

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา  
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

แผนธุรกิจเรื่อง การพัฒนารูปแบบการให้บริการทันตกรรมรากเทียมของ  
โรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

รัตตินันท์ อัครสีอพงศ์

27 ก.ย. 2554  
293938

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

ตุลาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์  
ของ รัตตินันท์ อัครลือพงศ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัย  
บูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์

.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย)

คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์

.....ประธาน  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย)

.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ เตียววิศเรศ)

.....กรรมการ  
(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)  
วันที่ 19 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2553

## ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชัย สุนทรสมัย อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ และประธานหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาตั้งแต่เริ่มต้นด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์ในการเขียนแผนธุรกิจที่สมบูรณ์ และรู้ถึงคุณค่าของการทำงานนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. วรณิ เดียววิเศษ และ ดร. สมบัติ ชำรงสินถาวร เป็นอย่างสูงที่กรุณาเป็นกรรมการในการสอบงานนิพนธ์ ตลอดจนได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้งานนิพนธ์ฉบับนี้ มีความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว

ขอขอบพระคุณ อาจารย์วีระสิทธิ์ ปิติเจริญพร และอาจารย์อนุวัติ ทรัพย์พิษผล ที่ได้ให้ข้อคิดเห็นและให้กำลังใจในการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ขอขอบพระคุณ นายแพทย์พิชิต กังวลกิจ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลกรุงเทพพญา และทันตแพทย์หญิงทัศนีย์ เลิศสุดสาทรกุล ผู้อำนวยการศูนย์ทันตกรรมโรงพยาบาลกรุงเทพพญา และผู้บังคับบัญชาระดับผู้จัดการฝ่ายทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณและเวลาที่ใช้ในการศึกษาในระดับมหาบัณฑิต ตลอดจนข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการทำงานนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณลูกค้าทันตกรรมรากเทียมของ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการแสดงความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่องานนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณหัวหน้าแผนกบัญชีและการเงิน เจ้าหน้าที่การตลาดและประชาสัมพันธ์ และเพื่อนร่วมงานในโรงพยาบาลกรุงเทพพญาทุกคน ที่มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่องานนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณทันตแพทย์และเจ้าหน้าที่ทันตกรรมทุกคน ที่ใช้ความรู้ความสามารถในการดูแลลูกค้าและการทำงานร่วมกันด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณ คุณสุมาลี สำราญจิตต์ ที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือตลอดมา คุณปิยะรัตน์ ธีรภัทรสกุล ที่เป็นกำลังสำคัญในการทำงานนิพนธ์ฉบับนี้ เพื่อน ๆ และครอบครัวทุกคนที่ให้กำลังใจมาตลอดจนสามารถฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ มาได้

ท้ายสุดนี้ หากแผนธุรกิจเรื่อง การพัฒนารูปแบบการให้บริการทันตกรรมรากเทียมฉบับนี้  
เป็นประโยชน์ต่อองค์กรหรือหน่วยงานใด ขอยกคุณงามความดีทั้งหลาย แด่ คุณพ่อกิตติวัฒน์  
อัครลีพงษ์ ผู้มีพระคุณที่สุดในชีวิตและผู้เป็นแรงบันดาลใจที่ทำให้มีความตั้งใจศึกษาเล่าเรียนจน  
สำเร็จการศึกษา ถึงแม้ว่าท่านจะไม่ได้อยู่ดูความสำเร็จในวันนี้ รวมถึงผู้มีพระคุณทั้งที่ได้กล่าวนาม  
มาแล้ว และไม่ได้กล่าวนาม ที่มีส่วนทำให้การทำงานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

รัตตินันท์ อัครลีพงษ์

52920119: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม. (การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: รูปแบบการให้บริการ/ ทันตกรรมรากเทียม/ โรงพยาบาลเอกชน/ ชลบุรี  
 รัตตินันท์ อัครดิพงษ์: แผนธุรกิจเรื่อง การพัฒนารูปแบบการให้บริการทันตกรรมรากเทียมของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (A BUSINESS DEVELOPING PLAN OF IMPLANT DENTISTRY AT A SELECTED HOSPITAL IN PATTAYA CITY, CHON BURI PROVINCE.) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: วุฒิชัย สุนทรสมัย, D.B.A. 72 หน้า. ปี พ.ศ. 2553.

