

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ประกิต โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อจาก บริษัท ประกิต แอนด์ เอพชีบี จำกัด (มหาชน) และเปลี่ยนแปลงการประกอบธุรกิจจากการทำธุรกิจโฆษณาแบบครบวงจรเป็น

1. ประกอบกิจการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทอื่น
2. ประกอบกิจการให้บริการด้านการบริหาร ให้คำแนะนำปรึกษาและบริการ งานบัญชีและการเงิน และให้บริการงานอื่น ๆ แก่บริษัทในกลุ่มและบริษัทอื่น
3. วางแผนกลยุทธ์ด้านสื่อโฆษณาและนายหน้าตัวแทนซื้อสื่อโฆษณาทุกประเภท

สำหรับการประกอบธุรกิจของบริษัทร่วมและบริษัทย่อยประกอบด้วยธุรกิจดังต่อไปนี้

1. วางแผนกลยุทธ์ด้านสื่อโฆษณาและเป็นนายหน้าตัวแทนซื้อสื่อโฆษณาทุกประเภท
2. รับจ้างผลิตงานโฆษณา ซึ่งประกอบด้วย
 - การผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์
 - การผลิตสปอตโฆษณาทางวิทยุ
 - การผลิตวัสดุโฆษณาทางสิ่งพิมพ์และสื่ออื่น ๆ
 - บริการออกแบบเว็บไซต์และโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
3. ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และงานโฆษณาต่อกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

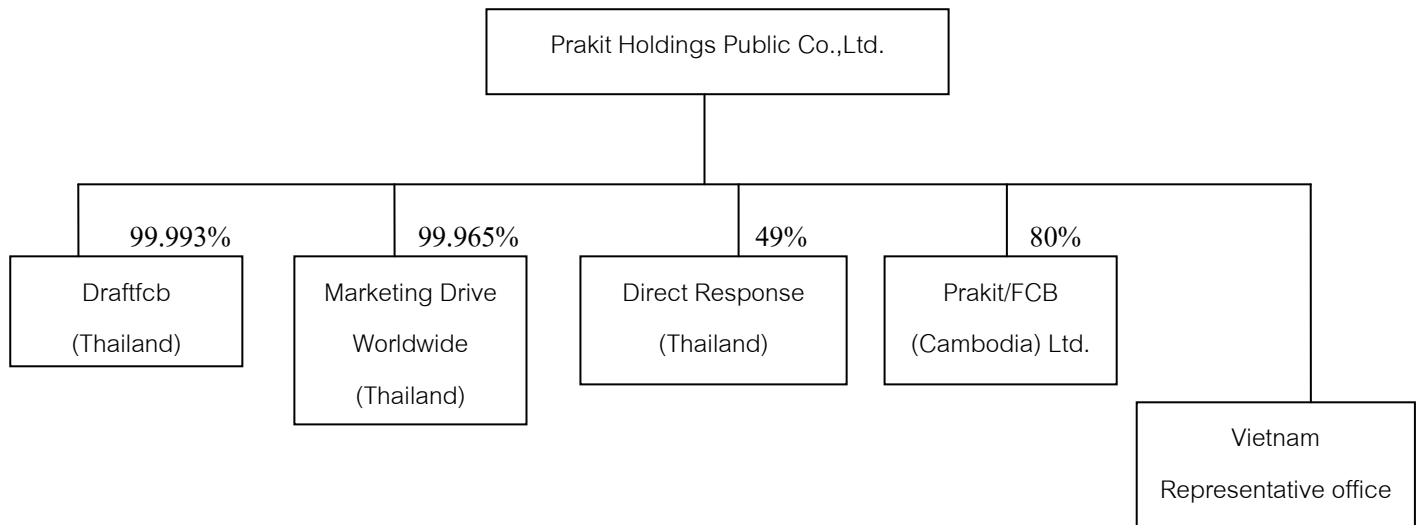
1. สร้างผลงานที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าประสบความสำเร็จ บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่ตั้งไว้
2. สร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างมั่นคงและแข็งแกร่งเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีต่อผู้ถือหุ้นและพนักงาน
3. พัฒนาความสามารถของพนักงาน สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน สร้างความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร
4. บริษัทมีนโยบายดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ทั้งกับลูกค้าและคู่แข่ง

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทเริ่มต้นธุรกิจจากการจดทะเบียนเป็นบริษัทโฆษณา ในชื่อ “บริษัท ประกิต แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด” ผู้ก่อตั้ง คือ นายประกิต อภิสารธนรักษ์ เมื่อปี 2521 ต่อมาได้ร่วมทุนกับ Foote, Cone & Belding International Corp. (FCB) บริษัทโฆษณาใหญ่อันดับ 3 ของสหรัฐอเมริกาในขณะนั้น และจัดตั้งบริษัทใหม่ชื่อ บริษัท ประกิต แอนด์ เอฟซีบี จำกัด ในปี พ.ศ.2529 บริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ “SET” และเป็นบริษัทมหาชนในปี 2536

