

สูตรสำเร็จ 'คิงเพาเวอร์'

ยึด 4 สนามบินนาน 10 ปี

รายงาน REPORT 5

โต๊ะข่าวท่องเที่ยว

3 กลุ่มที่ชิงประมูล



1. บริษัท คิงเพาเวอร์ ดิวตี้ฟรี จำกัด
2. กลุ่มกิจการร่วมค้ากรุงเทพ ลีออตเต้ ดิวตี้ฟรี
 - บมจ. การบินกรุงเทพ
 - บริษัท โฮเต็ล ลีออตเต้ จำกัด
 - บริษัท บางกอกแอร์เวย์ส โฮลดิ้ง จำกัด
3. กลุ่มกิจการร่วมค้าดูฟรี รอยัล ออคิต
 - บมจ.โรงแรมรอยัลล่อคิต
 - บริษัท เอ็มโพร์ เอเชีย กรุ๊ป จำกัด
 - WDFG UK LIMITED

คะแนนดิวตี้ฟรี
สนามบินสุวรรณภูมิ

คะแนนดิวตี้ฟรี
3 สนามบินภูมิภาค

อาณาจักร
คิงเพาเวอร์

1.64
แสนล้าน

KING
POWER

หน่วย : บาท

คิงเพาเวอร์ กวาดเรียบดิวตี้ฟรี

4 สนามบินของทอท.

สัญญา 10 ปี เริ่ม 28 ก.ย. 63-31 มี.ค. 74

ผลตอบแทน

- TOR (ดิวตี้ฟรี) ที่เพิ่งประมูล
เอกชนจ่ายส่วนแบ่งรายได้
(revenue sharing) 20%
หรือจ่ายผลตอบแทนขั้นต่ำ
(minimum guarantee)
(อย่างน้อยอย่างใดมากกว่า
ต้องจ่ายส่วนนั้น)

- ข้อเสนอของคิงเพาเวอร์
(minimum guarantee)
สัญญาใหม่ลักษณะขั้นบันได ช่วงปีแรกๆ
จ่ายอยู่ที่ 20% จากยอดขายไปจนถึง
สูงสุด 40% จากยอดขายในช่วงปีหลังๆ

- การจ่าย minimum guarantee
ปัจจุบันของคิงเพาเวอร์
สัญญาเดิมเฉลี่ย 15% 1-5 ปีแรกจ่าย
อยู่ที่ 15% ปีที่ 6 จ่าย 16% ปีที่ 7
จ่าย 17% ปีที่ 8 จ่าย 18% ปีที่ 9
จ่าย 19% และปีที่ 10 จ่าย 20%
5 ปีแรกจ่าย 1,200-1,600 ล้านบาท
ปีหลังๆจ่าย 2,500-2,600 ล้านบาท

กลุ่มที่ประกอบธุรกิจดิวตี้ฟรี/รีเทล

ฐาน INFO GRAPHIC

ปี 2561 สิ้นทรัพย์
5,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
หรือ 1.64 แสนล้าน

ปี 2560 ผลประกอบการ
16 บริษัท กลุ่มคิงเพาเวอร์
รายได้รวม 117,570 ล้าน
กำไร 11,716 ล้าน

อินเตอร์เนชั่นแนล
(ร้านค้าปลอดอากรในเมือง)
56,151 ล้าน
กำไร 3,944 ล้าน

แท็กซี่ฟรี (ขายของที่ระลึก
และสินค้าไทยที่สนามบิน)
5,467 ล้าน
กำไร 248.6 ล้าน

มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ เมเนจเม้นท์
ขายสินค้าปลอดอากร
บนเครื่องบิน)
39.3 ล้าน กำไร 1.4 แสน

ดิวตี้ฟรี
(ดิวตี้ฟรีในสนามบิน)
35,633 ล้าน
กำไร 1,838 ล้าน

สุวรรณภูมิ (บริหารพื้นที่เชิงพาณิชย์ สนามบินสุวรรณภูมิ)
5,324 ล้าน
กำไร 1,764 ล้าน

