



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ประวัติความเป็นมา

บริษัท บางกอก เดค-คอน จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “บางกอก เดค-คอน”) เดิมชื่อ บริษัท บางกอกวูดเด็นบิสิเนส จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2535 ด้วยทุนจดทะเบียน 25 ล้านบาท มีผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ กลุ่มของนางนุชนารถ รัตนสุวรรณชาติ และครอบครัว เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ โต๊ะตู้และเฟอร์นิเจอร์ ไม้ยางพารา ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้ตราสินค้า “I-Relax” โดยในปี 2536 บริษัทเริ่มประกอบธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายใน จนกระทั่ง ในเดือนกันยายน 2543 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วเป็น 80 ล้านบาท และเริ่มลดงานผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ มาเป็นรับเหมาตกแต่งภายใน อย่างเต็มตัว เนื่องจากขณะนั้นสินค้าที่มาจากประเทศจีนมีต้นทุนที่ต่ำกว่าทำให้บริษัทไม่สามารถแข่งขันได้ โดยในเดือนกันยายน 2546 บริษัทดำเนินการลดทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วเป็น 45 ล้านบาท และต่อมาในเดือนธันวาคม 2547 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วเป็น 150 ล้านบาท เพื่อขยายกำลังการผลิตและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน และในเดือนเมษายน 2552 และเดือนกันยายน 2553 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วอีก 40 ล้านบาท และ 70 ล้านบาท เป็น 190 ล้านบาท และ 260 ล้านบาท ตามลำดับ เพื่อขยายกำลังการผลิตและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน และ เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2554 บริษัทได้ดำเนินการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียน 350 ล้านบาท (ทุนชำระแล้ว 260 ล้านบาท)

### 2.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- |                    |  |
|--------------------|--|
| 17 กุมภาพันธ์ 2535 | จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท บางกอกวูดเด็นบิสิเนส จำกัด โดยมีทุน จดทะเบียนชำระแล้ว 25 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 250,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยมีสำนักงานและ โรงงาน เลขที่ 52/3 หมู่ 8 ถ.บางบัวทอง – สุพรรณบุรี ต.ละหาร อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110 เพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์ โต๊ะตู้และเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ภายใต้ตราสินค้า “I-Relax” |
| 2536               | เริ่มประกอบธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายใน  |
| 6 กันยายน 2543     | เพิ่มทุนชำระแล้วโดยการโอนที่ดินเป็นค้ำประกันจำนวน 55 ล้านบาท เป็น 80 ล้านบาท   |
| 24 กุมภาพันธ์ 2546 | ลดทุนชำระแล้วเป็น 45 ล้านบาท เนื่องจากช่วงระยะเวลาดังกล่าวไม่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ที่ดินเป็นของ บริษัทได้  |
| 28 ธันวาคม 2547    | เพิ่มทุนชำระแล้วอีก 105 ล้านบาท เป็น 150 ล้านบาท เพื่อขยายกำลังการผลิตและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน พร้อมทั้ง จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น บริษัท บางกอก เดค-คอน จำกัด   |
| 5 กันยายน 2551     | เพิ่มทุนชำระแล้วอีก 40 ล้านบาท เป็น 190 ล้านบาท เพื่อขยายกำลังการผลิตและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน  |
| 4 กุมภาพันธ์ 2552  | จดทะเบียนย้ายสำนักงานใหญ่ไปยังเลขที่ 580/6 ชั้นที่ 1 ถ.ประชาราษฎร์ 1 แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ. โดยให้ที่สำนักงานที่จังหวัดนนทบุรี เป็นสำนักงานสาขาของบริษัท   |
| 9 กันยายน 2552     | เพิ่มทุนชำระแล้วอีก 70 ล้านบาท เป็น 260 ล้านบาท เพื่อขยายกำลังการผลิตและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน  |
| 14 กรกฎาคม 2554    | จดทะเบียนย้ายสำนักงานกลับมาที่เลขที่ 52/3 หมู่ 8 ถ.บางบัวทอง – สุพรรณบุรี ต.ละหาร อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110 และจดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท บางกอก เดค-คอน จำกัด (มหาชน) และเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาทเป็นหุ้นละ 1 บาท และเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 260 ล้านบาทเป็น 350 ล้านบาท               |
| 1 ตุลาคม 2554      | บริษัทประสบกับเหตุอุทกภัยน้ำท่วมใหญ่ โดยที่ตั้งสำนักงาน และ โรงงานอยู่ในพื้นที่เสี่ยงภัย ซึ่งน้ำได้เข้าท่วมภายในอาคารสำนักงาน และ โรงงาน ของบริษัททำให้ทรัพย์สินได้รับความเสียหาย อย่างไรก็ดี ตาม บริษัทได้ทำการประกันครอบคลุมมูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้น และสามารถกลับมาดำเนินงานได้   |