ในปี 2542 ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อจาก บริษัท ประกิต แอนด์ เอฟซีบี จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท ประกิต โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) และเปลี่ยนธุรกิจเป็นประกอบกิจการการลงทุน และเป็นนายหน้าตัวแทนด้านสื่อโฆษณา ส่วนการรับจ้างผลิตงานโฆษณานั้นได้โอนไปยังบริษัทย่อยชื่อ บริษัท เอฟซีบี เวิร์ลด์ไวด์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ดราฟท์เอฟซีบี (ประเทศไทย) จำกัด เนื่องจากการร่วมทุนของ FCB และ DRAFT ทั่วโลก

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท



นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

ธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและการพัฒนาทางการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การให้บริการลูกค้าจึงต้องการผู้ชำนาญการเฉพาะด้าน เพื่อให้ลูกค้าได้ประโยชน์สูงสุดในทุกด้าน บริษัทจึงมีนโยบายแบ่งการดำเนินงานตามประเภทของงาน และตามความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากรของบริษัทในกลุ่ม

1. การวางแผนกลยุทธ์ด้านสื่อโฆษณาและนายหน้าตัวแทนซื้อสื่อโฆษณาทุกประเภท งานด้านนี้ต้องการผู้มีประสบการณ์ในการวางแผนสื่อโฆษณา ซึ่งบริษัทเป็นผู้ให้บริการแก่บริษัทในกลุ่มทั้งหมดและบริษัทอื่น บริษัทจะเป็นตัวกลางในการซื้อสื่อทุกประเภท เพื่อจะได้ต้นทุนสื่อโฆษณาที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าทุกราย

2. รับจ้างผลิตงานโฆษณา ผู้ผลิตงานโฆษณาคือ ผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาทุกรูปแบบโดยแผนกวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) และแผนกสร้างสรรค์งาน (Creative) จะเป็นแผนกหลักในการคิดงาน ซึ่งบริษัทกราฟท์เอฟซีบี (ประเทศไทย) จะเป็นบริษัทที่ผลิตงานด้านนี้ นอกจากนี้ยังจะต้องมีแผนกบริหารงานลูกค้า เพื่อประสานงานระหว่างแผนกสร้างสรรค์งานโฆษณา แผนกวางแผนกลยุทธ์ นายหน้าตัวแทนซื้อโฆษณา และลูกค้าเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็ว และประสบผลสำเร็จ

3. งานบริการโฆษณาต่อกลุ่มเป้าหมายโดยตรง งานประเภทนี้จะเป็นการบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดแบบพิเศษ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ซึ่งจะเป็นการให้ผู้บริโภคของลูกค้ามีประสบการณ์โดยตรง และช่วยในการตัดสินใจได้ดีขึ้น การจัดกิจกรรมประเภทนี้มีหลากหลายประเภท เช่น งานเปิดตัวสินค้า จัดนิทรรศการ การจัดโรดโชว์ (Roadshow) แจกของตัวอย่าง

งานประเภทนี้ต้องการทีมงานที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน สามารถจัดงานในช่วงระยะเวลาที่มีจำกัด และต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี เนื่องจากจะมีปัจจัยหลายอย่างที่อาจทำให้กิจกรรมนั้น ๆ ไม่ประสบความสำเร็จได้ บริษัท มาร์เก็ตติ้ง ไดรฟ์ เวิร์ลด์ไวด์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทที่ให้บริการงานประเภทนี้

4. งานบริการที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ งานประเภทนี้ต้องมีทีมงานที่สามารถเข้าถึงฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสื่อต่าง ๆ เพราะเป็นงานที่ต้องทำประชาสัมพันธ์เรื่องราวต่าง ๆ ของลูกค้าให้ผู้บริโภคทราบ เช่น การเชิญนักข่าวเพื่อร่วมงานแถลงข่าวของลูกค้า (Public Relation) การส่งข่าวให้สื่อต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของลูกค้า งานประเภทนี้บริษัท ไคเร็กซ์ เรสพ็อนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้ให้บริการ

ส่วนการให้บริการงานโฆษณาในอินโดจีน บริษัทที่อยู่ในประเทศเหล่านั้นจะเป็นผู้ทำงานทุกประเภทโดยร่วมมือกับบริษัทท้องถิ่นที่ชำนาญเฉพาะด้านตามแต่งงานที่มีขึ้น

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย ปี 2554-2556 ตามงบการเงินรวม

สายผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	%การถือหุ้น	ปี 2556 รายได้ '000	%	ปี 2555 รายได้ '000	%	ปี 2554 รายได้ '000	%
1.รายได้จากการวางแผนสื่อ โฆษณาและนายหน้าตัวแทนซื้อ สื่อโฆษณา	บมจ.ประทีป โฮลดิ้งส์	-	94,128	23.13	87,038	16.63	63,545	12.44
	บจก.ดราฟท์เอฟซีบี (ประเทศไทย)	99.99	53,875	13.24	56,078	10.71	64,588	12.65
	บริษัทย่อยอื่น ๆ		1,258	0.31	1,145	0.22	1,785	0.35
			149,261	36.68	144,261	27.56	129,918	25.44
2.รายได้จากการรับจ้างผลิตงาน โฆษณา	บมจ.ประทีป โฮลดิ้งส์	-	87,463	21.49	37,986	7.26	38,266	7.49
	บจก.ดราฟท์เอฟซีบี (ประเทศไทย)	99.99	135,962	33.41	297,038	56.75	302,197	59.16
			223,425	54.90	335,024	64.01	340,463	66.65
3.รายได้จากการให้บริการที่ เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ และงานโฆษณาต่อ กลุ่มเป้าหมายโดยตรง	บจก.มาร์เก็ตติ้ง ไตรวี เวิร์ลด์ (ประเทศไทย)	99.96	9,670	2.38	14,129	2.70	11,193	2.19
			9,670	2.38	14,129	2.70	11,193	2.19
4.รายได้จากการลงทุนและอื่น ๆ	บมจ.ประทีป โฮลดิ้งส์	-	18,245	4.48	22,697	4.34	23,112	4.52
	บจก.ดราฟท์เอฟซีบี (ประเทศไทย)	99.99	5,977	1.47	7,022	1.34	5,741	1.12
	บริษัทย่อยอื่น ๆ		358	0.09	258	0.05	391	0.08
			24,580	6.04	29,977	5.73	29,244	5.72
รวม			406,936	100.00	523,391	100.00	510,818	100.00

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์บริษัท บริษัทย่อย และบริษัทร่วม

ก. บริการวางแผนกลยุทธ์ด้านสื่อโฆษณา และเป็นนายหน้าตัวแทนซื้อสื่อโฆษณา

ลักษณะผลิตภัณฑ์

ให้บริการแนะนำวางแผนกลยุทธ์ด้านสื่อโฆษณา และเป็นนายหน้าตัวแทนซื้อสื่อโฆษณา แผนกสื่อโฆษณาจะเป็นผู้ศึกษาผลิตภัณฑ์ของลูกค้า และวางแผนการซื้อสื่อเพื่อให้ได้ประสิทธิผลตามแผนที่วางไว้ เมื่อลูกค้าอนุมัติแผนการซื้อสื่อโฆษณาแล้วแผนกสื่อโฆษณาจะเป็นตัวแทนในการติดต่อกับเจ้าของสื่อต่าง ๆ เช่น สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ผู้ผลิตรายการ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และสื่ออื่น ๆ เพื่อซื้อเวลาสำหรับเผยแพร่งานโฆษณาของลูกค้า รายได้ของบริษัทคือค่านายหน้าจากการเป็นตัวแทน

การตลาดและภาวะการแข่งขัน

บริษัทเป็นบริษัทที่ให้บริการวางแผนกลยุทธ์ด้านสื่อโฆษณาและเป็นนายหน้าตัวแทนซื้อสื่อโฆษณาระดับกลางในอุตสาหกรรมนี้ สื่อโฆษณาหลักที่ลูกค้าซื้อจะเป็นสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งอัตราค่าโฆษณาเป็นปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ บริษัทจึงต้องมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเพื่อให้ได้อัตราค่าโฆษณาที่ลูกค้าพอใจ

นอกจากนี้สื่อโฆษณาใหม่ ๆ ก็มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงผู้บริโภค บริษัทจึงต้องศึกษาดูตามข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อแนะนำกับลูกค้า

ในปี 2557 นี้ จะมีทีวีดิจิตอลเป็นทางเลือกเพิ่มขึ้นของผู้บริโภคและของลูกค้าในการซื้อสื่อโฆษณาด้วยเช่นเดียวกัน บริษัทได้ศึกษาและมีการให้ความรู้กับลูกค้า เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมรองรับทีวีดิจิตอลไว้แล้ว

ข. รับจ้างผลิตงานโฆษณาทุกประเภท

ลักษณะผลิตภัณฑ์

รับจ้างผลิตงานโฆษณาทุกประเภทได้แก่ ผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ การผลิตโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท การผลิตสโปดโฆษณาทางวิทยุ การผลิตสื่อวีดิโอ และผลิตวัสดุโฆษณาทางสื่ออื่น ๆ

บริษัทสร้างสรรคงานโฆษณา เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทมีแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตงานโฆษณา ดังนี้

แผนกวางแผนกลยุทธ์

ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าและ/หรือบริการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของลูกค้า ตลอดจนการพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจ เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและวางแผนกลยุทธ์ในแผนการสื่อสารทางการตลาดให้กับลูกค้า ทั้งนี้เรามี 5 ขั้นตอนในการทำงานเริ่มต้นด้วย การเรียนรู้ ตามมาด้วยการทำความเข้าใจ จุดประกายแนวความคิด หยั่งถึงและตกแต่งแนวความคิดให้เข้าถึงผู้บริโภคและท้ายที่สุดคือ การทำให้ความคิดนั้นเจริญงอกงามออกมาเป็นผลงานที่ดีให้กับลูกค้าของบริษัท

