

ภาคผนวก ก

การศึกษาการพัฒนาเชิงพาณิชย์

1 บทนำ

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ของโครงการ มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนแหล่งรายได้ของธุรกิจการให้บริการในระบบขนส่งมวลชนเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้โดยมีอัตราค่าโดยสารที่เหมาะสม อันจะความสะดวกสบายด้านการให้บริการต่างๆแก่ผู้โดยสารและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของพื้นที่ โดยการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในพื้นที่โครงการมีโดยส่วนใหญ่มักเป็นรูปแบบธุรกิจประเภท Advertising Media และ Retail Business เพื่อสร้างบริการที่หลากหลายต่อความต้องการของผู้โดยสาร หรือผู้สัญจรในบริเวณดังกล่าว ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเดินทางตามแนวรถไฟฟ้า และสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจ ช่วยพัฒนาสังคมและชุมชน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของจังหวัดภูเก็ต สอดคล้องกับเป้าประสงค์ของ รฟม. ด้านการพัฒนาเชิงพาณิชย์ ดังต่อไปนี้

- สร้างรายได้จากธุรกิจเชิงพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ ร้อยละ 5 ต่อปี
- ผู้ใช้บริการ และชุมชนตามแนวสายทางรถไฟฟ้า รฟม.มีความพึงพอใจต่อบริการรถไฟฟ้า และบริการอื่น ๆ เป็นไปตามเป้าหมาย

ด้านภาพรวมรายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของ รฟม. พบว่ารายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ ในปี 2560 มีจำนวน 198.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.28 ของรายได้รวม

เนื่องจากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของโครงการในรูปแบบ Advertising Media และ Retail Business ในโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้ามีความสัมพันธ์อย่างสูงกับจำนวนผู้โดยสารที่ใช้ระบบขนส่งมวลชนและขนาดเศรษฐกิจโดยรวม การศึกษาด้านประมาณการจำนวนผู้โดยสารในอนาคตของโครงการ สถานะตลาด แนวโน้มเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมหรือธุรกิจโดยรวม ตลอดจนแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภคและผู้ประกอบการในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือจัดกิจกรรมผ่านช่องทางต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง ซึ่งครอบคลุมมีช่องทางในการจัดเก็บจากค่าโฆษณาทั้งภายในและภายนอกขบวนรถ ในสถานี ค่าเช่าพื้นที่ ร้านค้า อาคารสำนักงาน เครื่องบริการทางการเงิน ตู้หยอดเหรียญ และค่าจอดรถ หรือกิจกรรมการให้บริการอื่น ๆ จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อศักยภาพในการหารายได้เชิงพาณิชย์ของโครงการ

2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- ศึกษาการพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เหมาะสมและประสบความสำเร็จในรูปแบบ Advertising Media และ Retail Business บริเวณรถไฟฟ้าที่ประสบความสำเร็จในระบบรถไฟฟ้าของประเทศไทยและระบบรถไฟฟ้ารางเบา (Light Rail Transit หรือ Tramway) ในต่างประเทศ 3 ประเทศ
- ศึกษาสำรวจพื้นที่ที่มีศักยภาพและจัดลำดับพื้นที่ศักยภาพในการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของโครงการ บริเวณสถานี ขบวนรถไฟฟ้า ศูนย์ซ่อมบำรุง ที่จอดแล้วจร สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่สนับสนุนการพัฒนาเชิงพาณิชย์ และพื้นที่ว่างรอบสถานีในกรณีที่มี
- ศึกษาวิเคราะห์ จัดทำตำแหน่งและขนาดพื้นที่สำหรับการประกอบการทางธุรกิจการค้าต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ พัฒนาสถานี ที่จอดแล้วจร และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเชื่อมต่อ การเดินทาง ให้สามารถสนับสนุนธุรกิจและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในการใช้บริการกิจการรถไฟฟ้า
- ศึกษาและจัดทำแนวทางขั้นตอนและแผนงานสำหรับการพัฒนาธุรกิจ และช่วงเวลาที่เหมาะสม
- ศึกษาและนำเสนอรูปแบบการลงทุนที่เป็นไปได้ ออกกฎหมายที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อนำเสนอรูปแบบการลงทุนที่เหมาะสม จัดทำแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ตามแนวทางและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
- ศึกษาวิเคราะห์และประมาณการรายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ มูลค่าเงินลงทุน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ผลตอบแทนการลงทุนในทางเศรษฐศาสตร์ และการเงินในโครงการ