### บทสรุปผู้บริหาร

การพัฒนารูปแบบการให้บริการทันตกรรมรากเทียมของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนางานทันตกรรมรากเทียมให้เป็นศูนย์กลางในการให้บริการทันตกรรมรากเทียมที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยผู้บริหารเล็งเห็นถึงความสำคัญและ โอกาสทางการตลาดที่จะพัฒนากิจการให้เจริญก้าวหน้า สามารถแข่งขันในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน ได้ จึงมีแนวทางที่จะเพิ่มรายได้โดยจะเปลี่ยนรูปแบบจากศูนย์ทันตกรรมที่ให้บริการทันตกรรมรากเทียมเป็นบริการหนึ่งที่ไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก ให้เป็นศูนย์ทันตกรรมรากเทียมที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งในพื้นที่ โดยการทำสัญญาความร่วมมือกับบริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์รากเทียมคุณภาพสูง ในการลดต้นทุนของสินค้าคงคลัง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีราคาค่อนข้างสูง จึงใช้งบลงทุนจากการขออนุมัติงบประมาณรายจ่ายของ โรงพยาบาลเพียง 1,027,000 บาท ในการฝึกอบรมและการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาข้อมูลของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพพบว่า คลินิกทันตกรรมที่มีอยู่ในเมืองพัทยามีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 ถึง พ.ศ. 2551 ร้อยละ 144 แสดงถึงศักยภาพการเติบโตของธุรกิจคลินิกทันตกรรมในพื้นที่ รวมถึงพื้นที่ใกล้เคียงได้แก่ อำเภอศรีราชา และอำเภอเมืองชลบุรี ก็มีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงในช่วงเวลาเดียวกัน

โอกาสทางธุรกิจจากทิศทางเศรษฐกิจที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยความพยายามของรัฐบาลที่จะดึงดูดเงินตราจากต่างประเทศเข้ามาในรูปแบบของบริการการท่องเที่ยว ทำให้ที่ตั้งของกิจการอยู่ในเมืองพัทยาซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกหมุนเวียนมาตลอดทั้งปี รวมทั้งเมืองพัทยายังเป็นเขตติดต่อกับนิคมอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ และจากแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลกสู่สังคมผู้สูงอายุ กระแสนิยมเอเชียและวัฒนธรรมตะวันออก รวมทั้งการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีรายได้สูง ล้วนเป็นปัจจัยที่สร้างโอกาส

ให้แก่ประเทศไทยในการขยายตลาดสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองการสร้างสุนทรียภาพของการดำเนินชีวิตและรักษาสุขภาพ

พันธมิตรรaketiem ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในบริการที่สอดคล้องกับกระแสสุขภาพ กระแสสังคมผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่พิจารณาซื้อสินค้าที่ความคุ้มค่ามากขึ้น จึงทำให้ศูนย์พันธมิตรมองเห็นแนวทางและโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการลงทุนในโครงการนี้ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจคลินิกพันธมิตรในเมืองพัทธการกำลังตกอยู่ในสภาพการแข่งขันที่รุนแรง ดังนั้นการที่จะดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายด้าน ซึ่งจุดแข็งที่สำคัญก็คือทำเลที่ตั้ง แต่ที่สำคัญที่สุด ได้แก่ การสร้างจุดขายที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งและเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

กลุ่มลูกค้าเป็นชาวต่างชาติร้อยละ 85 เนื่องจากค่าบริการพันธมิตรในประเทศไทยมีราคาถูกมากเมื่อเปรียบเทียบกับในต่างประเทศ พันมิตรรaketiem จึงเป็นที่นิยมสำหรับชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย ถึงแม้ว่าธุรกิจอื่นจะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว แต่งานพันธมิตรรaketiem ก็มีอัตราการเติบโตอย่างสวนกระแส จากสถิติของศูนย์พันธมิตรในปี พ.ศ. 2550-2552 มีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 27, 37 และ 14 ตามลำดับ และมีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต

กลยุทธ์ระดับกิจการที่จะนำมาใช้ คือ กลยุทธ์เติบโต (Growth Strategy) เน้นการเจริญเติบโตมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญ (Concentration Growth Strategy) เลือกเจริญเติบโตในระนาบ (Horizontal Integration) โดยเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น และเป็นการเจริญเติบโตที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิม กลยุทธ์ระดับธุรกิจจะเน้นความแตกต่าง (Differentiation) และเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม คือกลุ่มผู้ใหญ่ตอนกลางจนถึงวัยผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง (Hi-end Customer)

แผนการตลาดเน้นการหาลูกค้าผ่านการทำการตลาดออนไลน์ในระยะ 6 เดือนแรก เพื่อกระตุ้นยอดขายภายในระยะเวลาอันรวดเร็วควบคู่ไปกับการทำการตลาดผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิม ทางศูนย์พันธมิตรได้วางแผนการดำเนินโครงการโดยคาดว่าจะเปิดให้บริการได้ในปี พ.ศ. 2554

โครงการนี้เป็นโครงการขยายธุรกิจในรูปแบบการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ (Re-brand) โดยใช้ผู้บริหารชุดเดิม สถานที่เดิม และไม่มีการลงทุนเครื่องมือเพิ่ม คาดการณ์รายได้จากพันธมิตรรaketiem ในปีแรก 18 ล้านบาท สามารถสร้างกำไร ได้ตั้งแต่เริ่มดำเนินการ โดยมีรายได้เติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี มีอัตรากำไรร้อยละ 25

52920119: MAJOR: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE MANAGEMENT; M.M.  
(SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE MANAGEMENT)

KEYWORDS: BUSINESS PLAN/ DENTAL IMPLANT/ PRIVATE HOSPITAL/ CHON BURI  
RATTINAN AKKARALUEPHONG: A BUSINESS DEVELOPING PLAN OF  
IMPLANT DENTISTRY AT A SELECTED HOSPITAL IN PATTAYA CITY, CHON BURI  
PROVINCE. ADVISER: VUTTICHAT SUNTHORNSAMAI, D.B.A. 72 P. 2010.

### EXECUTIVE SUMMARY

The aims of a business developing plan of the dental implant at a private hospital in Pattaya city, Chon Buri province was to develop a guidelines for dental implant as the most effective Dental Implant Center in the eastern part of Thailand. The management recognized the importance of market opportunities to develop the business competitive advantage at the present economic climate. The way to increase dental revenue was to re-branding Dental Center to a new positioning of dental implant differently from competitors since it provided dental implant as a simple service. The cooperative agreement with the dealership which supply a high quality implant products can reduce the high cost of dental implant inventory. Therefore this project was approved by the hospital management for training, advertising and marketing communication for the amount of 1,027,000 baht.

Data from Department of Health Service Support showed that dental clinics in Pattaya city have increased 144 percent from year 2005 to 2008, which was the high potential business growth of dental clinics. Including in the near area, dental clinics in Sriracha and Chon Buri district had significant high growth rates during the same period.

Business opportunities were from the direction of the economy started by the government's efforts to promote the tourism of Thailand. Pattaya city which is the world famous tourist destination, flowing tourists from all over the world throughout the year, and bordering the industrial estate of the country, is the best location for the business. The structure of the global population of the elderly has also potentially changed, plus the Asian popularization and culture, as well as consumer behavior changed with high income. These factors also created an opportunities for many businesses in Thailand to expand their markets for goods and services that met a pleasure of comfortable healthy life.

Dental implant was considered as one of the service in line with current the most popularity of health, value for money. Therefore, the Dental Implant Center could be founded for these business opportunities, although we have to think the serious competition in this area. However, there were many factors of succession as the location where is a major strength, is the most important marketing strategy to establish a profitable selling point that differentiated itself from competitors and their competitive advantages.

At present, 85 percent of customers are foreigners, because of the cost of dental services in Thailand are very cheap compared to overseas. Although other businesses were affected by the recent economic slowdown, dental implant revenue had the adverse growth rate from other dental service revenues. From year 2007 to 2009 the dental implant growth rates were 27 percent, 37 percent and 14 percent, respectively, and are likely to grow more in the future.

Business strategy was the factor of 'Growth Strategy' focused on 'Concentration Growth Strategy.' The business grew in 'Horizontal Integration' increasing the market share related to existing business. The business unit strategy was the 'Product Highlight' and 'Differentiation.' The target customer was the Hi-end customer in middle adulthood and late adulthood, a customer group with high purchasing power.

Marketing plan focused on online marketing in a starting period of six months started to boost sales revenue, along with the existing marketing channels. The Dental Implant Center will be a new business project in year 2011.

This program which is the business expansion to change an image (Re-branding) with the current management at the same place and no investment tools, expected income 18 million baht from Implant Dentistry in the first year. Profitable from the starting, the annual revenue growth average 20 percent and profit margin was 25 percent.



## สารบัญ

|                                                              | หน้า |
|--------------------------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย .....                                        | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....                                     | ฉ    |
| สารบัญ .....                                                 | ช    |
| สารบัญตาราง .....                                            | ญ    |
| สารบัญภาพ .....                                              | ฎ    |
| บทที่                                                        |      |
| 1 บทนำ .....                                                 | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญ .....                                 | 1    |
| วัตถุประสงค์ .....                                           | 4    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....                              | 5    |
| คำนิยามศัพท์ .....                                           | 5    |
| 2 สภาพธุรกิจและโครงสร้างของธุรกิจ .....                      | 10   |
| ประวัติกิจการ .....                                          | 10   |
| ข้อมูลทั่วไปของศูนย์ทันตกรรม .....                           | 11   |
| ผลการดำเนินงานย้อนหลัง 3 ปี .....                            | 12   |
| 3 การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดและสถานะการแข่งขัน .....          | 17   |
| การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมหภาค .....                  | 17   |
| การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและสภาพอุตสาหกรรม .....             | 17   |
| การวิเคราะห์คู่แข่ง .....                                    | 21   |
| ปัจจัยสู่ความสำเร็จ .....                                    | 23   |
| การศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการทันตกรรมรากเทียม..... | 23   |
| การประเมินศักยภาพทางการตลาด (SWOT Analysis) .....            | 27   |
| 4 แผนธุรกิจ .....                                            | 32   |
| วิสัยทัศน์ .....                                             | 32   |
| พันธกิจ .....                                                | 32   |
| เป้าหมาย .....                                               | 32   |
| กลยุทธ์ระดับกิจการ .....                                     | 32   |
| กลยุทธ์ระดับธุรกิจ .....                                     | 33   |

สารบัญ (ต่อ)

| บทที่                          | หน้า |
|--------------------------------|------|
| กลยุทธ์ระดับหน่วยงาน .....     | 33   |
| 5 การนำไปใช้และแผนฉุกเฉิน..... | 49   |
| การนำไปใช้ .....               | 49   |
| แผนฉุกเฉิน.....                | 60   |
| บรรณานุกรม .....               | 61   |
| ภาคผนวก .....                  | 62   |
| ประวัติย่อของผู้วิจัย .....    | 72   |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่                                                                                                                        | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1-1 อัตราการเจริญเติบโตของรายได้ของศูนย์ทันตกรรม, ทันตกรรมความงามและทันตกรรมรากเทียม ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2544-2552 .....            | 4    |
| 2-1 สัดส่วนผู้รับบริการและสัดส่วนรายได้ของศูนย์ทันตกรรมแยกตามกลุ่มลูกค้าเฉลี่ย 3 ปี (พ.ศ. 2550-2552) .....                      | 12   |
| 2-2 สัดส่วนผู้รับบริการและสัดส่วนรายได้ของศูนย์ทันตกรรมแยกตามช่วงอายุเฉลี่ย 3 ปี (พ.ศ. 2550-2552) .....                         | 13   |
| 2-3 สัดส่วนผู้รับบริการและสัดส่วนรายได้ของศูนย์ทันตกรรมแยกตามสาขาเฉพาะทางเฉลี่ย 3 ปี (พ.ศ. 2550-2552) .....                     | 13   |
| 2-4 อัตราการเจริญเติบโตของรายได้งานทันตกรรมรากเทียมปี พ.ศ. 2550-2552 .....                                                      | 14   |
| 2-5 สัดส่วนผู้รับบริการทันตกรรมรากเทียมแยกตามกลุ่มลูกค้าเฉลี่ย 3 ปี (พ.ศ. 2550-2552) .....                                      | 14   |
| 2-6 สัดส่วนผู้รับบริการทันตกรรมรากเทียมแยกตามช่วงอายุ เฉลี่ย 3 ปี (พ.ศ. 2550-2552)                                              | 15   |
| 2-7 สัดส่วนผู้รับบริการทันตกรรมรากเทียมแยกตามช่วงอายุ เฉลี่ย 3 ปี (พ.ศ. 2550-2552)                                              | 15   |
| 2-8 ความถี่ของจำนวนรากฟันเทียมที่มีผู้มารับบริการ ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2550-2552 .....                                               | 16   |
| 3-1 จำนวนคลินิกทันตกรรมเอกชนในภาคตะวันออกปี พ.ศ. 2545, 2548 และ 2551 .....                                                      | 18   |
| 3-2 จำนวนคลินิกทันตกรรมเอกชนในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดชลบุรี .....                                                                | 18   |
| 3-3 การเปรียบเทียบคู่แข่งทางตรงของศูนย์ทันตกรรม .....                                                                           | 22   |
| 3-4 เครื่องมือที่ใช้ในการวัดระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ .....                                                               | 25   |
| 3-5 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการทันตกรรมรากเทียมแยกตามกลุ่มผู้รับบริการ .....                                                | 25   |
| 3-6 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการของศูนย์ทันตกรรมและผู้รับบริการทันตกรรมรากเทียมในเดือนสิงหาคมและกันยายน พ.ศ. 2553 .....      | 26   |
| 3-7 การประเมินศักยภาพทางการตลาดของศูนย์ทันตกรรมตาม Balance Scorecard .....                                                      | 27   |
| 4-1 ผลการทดลองทำโฆษณากับกูเกิล (Pay Per Click/ Google Adwords) ของศูนย์ศิวพรรณและความงาม เดือนสิงหาคมถึงกันยายน พ.ศ. 2553 ..... | 37   |
| 4-2 การจัดอันดับจำนวนผู้รับบริการทันตกรรมและรายได้แยกตามประเทศ 10 อันดับแรก                                                     | 38   |
| 4-3 แผนปฏิบัติการ โครงการหลัก 3 โครงการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของศูนย์ทันตกรรมรากเทียม .....                                      | 41   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่                                                                                          | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 4-4 การเปรียบเทียบขั้นตอนทั่วไปของการทำรากฟันเทียมและความแตกต่างของ<br>ศูนย์ทันตกรรมรากเทียม..... | 42   |
| 4-5 จำนวนทันตแพทย์ก่อนและหลังการเปิดศูนย์ทันตกรรมรากเทียม .....                                   | 45   |
| 4-6 แผนพัฒนาบุคลากรของศูนย์ทันตกรรมรากเทียมในระยะเวลา 3 ปี .....                                  | 46   |
| 4-7 การพยากรณ์ทางการเงินของศูนย์ทันตกรรมรากเทียมในระยะเวลา 3 ปี .....                             | 47   |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่                                                                                        | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1-1 จำนวนผู้มารับบริการของศูนย์ทันตกรรมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2552 .....                         | 1    |
| 1-2 จำนวนผู้มารับบริการของศูนย์ทันตกรรมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2552 .....                         | 2    |
| 4-1 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของศูนย์ทันตกรรมรากเทียม .....                                   | 34   |
| 4-2 สัดส่วนรายได้กลุ่มคนไทยของศูนย์ทันตกรรมแยกตามพื้นที่ในภาคตะวันออก .....                   | 39   |
| 4-3 โครงสร้างการจัดการของศูนย์ทันตกรรมรากเทียม .....                                          | 40   |
| 4-4 ขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการรากฟันเทียม .....                                         | 42   |
| 5-1 แผนการดำเนินงาน โครงการศูนย์ทันตกรรมรากเทียม .....                                        | 49   |
| 5-2 แผนการดำเนินงาน โครงการเตรียมความพร้อมบุคลากรสำหรับการเปิดศูนย์ทันตกรรม<br>รากเทียม ..... | 52   |
| 5-3 แผนการดำเนินงาน โครงการสร้างแบรนด์ที่เข้มแข็ง .....                                       | 56   |
| 5-4 แผนการดำเนินงาน โครงการเพิ่มฐานลูกค้าทันตกรรมรากเทียม .....                               | 59   |