ดีเวลอปเม้นท์ (จุดส่งมอบสินค้า
ดิวตี้ฟรี สนามบินสุวรรณภูมิ)
861.5 ล้าน
กำไร 117.9 ล้าน



ารประมูลดิวตี้ฟรีและพื้นที่เชิงพาณิชย์ล็อตใหญ่ในสนามบินหลักของบริษัทยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ทอท.สัญญา 10 ปี กัดกร่อนของ "กลุ่มคิงเพาเวอร์" ตามคาด ด้วย

คะแนนอันดับ 1 (ตารางประกอบ)

กินรวบพื้นที่ 4 หมื่นตร.ม.

เปิดเสรีการประมูลรอบนี้คิงเพาเวอร์ได้พื้นที่กว่า 4 หมื่นตร.ม.ไปครอง เป็นส่วนของดิวตี้ฟรีสนามบินสุวรรณภูมิ 1.2 หมื่น

ตร.ม. พื้นที่ร้านค้า 1.95 พันตร.ม. และดิวตี้ฟรี 3 สนามบินภูมิภาค (สนามบินภูเก็ต, สนามบินเชียงใหม่, สนามบินหาดใหญ่) พื้นที่ 2 พันตร.ม. ในนาม "บริษัทคิงเพาเวอร์ ดิวตี้ฟรี จำกัด" รวมไปถึงยังได้สัญญาการ

บริหารพื้นที่เชิงพาณิชย์ (รีเทล) สนามบินสุวรรณภูมิ อีก 2.4 หมื่นตร.ม. ในนาม "บริษัทคิงเพาเวอร์สุวรรณภูมิ จำกัด" ที่ได้ 95 คะแนนแข่ง "บริษัทเซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) หรือซีพีเอ็น" อยู่ที่ 80 คะแนนอีกด้วย

การประมูลดีวีดีฟรีรอบนี้เจ้าถิ่นอย่างคิงเพาเวอร์ นอนมากี่ว่าได้ จากความได้เปรียบคู่แข่งอีก 2 ราย ที่เข้ามาลงสนามเป็นครั้งแรก ที่แม้จะฉีกเบรนต์ ดีวีดีฟรีระดับโลก ที่เป็นเบอร์ 1 อย่างเบรนต์ "DUFREY" และเบอร์ 2 อย่าง "ลีโอเต้" ของโลกเข้ามาร่วมชิงประมูลก็ตาม

กอก.กินค่าตั้งเพิ่มอีกเท่าตัว

ความได้เปรียบแรกอยู่ที่เกณฑ์การให้คะแนนที่ด้านเทคนิค คิดเป็นสัดส่วน 80% และคะแนนราคา 20% ซึ่งแน่นอนว่าจากดาด้าเบสท์ที่คิงเพาเวอร์ ทำธุรกิจในสนามบินมากกว่า 10 ปี และคอนเนกชันที่มีมาอย่างยาวนาน แผนธุรกิจที่เกิดขึ้นเรียกว่ามองตาก็รู้ใจอยู่แล้วว่าคิงเพาเวอร์ต้องการอะไร และอีกเหตุผลคือคิงเพาเวอร์เป็นบริษัทคนไทย 100% การยกเว้นภาษีสินค้าปลอดอากร หรือแม้แต่การจัดเก็บภาษีของกรมศุลกากร ก็จะได้เต็มเม็ดเต็มหน่วยกว่า

ส่วนคะแนนราคา คิงเพาเวอร์ทุ่มสุดตัว เพื่อรักษาฐานที่มั่น เพราะไม่เพียงเป็นเรื่องของหน้าตา แต่ยังเป็น Core Business ที่สร้างตัวทำให้คิงเพาเวอร์ มียอดขายติดอันดับ 7 ของโลกอย่างทุกวันนี้ ทำให้คิงเพาเวอร์ทุ่มเสนอผลตอบแทนขั้นต่ำที่สูงเหนือความคาดหมาย โดยจ่ายในลักษณะขั้นบันได ในช่วงปี

แรกๆ จ่ายอยู่ที่ 20% จากยอดขายไล่ไปจนถึง 40% จากยอดขายในช่วงปีหลังๆ ซึ่งนับว่าสูงกว่าผลตอบแทนขั้นต่ำของคิงเพาเวอร์ในสัญญาเดิมที่เสนอผลตอบแทนขั้นต่ำ 15% ถึงสูงสุด 20%

ดังนั้นตามสัญญาใหม่ไม่เพียงพอ.จะมีรายได้จากส่วนแบ่งผลประโยชน์เพิ่มขึ้นเท่าตัวจากปัจจุบันคิงเพาเวอร์มีรายได้จากส่วนแบ่งผลประโยชน์รายได้อยู่ที่ 1.67 หมื่นล้าน ที่ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากสัมปทานพื้นที่ รีเทลและดีวีดีฟรีใน 4 สนามบิน ซึ่งดำเนินการโดยกลุ่มคิงเพาเวอร์ ทั้งยังลดข้อครหาได้ส่วนหนึ่งที่ก่อนหน้านี้สมาคมค้าปลีกตั้งข้อสังเกตจากจ่ายผลตอบแทนของคิงเพาเวอร์ที่ต่ำกว่าดีวีดีฟรีอื่นๆ ในสนามบินของประเทศเพื่อนบ้านที่เขาจ่ายกันอยู่ที่ราว 40%

อีกทั้งแม้ว่ารายได้ดีวีดีฟรี 82% จะอยู่ที่สนามบินสุวรรณภูมิ ส่วนอีกราว 17.99% อยู่ที่สนามบินภูเก็ตรวมสนามบินเชียงใหม่ และอยู่ที่สนามบินหาดใหญ่ 0.04% แต่อย่าลืมว่าในอนาคตคิงเพาเวอร์ก็ยังมีความขยายสนามบินภูมิภาคเหล่านี้ จึงไม่แปลกที่คิงเพาเวอร์ จะยังคงรักษาฐานที่มั่นนี้อยู่

จ่อชิงประมูลอีก 2 โครงการ

งานนี้ยังไม่จบลงแค่นี้ เพราะจุดปักธงต่อไปของคิงเพาเวอร์ ยังอยู่ที่การประมูลจุดรับ

ส่งสินค้าดีวีดีฟรี (pick up counter) ที่สนามบินสุวรรณภูมิ รวมถึงดีวีดีฟรีที่สนามบินดอนเมืองที่เหลืออีก 3 ปีจะหมดสัญญานับจากเริ่มโครงการเมื่อปี 2555 แน่นอนว่าทั้ง 2 โครงการนี้ กลุ่มกิจการร่วมค้าดีวีดีฟรี รอยัล ออคิด และลีโอเต้ ก็จับจองอยู่เช่นกัน

นายสมบัตร เดชาพานิชกุล รองประธานกรรมการ และรักษาการประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ฯ กล่าวว่า คิงเพาเวอร์ พร้อมที่จะเดินหน้าต่อไป เพราะมีประสบการณ์ในด้านนี้อยู่แล้ว โดยมองถึงการประมูลโครงการที่เหลือ คือ จุดรับส่งสินค้า (pick up counter) ที่สนามบินสุวรรณภูมิ และดีวีดีฟรีสนามบินดอนเมือง ซึ่งขอประเมินสถานการณ์ก่อน แต่คาดว่าจะไม่น่าจะพลาด

การชนะประมูลที่เกิดขึ้นจึงเป็นแต้มต่อสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจดีวีดีฟรีของคิงเพาเวอร์ ที่ภายใต้เป้าหมาย 5 ปี (ปี 2560-2564) ที่จะผลักดันยอดขายดีวีดีฟรีจากอันดับ 7 ของโลก ราว 8 หมื่นล้านบาท ขยับมาเป็นอันดับ 5 ของโลก ภายใต้เป้าหมายยอดขายที่ 1.4 แสนล้านบาท ■