผู้ถือหุ้น	636.74	638.15	(1.41)	(0.22)

สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 723.59 ล้านบาท และ 749.32 ล้านบาท ตามลำดับ โดยกลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์รวมลดลง 25.73 ล้านบาท โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญใน

องค์ประกอบของลูกค้า การค้า หรือสินทรัพย์ถาวร ทั้งนี้ เงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น ซึ่งรวมถึงเงินฝากระยะสั้นและตราสารหนี้ระยะสั้นที่มีอายุไม่เกิน 1 ปี ปรับตัวลดลง เนื่องจากบริษัทได้ชำระคืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินจำนวน 18.34 ล้านบาท ลงทุนในภาพยนตร์เพิ่มเติมจำนวน 5.00 ล้านบาท และจ่ายเงินปันผลจำนวน 21.75 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม โดยรวมบริษัทยังคงมีสภาพคล่องอยู่ในระดับที่ดี และมีความสามารถในการชำระหนี้ โดยพิจารณาจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานซึ่งอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับวงจรการดำเนินงานของบริษัท ทั้งนี้ สภาพคล่องและกระแสเงินสดดังกล่าวยังมีความเพียงพอที่จะรองรับการขยายการให้บริการในธุรกิจด้านอื่น ๆ ของบริษัทในระยะสั้นถึงระยะกลาง

หนี้สินรวม

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทมีหนี้สินรวม 86.85 ล้านบาท และ 111.17 ล้านบาท ตามลำดับ โดยส่วนสำคัญของของหนี้สินทั้งหมดเป็น เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น หนี้สินตามสัญญาเช่า และ ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน ทั้งนี้ภาระหนี้สินที่ก่อให้เกิดดอกเบี้ยอยู่ในระดับต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างทางการเงินของบริษัท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 636.74 ล้านบาท และ 638.15 ล้านบาท ตามลำดับ อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนที่ 0.14 เท่า ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เป็นผลจากการดำเนินกิจการอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ส่วนของกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรตามกฎหมายอยู่ที่ระดับ 61.75 ล้านบาท

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	หน่วย	ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569	ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	5.75	4.01
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน	เท่า	0.14	0.18
อัตรากำไรขั้นต้น	ร้อยละ	29.23	23.59
อัตรากำไรสุทธิ	ร้อยละ	11.17	7.25

อัตราส่วนสภาพคล่อง

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 กลุ่มบริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 5.75 เท่า และ 4.01 เท่า ตามลำดับ

อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 กลุ่มบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ร้อยละ 0.14 และร้อยละ 0.18 ตามลำดับ