3 การทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวความคิดและทฤษฎีด้านการเงินการลงทุน

จากความสำคัญและวัตถุประสงค์ข้างต้น ที่ปรึกษาจึงได้ทำการศึกษาทบทวนกรอบแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์จัดทำรายงานการศึกษาการพัฒนาเชิงพาณิชย์ดังต่อไปนี้

3.1 แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility Study)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility Study) คือ การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด โดยการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการจะมุ่งเน้นการทำกำไรด้านการเงิน เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมความเป็นไปได้ 4 ด้าน ได้แก่

- การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด
- การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค
- การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ
- การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

3.2 หลักการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial Feasibility Analysis)

การลงทุนสามารถแบ่งออกเป็นการลงทุนในโครงการระยะสั้น (น้อยกว่า 1 ปี) และโครงการระยะยาว (มากกว่า 1 ปี) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- วิธีการวิเคราะห์โครงการที่ไม่ใช้มูลค่าปัจจุบัน
- วิธีการวิเคราะห์โครงการที่ใช้มูลค่าปัจจุบัน

โดยมีแนวทางการวิเคราะห์ที่สำคัญ คือการวิเคราะห์แบบจำลองกระแสเงินสดคิดลด (Discounted Cash Flow Analysis)

3.3 แนวความคิดด้านการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

แนวคิดทฤษฎีในการประเมินราคาทรัพย์สินที่ใช้กันในปัจจุบันตามหลักสากลมี 3 วิธี (มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, มปป.) ดังนี้

- วิธีวิเคราะห์มูลค่าจากต้นทุน (Cost approach to value)
- วิธีเปรียบเทียบตลาด (Market comparison approach)
- วิธีรายได้ (Income approach)

3.4 แนวคิดทฤษฎีทางด้านเศรษฐศาสตร์

แนวคิดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่ทำการทบทวน ประกอบด้วย

- อุปสงค์ (Demand)
- อุปทาน (Supply)
- อุปทานที่ดิน
- อุปสงค์ของที่ดิน

3.5 แนวคิดการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

การพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ คือ การลงทุนที่พัฒนาสิ่งปลูกสร้างลงบนที่ดิน ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ หรือได้รับสิทธิการเช่า ทั้งในเชิงของการลงทุนระยะสั้นหรือระยะยาวก็ตาม โดยการพัฒนาโครงการแต่ละครั้ง ผู้ลงทุนจะต้องมีการประสานองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อให้โครงการพัฒนาตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้มีความสอดคล้องทั้งสภาพแวดล้อม บริบทเมือง ความต้องการเชิงธุรกิจ รวมทั้งความเป็นไปได้ทั้งในเชิงของการลงทุน และในเชิงลักษณะทางกายภาพโดยมีแนวคิดการพัฒนาที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- แนวคิดด้านระยะทางจากศูนย์กลางเมืองกับราคาที่อยู่อาศัย
- แนวคิด Neighborhood Concept

3.6 แนวคิดสมมติฐานการพัฒนาที่ได้ประโยชน์สูงสุดและดีที่สุด (Highest and Best Use)

หลักการประเมินทั่วไปที่เป็นสากลจะอยู่ภายใต้หลักการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์สูงสุดและดีที่สุด (สมาคมนักประเมินอิสระไทย, มปป.) ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวประกอบด้วย

- ประเด็นทางกฎหมาย
- ประเด็นทางกายภาพของทรัพย์สิน
- ประเด็นในเรื่องความคุ้มค่าต่อทางเลือกที่จะลงทุน

3.7 แนวคิดด้านกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ (Property Fund) และ กองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Investment Trust: REIT)

- กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ (Property Fund)
- กองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Investment Trust: REIT)

3.8 แนวทางการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public Private Partnership)

4 การทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวความคิดและทฤษฎีด้านการตลาดและการโฆษณา

4.1 แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด

- แนวความคิดที่มุ่งการผลิต
- แนวความคิดที่มุ่งการตลาด
- ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)
- การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)
- การวางตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning)