แผนกสร้างสรรค์งานโฆษณา

ทีมงานสร้างสรรค์งานโฆษณาจะคิดค้นงานโฆษณา จากข้อมูลที่ได้จากแผนกวางแผนกลยุทธ์ บริษัทจะนำเสนอแนวทางโฆษณาที่หลากหลายเพื่อให้ลูกค้าพิจารณา ลูกค้าจะเลือกผลงานที่คิดว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อพัฒนาต่อไปเป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์

การตลาดและการแข่งขัน

การเจริญเติบโตของธุรกิจโฆษณาคือจะเป็นไปตามสถานะเศรษฐกิจ ถ้าเศรษฐกิจดีลูกค้าก็มีงบโฆษณาสูง ธุรกิจโฆษณาก็จะเจริญเติบโต แต่ถ้าเศรษฐกิจไม่ดี ลูกค้าจะลดงบประมาณโฆษณา ซึ่งจะกระทบต่อธุรกิจโฆษณา บริษัทจึงต้องเสนอแผนงานโฆษณาแบบครบวงจรเพื่อนำเสนอลูกค้า โดยแผนงานนั้นต้องเป็นไปในแนวทางเดียวกับแผนการตลาดของลูกค้า เพื่อจะได้ประสิทธิผลที่ดีที่สุด

นอกจากนี้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจโฆษณานั้นค่อนข้างรุนแรง มีการลดค่าบริการเพื่อให้ได้งานจากลูกค้า ฉะนั้นการผลิตงานโฆษณาที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าประสบความสำเร็จจึงเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่ทำให้ลูกค้ายังคงใช้บริการของบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงต้องสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าของบริษัท เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมและต้องขยายฐานลูกค้าใหม่

ช่องทางการได้ลูกค้าใหม่บริษัท มีดังนี้

1) แข่งขันเสนอผลงานเพื่อคัดเลือก

บริษัทโฆษณาจะได้รับเชิญเข้าร่วมเสนอผลงานให้กับลูกค้าครั้งละหลาย ๆ บริษัท บริษัทแต่ละแห่งจะทำแผนการสื่อสารทางการตลาดเสนอให้ลูกค้า หากเป็นที่พอใจก็จะได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้ผลิตงานโฆษณาและวางแผนการโฆษณาให้กับลูกค้า นั้น ๆ

2) การแนะนำของลูกค้าตลอดจนสัมพันธ์ภาพส่วนตัวของผู้บริหาร

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจงานโฆษณามานานกว่า 20 ปี มีผลงานโฆษณาเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง ประกอบกับผู้บริหารบริษัทมีความรู้ ความสามารถและมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับบุคลากรในแวดวงธุรกิจต่าง ๆ เป็นอย่างดี จึงมีส่วนเสริมให้ฐานลูกค้ากว้างขึ้น

3) ติดต่อลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทจะติดต่อไปยังลูกค้าเป้าหมายเพื่อขอแนะนำเสนอประวัติ บริการและผลงานของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายพิจารณา ถ้าได้รับความสนใจก็จะเริ่มทำงานในรายละเอียด เพื่อนำเสนองานต่อไป

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทย่อยและบริษัทร่วมผลิต

จัดแบ่งได้ 3 ประเภท ได้แก่

- การผลิตวัสดุโฆษณาทางสิ่งพิมพ์
- การผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

- การผลิตสื่อดิจิทัลทางวิทยุ

1. การผลิตวัสดุโฆษณาทางสิ่งพิมพ์

การโฆษณาทางสิ่งพิมพ์มีหลายประเภท เช่น การโฆษณาในทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับใบปลิวตลอดจนป้ายโฆษณาต่าง ๆ ไม่ว่าจะติดตั้งภายใน หรือภายนอกอาคาร หรือป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ ป้ายโฆษณาในหรือข้างรถโดยสารประจำทาง หรือรถไฟ ในรถไฟ ในที่พัสดุโดยสาร ในสนามบิน ฯลฯ เป็นต้น

วิธีการผลิตวัสดุโฆษณาทางสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท มีเทคนิคในการผลิตแตกต่างกันออกไป เช่น การผลิตวัสดุโฆษณาทางหนังสือพิมพ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเทคโนโลยีการพิมพ์ แต่กระบวนการผลิตโดยทั่วไปแล้วจะประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ เริ่มจากการคิดค้นออกแบบโฆษณา ไม่ว่าจะเป็นภาพ หรือข้อความที่จะใช้โฆษณา โดยใช้เทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์กราฟฟิกช่วยในการจัดทำ ซึ่งขั้นตอนนี้ก็คือ การจัดทำเลย์เอ๊าท์ เพื่อเสนองานให้ลูกค้า พร้อมทั้งเสนอวิธีการนำเสนอโฆษณานั้น ๆ เมื่องานเป็นที่พอใจของลูกค้าก็จะดำเนินการผลิต โดยการจัดทำอาร์ตเวิร์คให้เป็นวัสดุโฆษณาสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ ซึ่งการผลิตนี้จะต้องใช้เทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ รวมทั้งเทคนิคพิเศษต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการผลิต

การใช้เทคโนโลยีเหล่านี้จะต้องประกอบด้วย บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนถึงต้องมีการพัฒนาทั้งบุคลากรและอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การผลิตวัสดุโฆษณาทางสิ่งพิมพ์แต่ละประเภทจะต้องคำนึงถึงงบประมาณที่จะต้องใช้ในการผลิตและระยะเวลาในการผลิตด้วย

ปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับการผลิตวัสดุโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ คือ ความรู้ความสามารถของบุคลากรในแต่ละส่วนงาน กล่าวคือ จะต้องมีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟฟิกและเทคนิคพิเศษต่าง ๆ รวมทั้งสามารถแก้ปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่กระทบกับงบประมาณและเวลาในการผลิต

2. การผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์แม้จะมีระยะเวลาการโฆษณาสั้น ๆ เพียง 1 นาที, 30 วินาทีหรือ 15 วินาที แต่กระบวนการผลิตมีหลายขั้นตอน และใช้ระยะเวลาการทำงานอย่างน้อย 1 เดือน โดยมีการประสานงานกันเป็นทีมระหว่างฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative) และฝ่ายผลิต (Production) ซึ่งผู้ร่วมงานทุกคนจะต้องมีความละเอียดอ่อน และเข้าใจเนื้อหาของงานนั้น ๆ อย่างลึกซึ้ง ก่อนที่จะเริ่มกระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณา เพราะหากเกิดข้อผิดพลาดขึ้นหมายถึง ค่าใช้จ่ายของบริษัทจะต้องสูญเสียไป

ขั้นตอนในการผลิตภาพยนตร์โฆษณามีดังนี้

1. การทำสรุปเค้าโครงเรื่องภาพยนตร์โฆษณา (Storyboard) คือการสรุปและทำความเข้าใจในเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณาที่จะถ่ายทำอย่างละเอียดทั้งภาพและเสียงระหว่างผู้ร่วมงานทุกคน
2. การเตรียมงานการผลิตภายในบริษัท (Internal Pre-Production) คือ การเตรียมงานก่อนการถ่ายทำได้แก่ การเลือกตัวแสดง, สถานที่ถ่ายทำ, สิ่งของประกอบฉาก, เสื้อผ้า ฯลฯ ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นการเตรียมงานภายในบริษัทโฆษณาก่อนนำเสนอลูกค้า
3. การเสนอแผนการผลิตให้ลูกค้าพิจารณา (Pre-Production) คือการนำงานทั้งหมดที่เตรียมไว้ก่อนการถ่ายทำมาเสนอแก่ลูกค้าในรายละเอียดเพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบและหากมีบางอย่างที่ลูกค้าไม่เห็นด้วย บริษัทโฆษณาจะต้องแก้ไข จนกว่าจะตกลงกันได้ ในรายละเอียดทั้งหมด
4. การถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา (Shooting) คือ การถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาในรายละเอียดทั้งหมด ตามที่ลูกค้าตกลงแล้ว
5. การผลิตขั้นสุดท้าย (Post Production) คือการนำชิ้นงานที่ได้ถ่ายทำไว้แล้วมาตัดต่อให้เป็นเนื้อเรื่อง, ใส่เทคนิคต่าง ๆ, ใส่เสียง เพื่อให้เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่สมบูรณ์ พร้อมที่จะออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์

การผลิตภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 5 ขั้นตอนนี้ บริษัทโฆษณาจะต้องดูแลทั้งหมดโดยได้รับความเห็นชอบจากลูกค้าในทุกขั้นตอน

ปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณา คือรายละเอียดของงานและการควบคุมงบประมาณ เพราะระยะเวลาของภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์นั้น โดยทั่วไปจะอยู่ระหว่าง 30 วินาทีถึง 1 นาที แต่จะต้องผลิตภาพยนตร์ให้ได้ตามแผนงานที่วางไว้ และใช้ระยะเวลาในการทำงานนานรวมทั้งงบประมาณในการผลิตค่อนข้างสูง บริษัทจึงต้องใช้บุคลากรที่มีความสามารถทางด้านนี้โดยเฉพาะ เพื่อคัดเลือกบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอนไม่ให้ผิดพลาด รวมทั้งควบคุมงบประมาณและระยะเวลาในการผลิตให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้

