

'เพิ่มมูลค่า-ขยายสาขา' 'เดินทล คอร์ปอเรชั่น'

แม้ธุรกิจบริการทางทันตกรรมครบวงจรของรุ่นพี่ **บมจ.แอลดีซี เดินทล หรือ LDC** จะมีฐานะการเงิน "ติดลบ 2 ปีซ้อน" ปี 2558-2559 ขาดทุน 30.62 ล้านบาท และ 82.53 ล้านบาท ตามลำดับ หลังต้นทุนบานจากการขยายสาขาต่างจังหวัดอย่างไม่หยุดยั้ง ปัจจุบันมีสาขาทั่วประเทศ 31 แห่ง

แต่สำหรับ **บมจ.เดินทล คอร์ปอเรชั่น หรือ D** ถือหุ้นใหญ่ 75% ผ่าน "ตระกูลต้นตอปากกุล" ผู้ให้บริการทางทันตกรรมแบบครบวงจรด้วยเทคโนโลยีและวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย ภายใต้ 3 แบรินด์ BIDD, Dental Signature และ Smile Signature ในฐานะหุ้นน้องใหม่ ไอพีโอที่กำลังจะเข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) วันที่ 3 เม.ย.2560 ราคาหุ้นละ 6 บาท กับมีผลประกอบการที่แตกต่างออกไป

สะท้อนผ่านงบการเงินในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (ปี 2558-2559) ที่มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจาก 12.31 ล้านบาท เป็น 42.52 ล้านบาท ตามลำดับ ขณะที่ในส่วนของรายได้รวมขยับขึ้นจาก 414 ล้านบาท เป็น 441 ล้านบาท โดยรายได้หลัก 98% ของรายได้รวมทั้งหมดมาจากงานบริการที่เลื่อนมาจากรายได้จากการขายและรายได้อื่นๆ

ปัจจุบันบริษัทมีรายได้รวม 12 สาขา แบ่งเป็นศูนย์ทันตกรรม 2 สาขา และคลินิกทันตกรรม 10 สาขา ซึ่งตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ 10 สาขา และภูเก็ต 2 สาขา

"**พรรคศักดิ์ ต้นตอปากกุล**" ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร **บมจ.เดินทล คอร์ปอเรชั่น** เล่าให้ "กรุงเทพธุรกิจ Biz Week" ฟังว่า การขยายสาขาใหม่ เพื่อเพิ่มฐานรายได้ ถือเป็นเรื่องที่ต้องดำเนินการ แต่จะไม่เปิดตัวมากเกินไปเพราะจะทำให้ต้นทุนขยายตัว ฉะนั้นสาขาใหม่ของบริษัทจะต้องตั้งอยู่บนทำเลที่ดีมีความต้องการต่อเนื่อง อย่างเป็นปี 2560 ตั้งใจจะเปิดสาขาใหม่อีก 1 แห่งบนถนนสุขุมวิท

การเพิ่มเงินในกระเป๋าไม่ได้ทำได้เพียงขยาย



พรรคศักดิ์ ต้นตอปากกุล

สาขาใหม่เท่านั้น แต่การเพิ่มมูลค่าให้สาขาเก่า ก็ทำให้ฐานะการเงินขยับตัวขึ้นเช่นกัน วิธีการคือพยายามใช้พื้นที่ให้บริการเต็มประสิทธิภาพเป็นต้น ขณะเดียวกันการผลักดันฐานรายได้ 4 งานบริการ ไม่ว่าจะทันตกรรมทั่วไป, ทันตกรรมเพื่อความงาม, การทำรากฟันเทียม และเล็บทันตกรรม ซึ่งงานเล็บทันตกรรมเพิ่งเริ่มดำเนินการเมื่อปีก่อน ยังมีช่องว่างอีกมาก



3 ปีที่ผ่านมา
รายได้รวมเติบโต
เฉลี่ย 5-6%
ต่ออนาคต
จะขยายตัวเท่าไร
คงต้องรอดู

"ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา รายได้รวมเติบโตเฉลี่ย 5-6% ต่ออนาคตจะขยายตัวเท่าไรคงตอบได้ลำบาก หุ้นใหญ่สัดส่วน 60% ยืนยันเช่นนั้น"

