

ทั้งนี้ คณะกรรมการคัดเลือกฯ ได้พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค โดยเปิดโอกาสให้ผู้ยื่นข้อเสนอทั้ง 5 กลุ่มบริษัท เข้ามานำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิคแก่คณะกรรมการคัดเลือกฯ เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2548

4. เมื่อพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคจากเอกสารที่ทุกกลุ่มบริษัทเสนอมา เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2548 และการให้คะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนนใน TOR ปรากฏผลการให้คะแนน ดังนี้

- | | | | |
|---|----------|-------|-------|
| (1) กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด | ได้คะแนน | 90.25 | คะแนน |
| (2) กลุ่มบริษัท มาสเตอร์ มายนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด | ได้คะแนน | 84.75 | คะแนน |
| (3) กลุ่มบริษัท เออีวีพัฒนสกุล จำกัด | ได้คะแนน | 66.13 | คะแนน |
| (4) กลุ่มบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด | ได้คะแนน | 64.88 | คะแนน |
| (5) กลุ่มบริษัท อิมพีเรียลพลาซ่า จำกัด | ได้คะแนน | 54.13 | คะแนน |

5. ตาม TOR ข้อ 1.4.1 (6) กำหนดว่า ทอท. จะเปิดซองข้อเสนอด้านราคาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับคะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคที่ดีที่สุด 2 ลำดับแรก และมีคะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคไม่น้อยกว่า 80 คะแนน ดังนั้น กลุ่มบริษัทที่จะได้รับการพิจารณาเปิดซองราคาต่อไป ได้แก่ กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด และกลุ่มบริษัท มาสเตอร์ มายนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด คณะกรรมการคัดเลือกฯ จึงให้ ทอท. มีหนังสือแจ้งผู้เสนอราคาทั้ง 5 กลุ่มบริษัท ทราบผลการพิจารณาเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2548 และมีหนังสือเชิญกลุ่มบริษัทที่ได้คะแนนสูงสุด 2 ลำดับแรก มาเปิดซองราคาในวันที่ 11 มีนาคม 2548 เวลา 14.00 น. ณ ห้องประชุมคณะกรรมการ ทอท.

6. ผลการเปิดซองราคาของบริษัทที่ผ่านการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคตามข้อ 5 มีดังนี้

- (1) กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด เสนอเงินประกันรายได้ขั้นต่ำปีแรก เป็นเงิน 1,431,000,000.- บาท (1,431 ล้านบาท)
- (2) กลุ่มบริษัท มาสเตอร์ มายนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด เสนอเงินประกันรายได้ขั้นต่ำปีแรก เป็นเงิน 1,210,000,000.- บาท (1,210 ล้านบาท)

7. ตาม TOR ข้อ 1.4.1 (7) กำหนดว่า ทอท. จะเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนข้อเสนอทางเทคนิคที่ดีที่สุด 2 ลำดับที่มีข้อเสนอด้านราคาที่ดีที่สุด โดยพิจารณาจากเงินประกันรายได้ขั้นต่ำในปีที่หนึ่ง มาเจรจาต่อรองเงื่อนไขและสัญญา ดังนั้น เมื่อปรากฏว่า กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด ได้เสนอเงินประกันรายได้ขั้นต่ำปีแรกสูงสุดในอัตรา 1,431 ล้านบาท อีกทั้งได้ให้ข้อเสนอในการชำระเงินค่าตอบแทนล่วงหน้าแก่ ทอท. เพิ่มเติม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อ ทอท. ดังนั้น คณะกรรมการคัดเลือกฯ จึงเห็นควรให้สิทธิในการดำเนินการบริหารจัดการพื้นที่กิจกรรมเชิงพาณิชย์ภายในอาคารผู้โดยสาร ณ ทสก. จำนวนพื้นที่ประมาณ 20,000 ตารางเมตร แก่กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดไว้ใน TOR ทั้งนี้ ไม่รวมถึงการดำเนินงานร้านค้าปลอดอากร การบริหารกิจกรรมโฆษณา และกิจกรรมการให้บริการด้านการขนส่งให้กับผู้โดยสารของท่าอากาศยาน

