

ข่าวหุ้น

Khao Hoon
Circulation: 90,000
Ad Rate: 1,100

Section: First Section/หน้าแรก

วันที่: พุธ 8 พฤษภาคม 2562

ปีที่: 25

ฉบับที่: 6207

หน้า: 1(ขวา), 27, 28

Col.Inch: 70.27

Ad Value: 77,297

PRValue (x3): 231,891

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: BAผนึกยอดเต็งชิงดีวีดีฟรี AOTยิ้มร่าประมูลเดือด!

BAผนึกยอดเต็งชิงดีวีดีฟรี AOTยิ้มร่าประมูลเดือด!

BA ผนึก “ยอดเต็ง” ชิงงานดีวีดีฟรีสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานภูมิภาค ท้าชน “คิง เพาเวอร์” ฟาก AOT ยิ้มร่ารับทรัพย์ประมูลเดือด! ฟาก “พุดพิงค์” บิ๊กบอส BA มั่นใจแม้เป็นผู้เล่นหน้าใหม่ แต่แข็งแรง พร้อมเข้าแข่งโครงการพัฒนาอู่ตะเภาฯ 2.9 แสนล้านบาท โว!เสนอผลตอบแทนให้รัฐได้เร็วสุดแน่นอน
นายพุดพิงค์ ปราสาททองโอสถ กรรมการผู้อำนวยการ **อ่านต่อหน้า 27**

BA

ใหญ่ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หรือ BA เปิดเผยว่า ล่าสุด BA ได้เป็นพันธมิตรร่วมทุนกับยอดเต็ง ผู้ประกอบกิจการดีวีดีฟรี รายใหญ่จากประเทศเกาหลีใต้ เพื่อเตรียมเข้าประกวดราคาโครงการจำหน่ายสินค้าปลอดอากร (ดีวีดีฟรี) ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และงานให้สิทธิประกอบกิจการจำหน่ายสินค้าดีวีดีฟรี ณ ท่าอากาศยานภูเก็ต เชียงใหม่ และหาดใหญ่ โดยจะร่วมทุนฝ่ายละ 50%

โดยในวันนี้ (8 พ.ค.) BA จะแจ้งต่อ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ AOT ว่า ยอดเต็งเป็นพันธมิตรเพื่อเข้าร่วมประมูลดีวีดีฟรีทั้ง 2 โครงการดังกล่าว พร้อมจะยื่นข้อเสนอโครงการจำหน่ายสินค้าดีวีดีฟรี ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในวันที่ 22 พฤษภาคม 2562 ซึ่งจะทราบผลการประกวดราคาในวันที่ 30 พฤษภาคม 2562 และยื่นข้อเสนอของงานให้สิทธิประกอบกิจการจำหน่ายสินค้าดีวีดีฟรี ในวันที่ 3 มิถุนายน 2562 และทราบผลในวันที่ 10 มิถุนายน 2562

นายพุดพิงค์ กล่าวอีกว่า ที่ผ่านมา BA ได้เจรจากับผู้ประกอบการหลายรายทั้งจากยุโรป อาทิ เลอกาแดงจากฝรั่งเศส และบริษัทจากไอร์แลนด์ แต่สุดท้ายได้เลือกยอดเต็งเป็นพันธมิตร เนื่องจากเป็นบริษัทในเอเชียเหมือนกับ BA จึงเชื่อว่าจะมีแนวทางและวิธีดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน และมีความเข้าใจผู้โดยสารในเอเชียมากกว่ารายอื่น รวมทั้งมีซัพพลายเออร์ต่อเนื่อง และที่สำคัญคือ มีผลงานร้านดีวีดีฟรีในท่าอากาศยานอินชอน ซึ่งหากความร่วมมือครั้งนี้เป็นไปด้วยดี มีโอกาสที่จะร่วมมือ

ทางธุรกิจโครงการอื่นต่อไป

ทั้งนี้ BA และยอดเต็ง มีความมั่นใจว่าจะสามารถแข่งขันในการประกวดราคาครั้งนี้ได้อย่างเต็มที่ แม้จะเป็นรายใหม่แต่จะพยายามทำให้ดีที่สุด และยอมรับว่าการแข่งขันจะมีความรุนแรงมาก ทั้งกลุ่มคิง เพาเวอร์ กลุ่มเซ็นทรัลที่จับมือกับ DFS จากสิงคโปร์ และกลุ่มของบริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) หรือ MINT ที่จับมือกับกลุ่มธุรกิจร้านอาหารในสนามบิน ส่วนงานให้บริการเคาน์เตอร์ส่งมอบสินค้าปลอดอากร (Duty Free Pick-up Counter) นั้น คงต้องรอให้ AOT ประกาศเงื่อนไขการประกวดราคา (TOR) ช่วงปี 2563 ก่อน ซึ่งยอดเต็งก็รอความชัดเจนในงานนี้อยู่เช่นกัน

นายพุดพิงค์ กล่าวต่อว่า ปัจจุบันธุรกิจสายการบินมีการแข่งขันสูงมาก เพราะรูปแบบการเดินทางเปลี่ยนไป ดังนั้น ธุรกิจสายการบินไม่ใช่สามารถสร้างผลกำไรได้มากเหมือนในอดีต โดยช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมากำไรจากธุรกิจสายการบินปรับตัวลดลง ดังนั้น BA จึงเห็นว่าธุรกิจดีวีดีฟรีน่าจะเป็นธุรกิจที่มีมาร์จิ้นดีกว่า และจะเข้ามาช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับ BA ได้

อย่างไรก็ตาม ขณะนี้ธุรกิจสายการบินยังคงเป็นรายได้หลักของ BA โดยหรือคิดเป็น 60% ของรายได้รวม นอกจากนั้นจะมีรายได้มาจากกิจการครัวการบิน บริการภาคพื้นดิน คลัง

อ่านต่อหน้า 28

BA

(ต่อจากหน้า 27)

สินค้า และการบริหารสนามบิน เช่น สนามบิน

นานาชาติสมุย สนามบินสุโขทัย

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า ก่อนหน้านั้นนักวิเคราะห์จากบริษัทหลักทรัพย์ (บล.) ฟิลลิป (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ระบุว่า เชื่อว่าจะมีเอกชนรายใหญ่ทั้งไทยและต่างประเทศเข้าร่วมแข่งขันรับงานดีวีดีฟรี และพื้นที่เชิงพาณิชย์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิไม่ต่ำกว่า 4 ราย ซึ่งการที่เอกชนไทยและต่างประเทศให้ความสนใจ จะทำให้เกิดการแข่งขันสูงมาก และเป็นผลบวกต่อ AOT โดยน่าจะมีส่วน

การเสนอส่วนแบ่งรายได้แต่ละกิจกรรมให้ AOT ไม่ต่ำกว่า 30-40% ต่อปี จากเดิมที่ AOT ได้ส่วนแบ่งรายได้จากกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ ในงานดีวีดีฟรี 20% ต่อปี และงานบริหารพื้นที่เชิงพาณิชย์ที่ 15% ต่อปี อีกทั้งเห็นว่าการที่ AOT คัดเลือกผู้ประกอบการเพียงรายเดียวมารับงานแต่ละสัญญา จะส่งผลดีเพราะทำให้บริหารสัญญาง่ายขึ้น

ขณะที่ บล.เอเชีย พลัส จำกัด ระบุว่า การประกวดราคาดังกล่าว เป็นปัจจัยบวกต่อ AOT ที่ช่วยต่อยอดรายได้เชิงพาณิชย์ AOT ในอนาคตให้มีสัดส่วนเพิ่มเป็น 50% ตามเป้าหมายของ AOT จากปัจจุบันมีสัดส่วนที่ 45%