นายใหญ่แจ่มแจ้งจุดเด่นองค์กรว่า นอกจากจะเป็นศูนย์ทันตกรรมที่มีบริการบริการระดับโลก ถือเป็นรายแรกของประเทศไทยที่ได้รับมาตรฐานคุณภาพจาก JCI ประเทศสหรัฐอเมริกา และเป็นรายที่สองของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แล้ว

ขณะเดียวกันพอร์ตลูกค้ายังมีความสมดุล ถือเป็นกระจายความเสี่ยงให้ธุรกิจ ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนลูกค้าต่างชาติ 50% และลูกค้าในประเทศ 50% แตกต่างจากในอดีตที่มีลูกค้าต่างชาติมากถึง 70%

"ลูกค้าต่างชาติของบริษัทเป็นกลุ่ม A และ B+ ไล่ไปจนถึงระดับพรีเมียม ส่วนใหญ่เป็นชาวออสเตรเลีย 30-40% รองลงมาเป็นสหรัฐอเมริกา และยุโรป ล่าสุดที่กำลังมาแรง คือ พม่า ปัจจุบันมีสัดส่วนเฉลี่ย 4-7%"

ข้อดีอีกประการ คือ ราคาสมคุณภาพที่มีมาตรฐานเทียบเท่าโรงพยาบาลชั้นนำของเมืองไทย สะท้อนผ่านลูกค้าต่างชาติที่นิยมบินมารักษาที่บริษัท เนื่องจากค่ารักษาถูกกว่าต่างประเทศเฉลี่ย 50% โดยราคาขั้นต่ำที่ลูกค้าต่างชาติเข้ามาใช้บริการจะอยู่ระดับเฉลี่ย 400,000-500,000 บาทต่อคน สูงสุดถึงหลักล้าน

ปัจจุบันบริษัทให้บริการทางทันตกรรมในรูปแบบศูนย์ทันตกรรมและคลินิกทันตกรรม ประกอบด้วย ศูนย์ทันตกรรมแบรนต์ BIDD 1 สาขา คลินิกทันตกรรมแบรนต์ Dental Signature 3 สาขา ศูนย์ทันตกรรมแบรนต์ Smile Signature 1 สาขา และคลินิกทันตกรรมแบรนต์ Smile Signature 7 สาขา

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 200,000
Ad Rate: 2,400

Section: First Section/ถนนนักษัตร

วันที่: อาทิตย์ 2 เมษายน 2560

ปีที่: 30

ฉบับที่: 10419

หน้า: 7(ขวา)

Col.Inch: 60.15

Ad Value: 144,360

PRValue (x3): 433,080

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: 'เพิ่มมูลค่า-ขยายสาขา' 'เดินทล คอร์เปอร์ชั่น'

“คุณภาพการบริการของเราได้รับการการันตีจากรางวัลมากมาย เช่น รางวัล Outstanding Quality เป็นต้น”

“ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร” ยืนยันว่า ธุรกิจ Medical Tourism หรือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนทั้งหมดของประเทศไทย ปัจจุบันยังมีช่องว่างในการเติบโตมหาศาล สะท้อนผ่านตัวเลขมูลค่าตลาดรวมต่อปีที่ยังอยู่เพียง “หลักแสนล้านบาท”

แบ่งเป็นมูลค่าตลาดของทันตกรรมเพียง 11% ของมูลค่าตลาด ซึ่งบริษัทมีส่วนแบ่งเพียง 1% เท่านั้น ฉะนั้นโอกาสในการขยายตัวของบริษัทยังสามารถทำได้อีกมาก แม้ว่าปัจจุบันจะขึ้นแท่นเบอร์ 1 ในแง่รายได้และคุณภาพแล้วก็ตาม

ทันตแพทย์พรศักดิ์ ทิ้งท้ายว่า การเติบโตขององค์กรแห่งนี้จะอยู่ในลักษณะ Organic Growth ขณะเดียวกันจะพยายามรักษา “อัตรากำไรขั้นต้น” ที่ระดับ 37% ด้วยการเพิ่มมูลค่าสาขาเก่าและขยายสาขาใหม่ที่มีศักยภาพ โดยแต่ละสาขาต้องเดินทางถึง “จุดคุ้มทุน” ภายใน 6 เดือนถึง 1 ปี

“ผู้บริหารยุคใหม่ เริ่มใส่ใจคุณภาพปากและฟันมากขึ้น พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ถือเป็นโอกาสของเรา”