ทอท. จึงเสนอคณะกรรมการฯ เพื่อพิจารณาอนุมัติให้กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด ได้รับสิทธิในการดำเนินการบริหารจัดการพื้นที่กิจกรรมเชิงพาณิชย์ภายในอาคารผู้โดยสาร ณ ทสก. ตามที่เสนอ

นายวุฒิพันธุ์ วิชัยรัตน์ คณะกรรมการคัดเลือกฯ ได้ดำเนินการตามมติคณะกรรมการ ทอท. และได้นำ TOR ที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการฯ เป็นเกณฑ์และแนวทางในการคัดเลือกผู้ประกอบการ โดยได้พยายามใช้เวลาที่มีอยู่อย่างจำกัด ดำเนินการด้วยความรอบคอบ โปร่งใส และคำนึงถึงประโยชน์ที่ ทอท. และประชาชาติจะได้รับเป็นหลัก ซึ่งผลการพิจารณาคำเนินการมีรายละเอียดตามที่เสนอดังกล่าวข้างต้น

สำหรับขั้นตอนการดำเนินการเปิดซองราคาของบริษัทที่ผ่านการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2548 นั้น ทอท. ได้มีหนังสือถึงสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.) ขอให้ส่งผู้แทนมาร่วมรับทราบการเปิดซองราคาของคณะกรรมการคัดเลือกฯ ด้วย แต่ปรากฏว่า สตง. แจ้งว่าติดภารกิจไม่สามารถมาได้ แต่ขอให้ ทอท. แจ้งผลการคัดเลือกให้ทราบด้วย

ในส่วนของการให้คะแนนทางเทคนิคของกลุ่มบริษัทที่ยื่นข้อเสนอโครงการให้ ทอท. พิจารณานั้น ขอให้ผู้แทนบริษัทที่ปรึกษาในการออกแบบและคัดเลือกผู้ประกอบการกิจกรรมเชิงพาณิชย์ภายในอาคารผู้โดยสาร ณ ทสก. เป็นผู้ชี้แจง

ผู้แทนบริษัทที่ปรึกษา (นายสิงหนเทพ เทพกาญจนา) ขอชี้แจงสรุปภาพรวมของผู้ยื่นข้อเสนอทางด้านเทคนิคทั้ง 5 กลุ่มบริษัท ซึ่งเกณฑ์การคัดเลือกได้ยึดถือตามเกณฑ์การให้คะแนนที่กำหนดไว้ใน TOR โดยแยกประเด็นการพิจารณา ดังนี้

1. คุณสมบัติและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอ

(1) กลุ่มบริษัท อิมพีเรียลฟลาซ่า จำกัด ประกอบด้วย บริษัท อิมพีเรียลฟลาซ่า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทแกนนำ, บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน), บริษัท มาสเตอร์ แอค จำกัด (มหาชน) และบริษัท อินเตอร์แฟค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

บริษัท อิมพีเรียลฟลาซ่า จำกัด เป็นเพียงบริษัทเดียวในกลุ่มที่ประกอบกิจการบริหารธุรกิจร้านค้าปลีก (Retail) ที่ผู้ใช้บริการเป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไป ซึ่งไม่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางที่ใช้บริการของท่าอากาศยาน และในเรื่องฐานะการเงิน มีมูลค่าหนี้สินสูงกว่ามูลค่าสินทรัพย์ และมียอดขาดทุนสะสมสูงถึง 1,730 ล้านบาท ณ ปีที่มีการตรวจสอบบัญชีล่าสุด (ปี 2546)