3. การผลิตสปอตโฆษณาทางวิทยุ

ขั้นตอนการผลิตสปอตโฆษณาทางวิทยุ แม้จะไม่ซับซ้อนเท่ากับการผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ แต่ก็ต้องใช้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเสียงโดยเฉพาะ คือ เจ้าหน้าที่ควบคุมการผลิตเสียง (Sound Producer)

สำหรับขั้นตอนการผลิตสปอตโฆษณาทางวิทยุจะมีดังนี้

1. การสรุปบทโฆษณา (Brief Script) คือ การสรุปเนื้อหาและถ้อยคำโฆษณา ระหว่างฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณาและฝ่ายผลิตเสียง พร้อมทั้งเลือกเสียงของโฆษกที่จะกล่าวคำโฆษณา
2. การบันทึกเสียง (Sound Recording) คือ การอัดเสียงโฆษณาและเสียงประกอบต่าง ๆ
3. การตัดต่อและเรียบเรียงเสียง (Sound Mixing) คือ การนำเสียงทั้งหมดมาตัดต่อ และเรียบเรียงตามเนื้อหาที่ได้สรุปไว้แล้ว

ปัญหาและอุปสรรคในการผลิต สปอตโฆษณาทางวิทยุ คือ เจ้าหน้าที่ควบคุมการผลิต จะต้องมีความชำนาญพิเศษทางด้านเสียงในการคัดเลือกเสียงของโฆษกให้เป็นไปตามบทสรุปของโฆษณา

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ คือ บริการ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจะเป็นการดำเนินการภายในองค์กร ซึ่งบริษัทมีการประกาศนโยบายเรื่องการลดใช้พลังงาน การนำกลับมาใช้ใหม่ ผลของนโยบายจะเห็นได้จากอัตราการลดลงของค่าใช้จ่ายในการบริหาร

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจเกี่ยวกับการโฆษณามีปัจจัยความเสี่ยงดังนี้

1. การสูญเสียลูกค้ารายใหญ่ สภาพการแข่งขันในปัจจุบัน บริษัทและบริษัทในกลุ่มอาจสูญเสียรายได้จากลูกค้ารายใหญ่ รายใดรายหนึ่ง หรือ รายได้บางส่วนไป ซึ่งจะมีผลกระทบต่อรายได้ของรายใหญ่น้อยสำคัญ
บริษัทและบริษัทในกลุ่มจึงต้องติดต่อเสนองานลูกค้ารายใหม่ ๆ เพื่อลดความเสี่ยง รวมทั้งพัฒนาบุคลากร เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีเป็นที่ไว้วางใจของลูกค้าในปัจจุบัน
2. การเพิ่มขึ้นของอัตราค่าสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ เนื่องจากสื่อโฆษณาที่มีการปรับอัตราค่าโฆษณาเพิ่มขึ้นเป็นครั้งคราว ซึ่งอาจทำให้ปริมาณการโฆษณาของลูกค้าลดลงบ้าง แต่ไม่ได้กระทบต่อมูลค่าโฆษณาของลูกค้าที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าแล้ว และไม่มีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทรวมและบริษัทย่อย เนื่องจากการเรียกเก็บค่านายหน้าของธุรกิจโฆษณา จะคำนวณจากอัตราร้อยละที่ตกลงกันคูณด้วยต้นทุนค่าสื่อโฆษณา

3. การเพิ่มขึ้นของอัตราค่าผลิตวัสดุโฆษณา จะมีลักษณะและผลกระทบในทำนองเดียวกับการเพิ่มขึ้นของอัตราค่าสื่อโฆษณา
4. การลดลงของอัตราค่านายหน้าและค่าบริการ ปัจจุบันธุรกิจโฆษณาประสบปัญหาการแข่งขันในเรื่องการลดอัตราค่านายหน้าและค่าบริการที่คิดกับลูกค้าเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ต้องลดอัตราดังกล่าวลงเพื่อรักษาลูกค้าไว้ หรือเพื่อให้ได้ลูกค้ารายใหม่ อย่างไรก็ตาม บริษัทร่วมและบริษัทย่อยก็จะชดเชยการลดลงของรายได้ส่วนนี้ โดยการหาลูกค้ารายใหม่เพิ่มรายได้จากธุรกิจใหม่ รวมทั้งควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย

3.2 ความเสี่ยงทางด้านกฎหมาย

ปัจจุบันมีกฎหมายห้ามโฆษณาสินค้าบางประเภทเช่น สุรา บุหรี่ ฯลฯ เป็นต้น และในอนาคตอาจมีกฎหมายห้ามโฆษณาสินค้าบางประเภทเพิ่มเติม ซึ่งบริษัทร่วมและบริษัทย่อยไม่มีลูกค้าที่โฆษณาสินค้าต้องห้ามตามกฎหมาย รวมทั้งไม่คาดว่าจะมีสินค้าที่ลูกค้าให้บริษัทร่วมและบริษัทย่อยโฆษณาในปัจจุบันจะถูกกฎหมายห้ามโฆษณาในอนาคต