- ตามปกติในช่วงต้นปี 2555
- 24 ธันวาคม 2555 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 3/2555 ได้มีมติอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิมหุ้นละ 1 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท โดยบริษัทได้ทำการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ต่อกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2556
- 12 มีนาคม 2556 ที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2556 ได้มีมติอนุมัติให้ทำการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 180 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาทแก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ภายหลังจากที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“สำนักงาน ก.ล.ต.”) และ มีมติอนุมัติให้นำหุ้นของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

### 2.3 ภาพรวมของการประกอบธุรกิจของบริษัท

บริษัทดำเนินธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคาร ประเภท คอนโดมิเนียม โรงแรม สำนักงาน ห้างสรรพสินค้า มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล และ สถานที่ราชการ เป็นต้น โดยแต่ละโครงการจะมีรายละเอียด รูปแบบและขนาด รวมถึงความต้องการใช้งานที่หลากหลายแตกต่างกันไป เช่น งานตกแต่งภายในสำนักงาน ห้องประชุม ห้องโถง ทางเดิน ห้องน้ำ ห้องพักโรงแรม ห้องพักโรงพยาบาล เป็นต้น ทั้งนี้ ในการรับเหมาก่อสร้างตกแต่งภายในนั้น บริษัทจะรับผิดชอบตั้งแต่การจัดหาวัสดุอุปกรณ์เพื่อนำมาผลิตชิ้นงานเองสำหรับป้อนให้โครงการ การจัดหาอุปกรณ์และเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป งานระบบไฟฟ้า ประปา แอร์ สุขาภิบาล เครื่องคอมพิวเตอร์ ฯลฯ รวมถึงดูแลรับผิดชอบขั้นตอนการก่อสร้างและติดตั้งจนกว่าโครงการจะเสร็จสมบูรณ์ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท คือ หน่วยงานราชการ / รัฐวิสาหกิจ และบริษัทเอกชนทั่วไป โดยในช่วง ปี 2553 – ปี 2555 ที่ผ่านมา บริษัทได้รับคัดเลือกโดยชนะ การประกวดราคาจากหน่วยงานต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น เช่น โครงการศูนย์ราชการกรุงเทพฯ ดำเนินการโดยกรมธนารักษ์, โครงการอาคารเรียนและโรงอาหาร มหาวิทยาลัยรามคำแหง, โครงการอาคารสำนักงาน บริษัท ปตท.สผ. จำกัด (มหาชน) (“ปตท.สผ.”), ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (“ปตท.”), โครงการอาคารสำนักงานกรุงไทยพานิชย์ประกันภัย เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังมีรายได้เสริมจากการขายซึ่งมาจากการผลิตและจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปตามคำสั่งซื้อลูกค้าอีกด้วย เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ตู้เอกสาร ชั้นวางหนังสือ ตามแบบที่บริษัทมีอยู่เพื่อขายแก่ลูกค้าเดิมทั้งในต่างประเทศและภายในประเทศที่เคยส่งผลิตในอดีต ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากการขายในปี 2553 คิดเป็นมูลค่า 5.94 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.30 ของรายได้รวมทั้งหมด โดยในปี 2554 ปี 2555 และ ไตรมาสที่ 1 ปี 2556 บริษัทไม่มีรายได้จากการขาย

ปัจจุบันบริษัทไม่มีบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมแต่อย่างใด

#### โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างรายได้	2553		2554		2555		ไตรมาส 1/56	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้ตามสัญญาตกแต่งภายใน	425.37	93.08	363.21	99.52	865.87	91.86	134.05	99.72
รายได้จากการขาย	5.94	1.30	-	-	-	-	-	-
<b>รวมรายได้หลัก</b>	<b>431.30</b>	<b>94.37</b>	<b>363.21</b>	<b>99.52</b>	<b>865.87</b>	<b>91.86</b>	<b>134.05</b>	<b>99.72</b>
รายได้อื่น ๆ <sup>1</sup>	25.71	5.63	1.75	0.48	76.74*	8.14	0.59	0.28
<b>รายได้รวม</b>	<b>457.01</b>	<b>100.00</b>	<b>364.96</b>	<b>100.00</b>	<b>942.61</b>	<b>100.00</b>	<b>134.43</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ: <sup>1</sup> รายได้อื่น ๆ ประกอบด้วยรายได้ค่าสินไหมทดแทน รายได้จากการขายเศษวัสดุ กำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน กำไรขาดทุนจากการจำหน่ายทรัพย์สิน เป็นต้น

\* ในปี 2555 บริษัทมีรายได้ค่าสินไหมทดแทนจากเหตุการณ์น้ำท่วมซึ่งเป็นรายได้จากรายการพิเศษ (Extraordinary Item) ที่ไม่ได้เกิดจากการประกอบธุรกิจของบริษัท



## 2.4 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

### 2.4.1 วิสัยทัศน์ และ พันธกิจ

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้น “คุณภาพและความเป็นธรรม” ซึ่งหมายถึงการเป็นธุรกิจชั้นนำที่ผลิตสินค้าคุณภาพสูง ให้บริการที่เป็นเยี่ยม ดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนสร้างสรรค์และส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ เพื่อสังคม เช่น การศึกษา สิ่งแวดล้อม และสาธารณประโยชน์อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดการดำเนินการของบริษัทที่ตั้งมั่นในความเป็นธรรม มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ เชื่อมกันแห่งคุณค่าของมนุษย์ และมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม

จากแนวคิดดังกล่าว บริษัทจึงกำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ พันธกิจ และวัฒนธรรมองค์กรไว้ดังนี้

**วิสัยทัศน์ :** “เป็นผู้ให้บริการด้านการรับเหมาตกแต่งภายในแบบครบวงจรอันดับหนึ่งของประเทศไทย”

**พันธกิจ :**

1. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าด้วยการส่งมอบคุณภาพงานที่มีความคุ้มค่า
2. มุ่งเน้นการสร้างพันธมิตรกับทุกภาคส่วนโดยยึดถือผลประโยชน์ขององค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญ
3. ปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในเพื่อให้เกิดความคล่องตัว ประหยัดค่าใช้จ่าย และ เวลา
4. ปรับปรุงกระบวนการด้านการผลิตเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทั้งในด้านคุณภาพ และ ต้นทุนการผลิต
5. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ ที่เหมาะสมกับงานของตนเอง อาทิ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความรู้ด้านเทคนิค ความเชี่ยวชาญในงานทำ มีทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน มีวินัยในตัวเอง เข้าใจการทำงาน อย่างเป็นทีมเพื่อมุ่งเน้นความสำเร็จขององค์กรในภาพรวม

**วัฒนธรรม :** เพื่อให้พนักงานมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

รักงาน	มีความมุ่งมั่นเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
รักลูกค้า	ให้บริการลูกค้าอย่างดีที่สุด
รักคุณธรรม	มีพฤติกรรมสุจริต ซื่อสัตย์ โปร่งใส
รักองค์กร	จงรักภักดีต่อองค์กร
รักทีมงาน	ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