นอกจากนี้ บริษัทที่ร่วมยื่นข้อเสนอไม่มีประสบการณ์และศักยภาพโดยตรงเกี่ยวกับการบริหารกิจกรรมเชิงพาณิชย์ของท่าอากาศยาน ซึ่งไม่ตรงกับเป้าหมายโครงการ เช่น บริษัท อินเทอร์เน็ต ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการปรับปรุงภูมิทัศน์ของสวนสาธารณะ ในกรุงเทพมหานคร และมีสัดส่วนการถือหุ้นในโครงการที่จะเข้ามาบริหารถึงประมาณร้อยละ 30 แต่มีทุนจดทะเบียนเพียง 6 ล้านบาท ส่วนบริษัท มาสเตอร์แอด จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจโฆษณา

(2) กลุ่มบริษัท มาสเตอร์ มายด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด ประกอบด้วย บริษัท มาสเตอร์ มายด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทแกนนำ, บริษัท แมจิก เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด, บริษัท ซีล็ค เซอร์วิส พาร์ตเนอร์ จำกัด และบริษัท รอยด์ การ์เด็น พลาซ่า จำกัด

- บริษัท มาสเตอร์ มายด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด ปัจจุบันประกอบกิจการห้องพัก ผู้โดยสารเปลี่ยนท่า (Dayroom Services) ที่ท่าอากาศยานกรุงเทพ

- บริษัท ซีล็ค เซอร์วิส พาร์ตเนอร์ จำกัด เป็นบริษัทในเครือของ SSP ที่บริหารธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่มทั้งในท่าอากาศยานและทั่วไป โดยมีเครือข่ายกิจการอยู่ทั่วโลก ประมาณ 140 แห่ง

- บริษัท รอยด์ การ์เด็นพลาซ่า จำกัด มีประสบการณ์ในการบริหารพื้นที่ในลักษณะพลาซ่าที่กรุงเทพฯ และพัทยา มีกลุ่มลูกค้าหลักซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว ประมาณร้อยละ 75 ของลูกค้าทั้งหมด กลุ่มบริษัทนี้ค่อนข้างจะมีความชัดเจนในเรื่องคุณสมบัติลักษณะของการบริหารกิจการที่เป็น Retail ในท่าอากาศยาน และเป็นกลุ่มบริษัทกลุ่มเดียวที่มีหุ้นส่วนเป็นบริษัทเครือข่ายต่างประเทศ

(3) กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ประกอบด้วย บริษัท คิง เพาเวอร์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทแกนนำ, บริษัท คิง เพาเวอร์ มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ แมเนจเม้นท์ จำกัด, บริษัท คิง เพาเวอร์ แทกซ์ ฟรี จำกัด, บริษัท คิง เพาเวอร์ คิวดี ฟรี จำกัด และบริษัท สยาม ดี. เอฟ. เอส จำกัด และกลุ่มผู้ยื่นข้อเสนอร่วมนี้ อยู่ในเครือข่ายของบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ทั้งหมด ซึ่งมีฐานะการเงินมั่นคง แข็งแรงมาก มีผลประกอบการที่ดีในทุกบริษัท ประกอบกับมีประสบการณ์และความชำนาญในการทำ Retail โดยตรง โดยสมาชิกในกลุ่มทั้งหมดมีประสบการณ์ประกอบกิจการภายในท่าอากาศยาน ทั้งที่ท่าอากาศยานกรุงเทพและท่าอากาศยานภูมิภาค

(4) กลุ่มบริษัท เออีวพัฒนา จำกัด ประกอบด้วย บริษัท เออีวพัฒนา จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทแกนนำ, บริษัท รังสิตพลาซ่า จำกัด (ในปัจจุบันดำเนินกิจการศูนย์การค้าฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต), บริษัท เบญจทรัพย์ หรือเพอร์ดี จำกัด (จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ได้ประมาณ 6 เดือนที่ผ่านมา โดยมีทุนจดทะเบียน 100,000.- บาท), บริษัท แอปเปิ้ล จำกัด (เป็นบริษัทที่ปรึกษา โดยมีทุนจดทะเบียนประมาณ 6 ล้านบาท) และ บริษัท ไสน้ำเย็น จำกัด (ประกอบกิจการ โรงแรมและรีสอร์ทที่จังหวัดภูเก็ต) กลุ่มบริษัทนี้มีบริษัท รังสิตพลาซ่า จำกัด ประกอบกิจการลักษณะบริหาร Retail เพียงบริษัทเดียว

หากพิจารณาโครงสร้างสัดส่วนการถือหุ้นของโครงการจะเห็นว่า บริษัท เออีวฒนสกุล จำกัด ซึ่งบริหารและพัฒนาพื้นที่เพื่อกิจกรรมเชิงพาณิชย์ในอาคารอสังหาริมทรัพย์ มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 27, บริษัท ทรังสิตพลาซ่า จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 25 มียอดหนี้สินสูงกว่ามูลค่าสินทรัพย์ และมียอดขาดทุนสะสมสูงถึง 1,328 ล้านบาท, บริษัท เบลูจทรัพย์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด บริหารกิจการด้านอสังหาริมทรัพย์ มีสัดส่วนการถือหุ้นถึงร้อยละ 22 แต่มีเงินทุนจดทะเบียนเพียง 100,000.- บาท, บริษัท แคปเม็กซ์ จำกัด มีรายได้ประมาณ 5 ล้านบาทต่อปี มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 21 และบริษัท ไสน้ำเย็น จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 5

อนึ่ง บริษัท เบลูจทรัพย์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด และบริษัท แคปเม็กซ์ จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้นรวมกันประมาณร้อยละ 43 แต่ไม่มีประสบการณ์และความชำนาญในการทำ Retail โดยตรง รวมทั้งวัตถุประสงค์ของบริษัท ไม่ตรงตามเป้าหมายโครงการ

(5) กลุ่มบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด ประกอบด้วย บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทแกนนำ และบริษัท ไทยพัฒนาชุมชน จำกัด

- บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 51 และ บริษัท ไทยพัฒนาชุมชน จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 49 สำหรับฐานะการเงิน ประสบการณ์ด้าน Retail บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด คิมก และใบ TOR ได้กำหนดให้แสดงข้อมูลงบดุลและงบกำไรขาดทุนของบริษัท เพื่อประกอบการพิจารณาฐานะการเงิน ความสามารถในการลงทุนและการบริหารกิจการ ปรากฏว่าบริษัท ไทยพัฒนาชุมชน จำกัด ไม่ได้เสนอข้อมูลงบดุลและงบกำไรขาดทุน ทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ฐานะการเงินของบริษัทดังกล่าวได้ ประกอบกับในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมขายสินค้า OTOP ในท่าอากาศยานกรุงเทพ มีพื้นที่ประมาณ 150 ตารางเมตรเท่านั้น จากโครงสร้างสัดส่วนถือหุ้นร้อยละ 49 ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าไม่มีความน่าเชื่อถือในการดำเนินโครงการขนาดใหญ่ และไม่มีคุณสมบัติในการถือหุ้นร่วมกับบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด แต่จะต้องรับผิดชอบและลงทุนในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน

สรุปคะแนนในหัวข้อคุณสมบัติและประสบการณ์ ตาม TOR กำหนดคะแนนในหัวข้อนี้ไว้ 20 คะแนน ซึ่งคณะกรรมการคัดเลือกฯ ได้ให้คะแนนแต่ละบริษัท และเมื่อนำคะแนนของทุกคนมาหารเป็นค่าเฉลี่ยแล้ว ปรากฏผลการให้คะแนน ดังนี้

(1) กลุ่มบริษัท อิมพีเรียลพลาซ่า จำกัด	ได้คะแนน	7.750	คะแนน
(2) กลุ่มบริษัท มาสเคอร์ มายนด์ กอนซัลแตนท์ จำกัด	ได้คะแนน	18.000	คะแนน
(3) กลุ่มบริษัท ทิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	ได้คะแนน	18.125	คะแนน
(4) กลุ่มบริษัท เออีวฒนสกุล จำกัด	ได้คะแนน	7.875	คะแนน
(5) กลุ่มบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด	ได้คะแนน	12.375	คะแนน

2. แนวคิดในการพัฒนาพื้นที่และแผนการตลาด

โดยแนวคิดที่สำคัญ คือ การออกแบบและตกแต่งพื้นที่ร้านค้าในภาพรวมและแผนธุรกิจ

(1) กลุ่มบริษัท อิมพีเรียลพลาซ่า จำกัด

แนวคิดในการพัฒนาโครงการยังขาดความน่าเชื่อถือในการสร้างแรงดึงดูดให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว/นักเดินทางที่ใช้บริการท่าอากาศยาน

จากการวิเคราะห์ จะเห็นว่าแนวคิดไม่ได้แสดงถึงความเข้าใจพฤติกรรมของผู้โดยสารที่ชัดเจน นอกจากนี้ การจัดแบ่งโซนร้านค้าต่างๆ มีจุดคล้ายคลึงในพื้นที่หลักๆ จะจัดสินค้าในโซนเดียวกัน ไม่มีการผสมผสาน และการอำนวยความสะดวกต่อผู้โดยสารในการหาซื้อสินค้า/บริการ ซึ่งเป็นอุปสรรคอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในเรื่องของเวลา ในท่าอากาศยานต้องคำนึงถึงเวลาเป็นหลัก

สำหรับแผนการตลาด ยังขาดความชัดเจนในการวิเคราะห์เรื่องของกลยุทธ์ทางการตลาดของโครงการ ทั้งนี้มีการอ้างอิง Brand ร้านค้าบางรายที่จะดึงเข้าร่วมโครงการ แต่ไม่มีเอเจนต์/หลักฐานใดๆ ยืนยัน

(2) กลุ่มบริษัท มาสเตอร์ มายนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด

มีการวิเคราะห์แนวคิดที่ค่อนข้างสะท้อนความเข้าใจในพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มลูกค้า/นักท่องเที่ยว/ผู้เดินทางชาวต่างประเทศ เป็นหลัก โดยมีการกำหนดโปรแกรมการจัดพื้นที่จากกลุ่มลูกค้าหลักประเภทต่างๆ ได้แก่ กลุ่มผู้ซื้อสินค้า (Shopper) กลุ่มผู้โดยสารที่ต้องการพักผ่อน/ผ่อนคลาย กลุ่ม Time Killer และ กลุ่มนักธุรกิจ ซึ่งได้นำปัจจัยในเรื่องเวลาของผู้โดยสารมากำหนดยุทธศาสตร์ในการออกแบบร้านค้า ลักษณะของ Brand และวิธีการทำการตลาด ทำให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า การนำเสนอผลิตภัณฑ์ และแผนการตลาด นอกจากนี้ มีการกำหนด Brand ร้านค้าที่ชัดเจนทั้งในระดับสากล (International) และท้องถิ่น (Local) และมีหนังสือรับรองและสนับสนุนจากผู้ผลิต Brand ต่างๆ ด้วย รวมทั้งมีแผนการตลาดที่ดี โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน และสามารถกำหนดกลยุทธ์ได้สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ดังกล่าว

(3) กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

เน้นปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบหลัก 3 ประการ ได้แก่ การสร้างบรรยากาศที่ดี มีความหลากหลายของกิจกรรมและสินค้า และมีระดับราคาที่เหมาะสม โดยการจัดให้มีคณะกรรมการร่วมกับ ทอท. เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงาน

กลุ่มบริษัทนี้มีจุดเด่น คือ การออกแบบ ซึ่งมีความชัดเจนสามารถแสดงให้เห็นถึงแนวคิดของการวางแผนการตลาด จากการออกแบบที่เชื่อมโยงกัน มีความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า เช่น มีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ภายในได้ดี โดยการบีบให้ทางเดินแคบลงเป็นทางโค้ง เพื่อชะลอผู้โดยสารลงให้มีเวลามองเห็นสินค้าได้มากขึ้น รวมทั้งมีการกำหนด Brand ร้านค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีมาตรฐานได้อย่างชัดเจน และมีหนังสือยืนยันจากร้านค้าดังกล่าวเป็นจำนวนมาก รวมทั้งหน่วยราชการที่เกี่ยวกับกิจกรรม OTOP เช่น กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น

(4) กลุ่มบริษัท เออีพัฒนาสฤต จำกัด

การออกแบบมีลักษณะเหมือนห้างสรรพสินค้าทั่วไป ซึ่งจะแบ่งประเภทของลูกค้าตามลักษณะต่างๆ เช่น แบ่งตามอายุ เพศ และความพึงพอใจต่างๆ โดยไม่ได้พิจารณาถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการทำอากาศยาน ว่ามีความต้องการในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างไร ดังนั้น แนวคิดในการพัฒนาโครงการจึงไม่สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจกิจกรรมเชิงพาณิชย์ที่ทำอากาศยาน

แผนการจัดร้านค้ายังขาดรายละเอียดเกี่ยวกับประเภทและตำแหน่งของร้านค้า รวมทั้ง Brand ร้านค้า โดยมีการเสนอรายชื่อร้านค้า จำนวน 81 ราย แต่ไม่ได้รับการยืนยัน

แผนการตลาดมีการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน แต่การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดยังไม่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม ทำให้ขาดความเชื่อมั่นในการบรรลุเป้าหมายทางการตลาด

(5) กลุ่มบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด

แนวคิดในการพัฒนาโครงการมีการรองรับนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมสินค้า/บริการของไทย เช่น สินค้า OTOP และของที่ระลึก

การออกแบบโครงการขาดเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ทำให้ไม่โดดเด่นเท่าที่ควร ลักษณะการจัดร้านค้าเป็นการผสมผสานกันของประเภทสินค้า ไม่สามารถจัดกลุ่มเป็นหมวดหมู่ให้ชัดเจนในแต่ละพื้นที่ได้ และการจัดร้านค้ามีรูปแบบที่เหมือนศูนย์การค้า (Shopping Center) ทั่วไป แต่ไม่มีเอกลักษณ์ในการจัดกลุ่มและขาดความเข้าใจในพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว/ผู้เดินทาง รวมทั้งมีการจัดพื้นที่สำหรับร้านค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มน้อยเกินไป โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 24.11 ของพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งโดยปกติทำอากาศยานนานาชาติจะมีสัดส่วนร้านค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มประมาณร้อยละ 30 – 40 ของพื้นที่ทั้งหมด

แผนการตลาด มีการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานเพียงระดับหนึ่ง และการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดไม่มีจุดเด่นเพียงพอ โดยมีการกำหนดเฉพาะการควบคุมราคา และการจัดการส่งเสริมการขาย/Event ต่างๆ เท่านั้น ไม่มีการเสนอ Brand ร้านค้า และไม่มีการยืนยันจากร้านค้าต่างๆ

สรุปคะแนนในหัวข้อแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่และแผนการตลาด ตาม TOR กำหนดคะแนนในหัวข้อนี้ไว้ 55 คะแนน ซึ่งคณะกรรมการคัดเลือกฯ ได้ให้คะแนนแต่ละบริษัท และเมื่อนำคะแนนของทุกคนมาหารเป็นค่าเฉลี่ยแล้ว ปรากฏผลการให้คะแนน ดังนี้