3.3 ความเสี่ยงทางด้านบุคลากร

บุคลากรเป็นหลักของการดำเนินธุรกิจโฆษณา เพราะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตผลิตภัณฑ์และการให้บริการ บุคลากรในวงการโฆษณาจะเป็นบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะด้าน ซึ่งบุคคลเหล่านี้เป็นที่ต้องการในตลาด บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียบุคลากรเหล่านี้

บริษัทฯ จึงได้มีนโยบายต่าง ๆ สำหรับบุคลากร เช่น การอบรมพัฒนา ให้ความรู้ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารและพนักงาน รวมทั้งยังมีผลประโยชน์อื่น ๆ คือกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เงินกู้สวัสดิการปลอดดอกเบี้ย เป็นต้น

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินของบริษัท บริษัทย่อย และบริษัทร่วม

ที่ดินและอาคาร ปัจจุบันบริษัทตั้งอยู่ ณ เลขที่ 88 ซอยสุขุมวิท 62 แขวง 3 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ อาคารสำนักงานพร้อมที่ดินเป็นของบริษัท และบริษัทได้นำที่ดินนี้ไปค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีของบริษัทย่อยจำนวน 30.00 ล้านบาทที่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาวิภาวดีรังสิต

ที่ดิน บริษัทมีที่ดินว่างเปล่าอีก 2 แปลง

1. ที่ดินตั้งอยู่ที่ซอยสุขุมวิท 50 จำนวน 1 ไร่ 3 งาน 8 ตารางวา บริษัทได้ให้เช่าแก่ผู้เช่ารายหนึ่ง โดยทำสัญญาเช่าระยะยาวเป็นเวลา 28 ปีเศษ ซึ่งเริ่มตั้งแต่วันที่ 9 พฤษภาคม 2544 และสิ้นสุดวันที่ 25 กันยายน 2572
2. ที่ดินที่ซอยสุขุมวิท 62 เนื้อที่ 1,354 ตารางวา เป็นที่ดินว่างเปล่า ยังไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานใด ๆ

มูลค่าที่ดินและอาคาร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เป็นดังนี้

(เฉพาะบริษัท)		(บาท)
		รวม
ที่ดิน (ราคาทุน)		191,026,000.00
ค่าปรับปรุงที่ดิน (ราคาทุน)		2,699,157.82
อาคารและสิ่งปลูกสร้างและส่วนปรับปรุง (ราคาทุน)		88,069,011.24
รวม		281,794,169.06
หัก ค่าเสื่อมราคา		57,763,987.61
มูลค่าตามบัญชี		224,030,181.45

ทรัพย์สินไม่มีตัวตนของบริษัทร่วมและบริษัทย่อย

บริษัทร่วมและบริษัทย่อยได้ลงทุนซื้อลิขสิทธิ์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ 31 ธันวาคม 2556 มีมูลค่าสุทธิตามบัญชี 20,152.53 บาท

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทร่วมและบริษัทย่อย

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในบริษัทร่วมและบริษัทย่อย ตามนโยบายของผู้ร่วมลงทุนต่างชาติ ซึ่งจะทำให้บริษัทร่วมและบริษัทย่อยแต่ละบริษัทมีลูกค้าส่วนหนึ่งเป็นลูกค้าในต่างประเทศจากผู้ร่วมลงทุน

สำหรับบริษัทร่วมและบริษัทย่อยอื่นที่บริษัทไปลงทุนยังต่างประเทศ เป็นไปตามการร้องขอของลูกค้ารายใหญ่ที่มุ่งเข้าไปทำการเปิดตลาดและต้องการบริษัทโฆษณาที่มีคุณภาพเข้าไปดำเนินการโฆษณา

บริษัทมีนโยบายที่จะขยายการดำเนินธุรกิจโฆษณาเป็นรูปแบบอื่นเพิ่มเติมจากปัจจุบัน เช่น การเป็นที่ปรึกษาทางการตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งเป็นแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจโฆษณาในปัจจุบัน

นอกจากนี้บริษัทอาจขยายธุรกิจไปในประเภทธุรกิจอื่น ถ้ามีโอกาสและมีผู้ร่วมทุน

4.3 การประเมินราคาทรัพย์สิน

ที่ดิน 2 แปลงที่ไม่ใช่ที่ตั้งอาคารสำนักงานของบริษัทตามรายละเอียดที่แจ้งไว้ในข้อ 4.1 บริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินได้ประเมินมูลค่ายุติธรรมไว้ประมาณ 310.4 ล้านบาท (งบการเงินรวมสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ได้เปิดเผยมูลค่ายุติธรรมของที่ดินสองแปลงนี้ไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ข้อ 13 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน)