### 2.4.2 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด
ด้านผลกำไร (Profitability)	อัตรากำไรสุทธิปีละ 10 %
ด้านการตลาด (Market Standing)	ยอดขายเพิ่มขึ้นปีละ 15 % ตำแหน่งทางการตลาด 1 ใน 3 ของประเทศ ขยายตลาดสู่ประเทศในกลุ่ม AEC 2 ประเทศ ได้แก่ พม่า และกัมพูชา



ด้านลูกค้า (Contributions to Customers)	ลดข้อร้องเรียนของลูกค้าลง 50 % ยกระดับความพึงพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการขึ้น 50 % ลดการส่งมอบงานไม่ตรงเวลาลง 50 %
ด้านผลิตภาพ (Productivity)	จำนวนสินค้าที่ผลิตได้ต่อพนักงานต่อคนเพิ่มขึ้น 15 % จำนวนยอดขายต่อพนักงานขายต่อคนเพิ่มขึ้น 15 % ระยะเวลาในการติดตั้งต่อโครงการลดลง 15 %
ด้านนวัตกรรม (Innovation)	จำนวนรายการปรับปรุงกระบวนการทำงานที่สร้างคุณค่าเพิ่มต่อพนักงานต่อคนต่อปีเพิ่มขึ้น 15 %
ด้านการเงินและสินทรัพย์ (Financial and Physical Resources)	การนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ได้ตามแผนที่กำหนดไว้
ด้านผู้บริหาร (Contributions to Management)	สร้างผู้สืบทอดตำแหน่งต่อพนักงานต่อคนในทุกตำแหน่งที่สำคัญ
ด้านพนักงาน (Contributions to Employees)	พนักงานที่มีทักษะในการปฏิบัติตั้งแต่สองอย่างขึ้นไปต่อพนักงาน 75 % ระดับความพึงพอใจของพนักงานเพิ่มขึ้นปีละ 15 %
ด้านสังคม (Contributions to Social)	อัตราการลดคาร์บอนที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตและบริการลง 10 % จำนวนโครงการที่ร่วมมือกับภาครัฐเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม 5 โครงการต่อปี จำนวนโครงการที่ร่วมมือกับลูกค้าเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม 5 โครงการต่อปี

## 2.4.3 การกำหนดกลยุทธ์

ระดับกลยุทธ์	รายละเอียด
กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)	<ul style="list-style-type: none"><li>- การขยายธุรกิจให้เจริญเติบโต (Growth Strategy) ทั้งภายในประเทศ และนอกประเทศ</li><li>- ขยายธุรกิจโดยการเพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจ</li><li>- พัฒนาการจัดการเรียนรู้ มีการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง และการพัฒนาผู้นำขององค์กร</li><li>- พัฒนาการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม</li><li>- ควบคุมค่าใช้จ่ายด้วยระบบงบประมาณ</li></ul>



กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Function Strategies)	
ด้านการตลาด	<ul style="list-style-type: none"><li>- การสร้างความแตกต่าง(Differentiation) และความโดดเด่น ในความสามารถหลักขององค์กร (Core Competency)</li><li>- สร้างภาพพจน์ของบริษัทในด้านการให้บริการแก่ลูกค้าที่แตกต่างจากคู่แข่งโดยการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการให้บริการแก่ลูกค้า</li><li>- พัฒนาการตลาดเชิงรุก สร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก “คิดถึงการตกแต่งภายใน นึกถึง บางกอก เดค-คอน”</li><li>- การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อพัฒนาตลาดใหม่ ให้ครอบคลุมส่วนครองตลาดให้มากขึ้น โดยการเข้าไปสู่กลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่</li></ul>
การผลิต/บริการ	<ul style="list-style-type: none"><li>- ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและระบบประกันคุณภาพในการบริการ เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ระดับธุรกิจในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง</li></ul>
การจัดการ	<ul style="list-style-type: none"><li>- พัฒนาองค์กรยั่งยืนเปี่ยมสุข</li><li>- พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถ มีทักษะและความชำนาญในการให้บริการ</li><li>- พัฒนาระบบสารสนเทศให้รองรับระบบประมาณ และการขยายตัวทางธุรกิจ</li></ul>