และหากมีเอกชนเข้าร่วมแข่งขันจำนวนมาก ก็มีความเป็นไปได้ที่ AOT จะสามารถประมูลได้รายได้ขั้นต่ำต่อตารางเมตร (ตร.ม.) ที่สูงกว่าฝ่ายวิจัยรวมในสมมติฐานที่ราคาใกล้เคียงปัจจุบันที่ 1.6 หมื่นบาทต่อ ตร.ม.ต่อเดือน

เสนอผลตอบแทนอู่ตะเภาเร็วสุด

นายพุดพิงค์ กล่าวถึงการเข้าร่วมประกวดราคาโครงการพัฒนาสนามบินอู่ตะเภาและเมืองการบินภาคตะวันออก (EEC) พื้นที่ 6,500 ไร่ มูลค่าโครงการ 290,000 ล้านบาทนั้น BA ได้เข้าร่วมแข่งขันในนามกลุ่ม BBS Joint Venter ประกอบด้วย บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) หรือ BTS, BA และบริษัท ซีโน-ไทย เอ็นจิเนียริ่งแอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ STEC ที่มีผู้บริหารสนามบินนาริตะเป็นผู้บริหารสนามบิน

ขณะที่รายอื่นก็มีสนามบินต่างประเทศเข้าร่วมประมูล เช่น กลุ่มกิจการค้าร่วมบริษัท ธนโฮลดิ้ง จำกัด และพันธมิตร ประกอบด้วยกลุ่มบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP) บริษัท ช.การช่าง จำกัด (มหาชน) หรือ CK บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) หรือ ITD บริษัท บี.กริม.จอยน์ เว็นเจอร์ โฮลดิ้ง จำกัด และ Fraport AG Frankfurt

Airport Services Worldwide จากเยอรมนี กลุ่มแกรนด์ คอนโซเทียม (GRAND Consortium) ประกอบด้วย บริษัท แกรนด์ แอสเสท โอเทลส์ แอนด์ พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) หรือ GRAND ถือหุ้นในสัดส่วน 80% บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด (มีบริษัท เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ AAV เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่) ถือหุ้นในสัดส่วน 10% และบริษัท คริสเตียนีและนีลสัน (ไทย) จำกัด (มหาชน) หรือ CNT ถือในสัดส่วน 10% โดยมีพันธมิตรต่างประเทศ 2 ราย คือ บริษัท ไชน่า ฮาเบอร์ เอ็นจิเนียริง จำกัด จากประเทศจีน จะมาช่วยในด้านการก่อสร้าง และบริษัท GMR Group Airport จำกัด จากประเทศอินเดีย จะมาช่วยในด้านของการบริหารสนามบิน

ปรับลดเป้ารายได้ปี 62 โด 3%

นายวุฒิพงศ์ กล่าวเพิ่มเติมถึงการดำเนินงานในปี 2562 ว่า ตั้งเป้าหมายรายได้จะเติบโต 3% ลดลงจากเดิมที่คาดว่าจะเติบโต 3.5% จากปี 2561 ที่มีรายได้ 2.8 หมื่นล้านบาท เนื่องจากในช่วงต้นปี 2562 ธุรกิจสายการบินชะลอตัวจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ แต่ในเดือนเมษายน 2562 เริ่มดีขึ้น ขณะที่คาดว่าจำนวนผู้โดยสารในปีนี้จะเติบโต 3% เป็น 6.1 ล้านคนเช่นกัน จากปี 2561 อยู่ที่ 5.8 ล้านคน

ทั้งนี้ธุรกิจสายการบินของ BA ขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะในยุโรปที่สภาพเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดี ขณะที่อังกฤษมีความกังวลเรื่องการแยกตัวจากสหภาพยุโรป (BREXIT) และจีน ที่เศรษฐกิจปรับตัวลดลงจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน แต่ตลาดในแถบอินโดจีนยังดีต่อเนื่อง โดย BA มีสัดส่วนตลาดยุโรป 26-27% เอเชียแปซิฟิก 25-27% หรือสัดส่วนตลาดต่างประเทศ 70% ที่เหลือเป็นตลาดในประเทศ ■