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง ฟ้องร้อง ลูกหนี้รายหนึ่ง มีมูลค่าตามฟ้องจำนวนเงินประมาณ 8 ล้านบาท เนื่องจากลูกหนี้รายนี้ประสบปัญหาทางการเงิน ต่อมาได้ทำสัญญาประนีประนอมยอมความให้ผ่อนชำระเป็นรายงวด โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการผ่อนชำระ
อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยได้บันทึกสำรองหนี้สูญ สำหรับลูกหนี้รายนี้ไปแล้ว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

บริษัท ประกิต โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) มีสำนักงานอยู่เลขที่ 88 ซอยสุขุมวิท 62 แขวง 3 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260 ทะเบียนบริษัทเลขที่ 01017535000389 โทรศัพท์ 02-715-3000 โทรสาร 0-2332-8522 website : www.prakit.com

บริษัทมีทุนจดทะเบียน 99,484,000 หุ้น เป็นหุ้นสามัญทั้งหมด มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท เรียกชำระแล้ว 60,000,000 หุ้น

สรุปข้อมูลของบริษัทร่วมและบริษัทย่อย

บริษัทร่วม

(1) รายละเอียดบริษัท ไคเร็กซ์ เรสพ็อนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ไคเร็กซ์ เรสพ็อนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง	:	88 ซอยสุขุมวิท 62 แขวง 3 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260
ประเภทกิจการ	:	ดำเนินธุรกิจนายหน้าตัวแทนโฆษณาต่อกลุ่มเป้าหมายโดยตรง และประชาสัมพันธ์
จำนวนและชนิดของหุ้น	:	หุ้นสามัญ 2,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000.-บาท ออกจำหน่าย และเรียกชำระแล้ว
จำนวนหุ้นที่บริษัทถือ	:	หุ้นสามัญ 980 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 49 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่าย ได้แล้ว

บริษัทย่อย

(1) รายละเอียด PRAKIT/FCB (CAMBODIA) LIMITED

ชื่อบริษัท	:	PRAKIT/FCB (CAMBODIA) CO., LTD.
ที่ตั้ง	:	11 Street 430, Sangkat Phsar Doem Thkov, Khan Chamkarmorn, Phnom Penh, Cambodia.
ประเภทกิจการ	:	ดำเนินการธุรกิจนายหน้าตัวแทนซื้อสื่อโฆษณาและรับจ้างผลิตงานโฆษณา
จำนวนและชนิดของหุ้น	:	หุ้นสามัญ 500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ US\$ 50
จำนวนหุ้นที่บริษัทถือ	:	หุ้นสามัญ 400 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 80 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้ว

(2) รายละเอียดบริษัท ดรอฟท์เอฟซีบี (ประเทศไทย) จำกัด

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ดรอฟท์เอฟซีบี (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง	:	88 ซอยสุขุมวิท 62 แขวง 3 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260
ประเภทกิจการ	:	ดำเนินการธุรกิจนายหน้าตัวแทนซื้อสื่อและรับจ้างผลิตงานโฆษณา
จำนวนและชนิดของหุ้น	:	หุ้นสามัญ 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.-บาท ออกจำหน่าย และเรียกชำระแล้ว
จำนวนหุ้นที่บริษัทถือ	:	หุ้นสามัญ 99,993 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.993 ของจำนวนหุ้นที่ จำหน่ายได้แล้ว

(3) รายละเอียดบริษัท มาร์เก็ตติ้ง ไดรฟ์ เวิร์ลด์ไวด์ (ประเทศไทย) จำกัด

ชื่อบริษัท	:	บริษัท มาร์เก็ตติ้ง ไดรฟ์ เวิร์ลด์ไวด์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง	:	88 ซอยสุขุมวิท 62 แขวง 3 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260
ประเภทกิจการ	:	ดำเนินการธุรกิจนายหน้าตัวแทนโฆษณาต่อกลุ่มเป้าหมายโดยตรง
จำนวนและชนิดของหุ้น	:	หุ้นสามัญ 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.-บาท ออกจำหน่าย และเรียกชำระแล้ว
จำนวนหุ้นที่บริษัทถือ	:	หุ้นสามัญ 19,993 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.965 ของจำนวนหุ้นที่ จำหน่ายได้แล้ว

บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

(ก) นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เลขที่ 62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย

เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2229-2888 โทรสาร 0-2359-1259

(ข) ผู้สอบบัญชี

นายพรชัย กิตติปัญญางาม และ/หรือ นางสาวนีย์ กิตติปัญญางาม

และ/หรือนายชนกร ฝักไฝผล

บริษัท บัญชีกิจ จำกัด

87/102-103 อาคารโมเดิร์นทาวน์ ชั้น 9 ซอยเอกมัย 3 ถนนสุขุมวิท 63

แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทร 02-3820414 โทรสาร 02-3815849

(ค) ที่ปรึกษากฎหมาย

นายศิวะ ดิษฐาภิรมย์

ทนายความ ใบอนุญาต เลขที่ 13357/2529

เลขที่ 44/86 ซอยเจริญพัฒนา ถนนติวานนท์

ตำบลตลาดขวัญ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี