

'เดนทัลฯ'เกาะเทรนด์ เมดิคัลฮับ เน้นบริการพรีเมียม



เทรนด์'เมดิคัลฮับ'
ยิวอยู่ไทยต่อเนื่อง
และธุรกิจทันตกรรม
ก็เป็นหนึ่ง
ในเมดิคัลฮับ
โดยประมาณ 11%
ของมูลค่าตลาดรวม

พรศักดิ์ ตันตาปกุล

อ่านหน้า > 18



“

จุดแข็งของเดนทัลฯ คือ
ประสบการณ์ให้บริการ
ด้านทันตกรรมระดับพรีเมียม
และมีฐานลูกค้าต่างประเทศ
ที่ค่อนข้างมาก

พรศักดิ์ ตันตาปกุล

เดนทัลฯเกาะเทรนด์เมดิคัลฮับ เน้นบริการพรีเมียมเพิ่ม 'มาร์จิ้น'

สัมภาษณ์พิเศษ
● สนิชา ละคสวา

หนึ่งในเมกะเทรนด์ที่ไม่สามารถคลาด
สายตาได้ในปี 2560 คือเทรนด์ดูแลสุขภาพ
ซึ่งเป็นเทรนด์ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ระยะ 1-2 ปี
ที่แล้ว จนถึงปีนี้ สังเกตได้จากการที่มี
ผู้ประกอบการโรงพยาบาลเข้ามาระดมทุน
ในตลาดหลักทรัพย์เพื่อขยายกิจการกัน
อย่างคับคั่ง รวมไปถึงการกำหนดนโยบาย
ลงทุนของผู้จัดการกองทุนต่างๆ ที่ต้องมีการ
ลงทุนในธุรกิจสุขภาพ (Health Care) ติด
พอร์ตอยู่เสมอ

พรศักดิ์ ตันตาปกุล ประธานเจ้าหน้าที่
บริหารบริษัท เดนทัล คอร์ปอเรชั่น จำกัด
(มหาชน) หรือ D กล่าวว่า การเติบโตของ
ธุรกิจทันตกรรมจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
กับการเติบโตของอุตสาหกรรมทางการแพทย์

ของไทย อีกทั้งยังได้อานิสงส์จากการ
รวมตัวกันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
ที่ทำให้อุตสาหกรรมแพทย์ของไทยเติบโต
มากกว่าในอดีต เพราะไทยเทียบได้ว่าเป็น
ศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub)

“เทรนด์เมดิคัลฮับยังอยู่กับประเทศไทย
อย่างต่อเนื่อง และธุรกิจทันตกรรมก็เป็น
หนึ่งในเมดิคัลฮับ โดยคิดเป็นสัดส่วน
ประมาณ 11% ของมูลค่าตลาดด้าน
การแพทย์ของไทย และเดนทัล คอร์ปอเรชั่น
มีส่วนแบ่งทางการตลาดในทันตกรรมเพียง
1% เท่านั้น สะท้อนกว่าโอกาสการเติบโต
ของเดนทัล คอร์ปอเรชั่น ยังมีอีกมาก”

พรศักดิ์ กล่าวว่า เดนทัลฯ มีแผนเสนอ
ขายหุ้นไอพีโอ 50 ล้านหุ้น หรือคิดเป็น 25%
ของทุนจดทะเบียนภายหลังการเพิ่มทุน
ครั้งนี้ โดยเงินที่ได้จากการระดมทุน จะใช้
สำหรับการลงทุนเพื่อขยายสาขา , ชำระคืน
เงินกู้สถาบันการเงิน และที่เหลือใช้เป็นเงิน

ทุนหมุนเวียนในกิจการ

ทั้งนี้ เดนทัล คอร์ปอเรชั่น ดำเนินธุรกิจ
ให้บริการทางทันตกรรมแบบครบวงจร
ปัจจุบันมีสาขาทั้งหมด 12 สาขา แบ่งเป็น
ศูนย์ทันตกรรม 2 สาขา และคลินิกทันต
กรรม 10 สาขา ในกรุงเทพ 10 สาขา และ
ภูเก็ต 2 สาขา โดยดำเนินการภายใต้แบรนด์
3 แแบรนด์หลัก ประกอบด้วย BIDD หรือ
Bangkok International Dental Center
ซึ่งเป็นศูนย์ทันตกรรม 1 สาขา , Dental
Signature ซึ่งเป็นคลินิกทันตกรรม 3 สาขา
และ Smile Signature ซึ่งเป็นศูนย์ทันต
กรรม 8 สาขา

ความต่างของ 3 แแบรนด์คือ การรองรับ
ผู้ใช้บริการ โดยแบรนด์ BIDD จะเน้นความ
ครบวงจรของการบริการ รวมไปถึงรองรับ
การเป็น Dental Tourism ซึ่งเป็นกระแส
ที่ต่อเนื่องมาจาก Medical Hub ของไทย
ส่วนแบรนด์ Dental Signature จะเน้นให้

โครงสร้างธุรกิจ เดนทัลฯ



ครอบคลุม คัดค้านัก

เดนทัล คอร์ปอเรชั่น (99.99%)
ศูนย์กับดกรรรม และ คลินิกกับดกรรรม มี 11 สาขา

- ▶ Bangkok Dental Home (BIDC) (99.99%)
ศูนย์กับดกรรรมครบวงจร มี 1 สาขา
- ▶ บริษัท โรงพยาบาล กับดกรรรมกรุงเทพ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (BIDH) (99.80%)
โรงพยาบาลกับดกรรรม ปัจจุบันยังไม่ได้ดำเนินการธุรกิจ
- ▶ บริษัท เดนทัล ออล (ประเทศไทย) จำกัด (DAT) (99.80%)
แล็บกับดกรรรมเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

กราฟฟิค กรุงเทพธุรกิจ

บริการลูกค้าระดับบน ขณะที่แบรนด์ Smile Signature ได้วางจุดยืนทางการตลาดให้เป็นแบรนด์ที่ลูกค้าคนไทยสามารถเข้าถึงได้

ภายหลังการเข้าระดมทุนในตลาด

หลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ซึ่งเบื้องต้นกำหนดไว้ในเดือนเม.ย. 2560 บริษัทจะดำเนินการขยายสาขาเพิ่มตามที่ได้ระบุไว้ในไฟลิ่ง และให้ข้อมูลแก่นักลงทุนทั่วไป และนักลงทุนสถาบัน

“การเข้าระดมทุนในครั้งนี้ต้องการนำเงินไปใช้ชำระหนี้เพื่อลดต้นทุนทางการเงินของบริษัท ซึ่งปัจจุบันบริษัทมีระดับหนี้สินต่อทุนระดับ 1 เท่า หลังจากเข้าระดมทุนบริษัทจะมีหนี้เพียงเล็กน้อย ซึ่งจะช่วยลดภาระดอกเบี้ยจ่ายให้กับบริษัทได้”

พรศักดิ์ กล่าวเพิ่มว่า จุดแข็งของเดนทัลฯ คือประสบการณ์ให้บริการด้านทันตกรรมระดับพรีเมียม และมีฐานลูกค้าต่างประเทศที่ค่อนข้างมาก ปัจจุบันสัดส่วนลูกค้าต่างประเทศ อยู่ที่ 50% และลูกค้าในประเทศ 50% ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เหมาะสม ครอบคลุมการบริหารความเสี่ยงทั้งจากในและต่างประเทศ อาทิ ปัญหาการปิดสนามบินทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางมายังประเทศไทยได้ ทั้งนี้ ลูกค้าต่างประเทศส่วนใหญ่จะมาจากประเทศออสเตรเลีย อเมริกา และเมียนมา

นอกจากนี้ เดนทัลฯ ยังเป็นกลุ่มบริษัทที่มีศูนย์ทันตกรรมที่เป็นรายแรกของบริษัทไทยที่ได้รับมาตรฐานคุณภาพจาก Joint

Commission International หรือ JCI Accreditation ประเทศสหรัฐอเมริกา (เป็นรายที่ 2 ของเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้)

“ซึ่งการที่เราให้บริการระดับพรีเมียม และมีฐานลูกค้าต่างประเทศมาก ทำให้สามารถรักษาความสามารถในการทำกำไรที่น่าพอใจได้ ปี 2559 อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ 9.52% และมีความเป็นไปได้ที่ปีนี้อัตรากำไรจะเป็นตัว 2 หลัก”

ผลการดำเนินงานของบริษัทในช่วงที่ผ่านมาได้มีการเติบโตที่ดี โดยปี 2559 มีรายได้ 446.52 ล้านบาท เป็นอันดับที่ 1 ของอุตสาหกรรม ในขณะที่การเติบโตของกำไรมีแนวโน้มที่ดีขึ้นโดยในปี 2559 มีกำไรสุทธิ 42.52 ล้านบาท มีอัตรากำไรสุทธิ 10% ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่ระดับ 3% มาจากการควบคุมต้นทุนของบริษัทที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการขยายสาขาเพิ่มขึ้น

แผนการลงทุนในปี 2560 บริษัทตั้งงบลงทุนไว้ 50 ล้านบาท สำหรับขยายสาขา 30-35 ล้านบาท โดยจะขยายสาขาแบรนด์ Smile Signature เพิ่มขึ้นอีก 3-5 สาขา จากปัจจุบัน ที่มีอยู่ 8 สาขา จะเน้นสาขาในห้างสรรพสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการลงทุนในเพิ่มเครื่องอุปกรณ์ในสาขาเดิมอีก 15 ล้านบาท