(1) กลุ่มบริษัท อิมพีเรียลพลาซ่า จำกัด	ได้คะแนน	32.750	คะแนน
(2) กลุ่มบริษัท มาสเตอร์ มายนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด	ได้คะแนน	44.250	คะแนน
(3) กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	ได้คะแนน	49.250	คะแนน
(4) กลุ่มบริษัท เออีพัฒนาสฤต จำกัด	ได้คะแนน	38.375	คะแนน
(5) กลุ่มบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด	ได้คะแนน	36.125	คะแนน

3. แผนด้านการเงินและแผนการดำเนินงาน

(1) กลุ่มบริษัท อิมพีเรียลฟลาซ่า จำกัด

- สมมติฐานทางการเงิน ไม่มีความชัดเจน เนื่องจากไม่มีการแสดงที่มาที่ไปของรายได้ หรือพื้นฐานการวิเคราะห์รายได้ต่อคนของผู้ใช้บริการ ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ

- การประมาณการรายได้ของกิจกรรมขงประเภทสูงกว่าความเป็นจริงมาก

เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลเชิงสถิติในปัจจุบัน คือ ผู้ยื่นข้อเสนอได้ประเมินรายได้ในปีแรกจากร้านค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มสูงถึง 6,600 ล้านบาท (คิดเป็น 150 - 200 บาทต่อคนของผู้โดยสารจำนวน 40 - 45 ล้านคนต่อปี) และรายได้จากกิจกรรมสวนสนุกและบันเทิง สูงถึง 4,143 ล้านบาท หรือเทียบเท่ากับร้อยละ 50 ของรายได้จากกิจกรรมเชิงพาณิชย์ทั้งหมดที่ทำอากาศยานกรุงเทพในปัจจุบัน ซึ่งพื้นที่สำหรับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ที่ทำอากาศยานกรุงเทพ - ไม่รวมร้านค้าปลอดอากร มีประมาณ 20,000 ตารางเมตร ซึ่งเท่ากับพื้นที่ ทสภ. สำหรับปริมาณของรายได้จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 2 ประการ คือ ขนาดของพื้นที่ และอัตราการเติบโตของผู้โดยสาร และในทำอากาศยานกรุงเทพปัจจุบันนั้น กิจกรรมเชิงพาณิชย์มีรายได้ประมาณ 6,000 - 7,000 ล้านบาท/ปี จะเห็นว่าการวิเคราะห์ข้อมูลรายได้รวมของกลุ่มบริษัทนี้ ในปีแรกสูงมากถึง 17,732 ล้านบาท ทำให้ประมาณการรายได้ไม่น่าจะเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ

(2) กลุ่มบริษัท มาสเตอร์ มายนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด

- สมมติฐานทางการเงินมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงสถิติ โดยมีรายได้รวมในปีแรกของโครงการประมาณ 7,735 ล้านบาท

- ความเสี่ยงทางการเงินอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

- แผนการทดสอบระบบมีระยะเวลาน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น ซึ่งอาจทำให้มีความเสี่ยงในเรื่องของระยะเวลาในการดำเนินงาน

(3) กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

- สมมติฐานทางการเงินอยู่ในเกณฑ์ที่สอดคล้องกับข้อมูลในเชิงสถิติ โดยมีประมาณการรายได้ประมาณ 8,022 ล้านบาท ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ใกล้เคียงกับข้อมูลในปัจจุบันที่ทำอากาศยานกรุงเทพ

- ความเสี่ยงทางการเงินอยู่ในเกณฑ์ต่ำ มีการแสดงหนังสือเจตจำนงจากธนาคารในการสนับสนุนเงินกู้

(4) กลุ่มบริษัท เอ็มวีคอนสจูด จำกัด

- สมมติฐานทางการเงินอยู่ในเกณฑ์ที่สอดคล้องกับข้อมูลในเชิงสถิติ โดยมีประมาณการรายได้ประมาณ 7,299 ล้านบาท ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ใกล้เคียงกับข้อมูลในปัจจุบันที่ทำอากาศยานกรุงเทพ

- แผนการดำเนินงาน มีการจัดทำคู่มือสำหรับร้านค้า/ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นกาแบ่งเบาระยะในการกำกับดูแลของ ทอท.

(5) กลุ่มบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด

- สมมติฐานการเติบโตของผู้โดยสารสูงเกินจริงมาก (ร้อยละ 10) ในช่วงปีที่ 1 และ 2 ของการเปิดบริการที่ ทสก.

- สมมติฐานทางการเงิน มีการกำหนดรายได้สูงเกินจริงมาก โดยประมาณการรายได้รวมในปีแรกสูงถึง 13,823 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่ารายได้ที่ทำอากาศยานกรุงเทพ ในปัจจุบันเกือบเท่าตัว

- สมมติฐานรายได้ของร้านค้าในบางประเภทไม่สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจภายในท่าอากาศยาน เช่น กลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury Brand Name) และกลุ่มสินค้าประเภทเครื่องสำอาง (Cosmetic) ซึ่งมีความซ้ำซ้อนกับสินค้าในร้านค้าปลอดอากร (Duty Free) มีการประมาณการรายได้ในส่วนนี้สูงถึง 3,385 ล้านบาท และกลุ่มสินค้าประเภทเครื่องประดับ (Jewelry) ประมาณการรายได้ไว้สูงถึง 2,000 ล้านบาท

จากการประมาณการรายได้รวมที่สูงเกินความเป็นจริงมาก ไม่ได้เกิดจากแผนการตลาดที่ดี แต่อาจจะไม่เข้าใจเกี่ยวกับที่มาที่ไปของการประมาณการรายได้ หรือการตั้งสมมติฐานที่ผิด

สรุปคะแนนในหัวข้อแผนการเงินและแผนการดำเนินงาน ตาม TOR กำหนดคะแนนในหัวข้อนี้ไว้ 25 คะแนน ซึ่งคณะกรรมการคัดเลือกฯ ได้ให้คะแนนแต่ละบริษัท และเมื่อนำคะแนนของทุกคนมาหารเป็นค่าเฉลี่ยแล้ว ปรากฏผลการให้คะแนน ดังนี้

(1) กลุ่มบริษัท อิมพีเรียลพลาซ่า จำกัด	ได้คะแนน	3.625	คะแนน
(2) กลุ่มบริษัท มาสเตอร์ มายนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด	ได้คะแนน	22.500	คะแนน
(3) กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด	ได้คะแนน	22.875	คะแนน
(4) กลุ่มบริษัท เออีว็ฒนสกุล จำกัด	ได้คะแนน	19.875	คะแนน
(5) กลุ่มบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด	ได้คะแนน	16.375	คะแนน

และเมื่อนำคะแนนในทุกหัวข้อมารวมกันแล้ว ปรากฏผลคะแนนของแต่ละบริษัท ดังนี้

(1) กลุ่มบริษัท อิมพีเรียลพลาซ่า จำกัด	ได้คะแนน	54.13	คะแนน
(2) กลุ่มบริษัท มาสเตอร์ มายนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด	ได้คะแนน	84.75	คะแนน
(3) กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด	ได้คะแนน	90.25	คะแนน
(4) กลุ่มบริษัท เออีว็ฒนสกุล จำกัด	ได้คะแนน	66.13	คะแนน
(5) กลุ่มบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด	ได้คะแนน	64.88	คะแนน

ดังนั้น กลุ่มบริษัทที่ได้คะแนนทางเทคนิคที่สุด 2 ลำดับแรก ซึ่งจะได้รับการพิจารณาเปิดซองราคาต่อไปตามเงื่อนไขของ TOR คือ กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด และกลุ่มบริษัท มาสเตอร์ มายนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด สำหรับผลการพิจารณาเปิดซองราคาเป็นไปตามที่คณะกรรมการคัดเลือกฯ ได้ชี้แจงให้คณะกรรมการฯ ทราบข้างต้นแล้ว