4.2 แนวคิดด้านสื่อกลางแจ้ง (Outdoor Media)

4.3 แนวคิดเรื่องสื่อโฆษณาเคลื่อนที่ (Transit Media)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ทำการทบทวน ประกอบด้วย

- ปิตียา สุคนธมาน ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ การจดจำ และความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อโฆษณาภายในรถไฟฟ้าและภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2544)
- นัตดา เนตรรัตน์ “กลยุทธ์ในการสื่อสารโฆษณาผ่านสื่อบิลบอร์ดบนทางด่วน”

5 กฎหมายและข้อระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ที่ปรึกษาได้ศึกษากฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชิงพาณิชย์ดังต่อไปนี้

- พระราชบัญญัติการให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐ พ.ศ. 2556
- พระราชบัญญัติจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560
- พระราชบัญญัติการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543
- พระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดหาอสังหาริมทรัพย์เพื่อกิจการขนส่งมวลชน พ.ศ. 2540
- พระราชบัญญัติว่าด้วยการเวนคืนอสังหาริมทรัพย์ พ.ศ. 2530
- พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535
- พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ.2518
- พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522
- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2541
- กฎกระทรวงว่าด้วยการควบคุมป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร พ.ศ. 2558
- กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์ว่าด้วยความปลอดภัยในชีวิต ร่างกายและทรัพย์สิน การรักษาความสงบเรียบร้อย ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในเขตรบบรถไฟฟ้า พ.ศ.2547
- ข้อบังคับการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทยว่าด้วยอัตราค่าบริการจอดรถยนต์และวิธีการจัดเก็บค่าบริการจอดรถยนต์ พ.ศ. 2547
- ประกาศการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย เรื่อง กำหนดประเภทการอนุญาตให้ใช้ประโยชน์ที่ดินของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทยเป็นทางผ่าน พ.ศ. 2556
- ประกาศการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย เรื่อง กำหนดประเภทการอนุญาตให้ใช้ประโยชน์ที่ดินของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทยเป็นทางผ่าน (ฉบับที่2) พ.ศ. 2557
- ประกาศการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย เรื่อง การอนุญาตให้ปรับภูมิทัศน์บนพื้นที่ของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2553
- ประกาศการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย เรื่อง การอนุญาตให้ปรับภูมิทัศน์บนพื้นที่ของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558
- กฎกระทรวง (พ.ศ. 2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดหาอสังหาริมทรัพย์เพื่อกิจการขนส่งมวลชน พ.ศ. 2540
- กฎกระทรวง ฉบับที่2 (พ.ศ. 2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดหาอสังหาริมทรัพย์เพื่อกิจการขนส่งมวลชน พ.ศ. 2540

- ข้อบังคับการรถไฟฟ้ามหานครแห่งประเทศไทยว่าด้วยอัตราค่าบริการจอดรถยนต์และวิธีการจัดเก็บค่าบริการจอดรถยนต์ รถไฟฟ้ามหานคร สายฉลองรัชธรรม พ.ศ. 2559
- ประกาศการรถไฟฟ้ามหานครแห่งประเทศไทย เรื่อง ปรับอัตราค่าบริการจอดรถยนต์ในอาคารที่จอดรถยนต์ พ.ศ. 2556

6 ภาพรวมเศรษฐกิจ

การศึกษาการพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เหมาะสมและประสบความสำเร็จในรูปแบบ Advertising Media และ Retail Business พบว่ามีความสัมพันธ์โดยตรงกับภาพรวมและแนวโน้มด้านเศรษฐกิจในพื้นที่ ที่ปรึกษาจึงได้ทำการพิจารณา ศึกษาความเป็นไปได้ของศักยภาพในการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์ และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการ เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตมีบทบาทในการเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก และเป็นจังหวัดสำคัญด้านเศรษฐกิจของประเทศ และในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ ภาพรวมเศรษฐกิจในจังหวัดภูเก็ตจึงมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับเศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจภายในประเทศ และเศรษฐกิจในกลุ่มภาคใต้ ที่ปรึกษาจึงได้ทำการศึกษาภาพรวมปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้มทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการวิเคราะห์การศึกษาการพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เหมาะสมและประสบความสำเร็จในรูปแบบ Advertising Media และ Retail Business

7 ภาพรวมเศรษฐกิจโลก

จากการศึกษารายงานนโยบายการเงินโดยคณะกรรมการนโยบายการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย ประจำเดือนมิถุนายน พ.ศ.2561 พบว่าเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องภายใต้ภาวะการเงินที่ตึงตัวขึ้นและราคาน้ำมันที่ปรับสูงขึ้น เศรษฐกิจกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมหลักมีแนวโน้มขยายตัวจากอุปสงค์ในประเทศ โดยมีประมาณการเศรษฐกิจกลุ่มประเทศคู่ค้าในปี 2561 จากร้อยละ 3.7 เป็นร้อยละ 3.8 โดยปัจจัยเสี่ยงที่ต้องติดตาม ได้แก่ การตอบโต้ทางการค้าที่รุนแรงขึ้นระหว่างสหรัฐฯ และประเทศเศรษฐกิจสำคัญ ซึ่งจะกระทบต่อปริมาณการค้า บรรยากาศการลงทุน และความผันผวนในตลาดการเงิน โดยสรุปแล้วพบว่าภาพรวมตลาดการเงินโลกมีความผันผวน โดยเงินทุนไหลออกจากกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ เนื่องจากนักลงทุนต่างชาติลดการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยง มีแนวโน้มการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยจากนโยบายของ Fed มีความเสี่ยงด้านการตอบโต้ทางการค้าที่รุนแรงขึ้นระหว่างสหรัฐฯ และประเทศเศรษฐกิจสำคัญ

8 ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

● ภาวะการเงินและเสถียรภาพระบบการเงินไทย

จากรายงานนโยบายการเงินโดยคณะกรรมการนโยบายการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย ประจำเดือนมิถุนายน พ.ศ.2561 พบว่า

- ภาวะการเงินไทยยังคงผ่อนคลาย โดยอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลไทยระยะสั้นปรับเพิ่มมาใกล้เคียงอัตราดอกเบี้ยนโยบายมากขึ้น อัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลไทยระยะกลางและยาวปรับเพิ่มขึ้น
- อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อบริษัทใหม่ยังทรงตัวในระดับต่ำ
- สินเชื่อภาคเอกชนขยายตัวได้ทั้งสินเชื่อภาคธุรกิจและภาคครัวเรือน รวมทั้งธุรกิจระดมทุนผ่านตราสารหนี้และตราสารทุนอย่างต่อเนื่อง
- เงินบาทอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับสินไตรมาสก่อนสอดคล้องกับสกุลเงินภูมิภาค ตามเงินดอลลาร์สหรัฐ. ที่กลับมาแข็งค่า ในขณะที่ดัชนีค่าเงินบาทที่แท้จริง (REER) ปรับแข็งค่าขึ้น เนื่องจากอัตราเงินเฟ้อของไทยเริ่มปรับสูงขึ้นเร็วกว่าประเทศคู่ค้าคู่แข่ง

● แนวโน้มเศรษฐกิจและเงินเฟ้อของไทย

- เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องที่ร้อยละ 4.4 และ 4.2 ในปี 2561 และ 2562 ตามลำดับ โดยเป็นผลจากการส่งออกสินค้าและการท่องเที่ยวที่ขยายตัวต่อเนื่องตามปริมาณการค้าโลกและเศรษฐกิจคู่ค้า รวมทั้งการบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนที่ขยายตัวดีกว่าที่ประเมินไว้
- การส่งออกสินค้าขยายตัวต่อเนื่อง มูลค่าการส่งออกสินค้าในปี 2561 คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 9.0 เพิ่มขึ้นจากประมาณการเดิมที่ร้อยละ 7.0 โดยขยายตัวทั้งในด้านราคาและปริมาณ สอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของปริมาณการค้าโลกและเศรษฐกิจคู่ค้า
- การส่งออกบริการในปี 2561 มีแนวโน้มขยายตัวจากจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2561 ปรับเป็น 38.3 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากที่คาดไว้เดิมที่ 37.6 ล้านคน
- การบริโภคภาคเอกชนในระยะข้างหน้ามีแนวโน้มขยายตัวชัดเจนขึ้น
- การใช้จ่ายภาครัฐมีส่วนช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยบวกจากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐและการร่วมลงทุนของภาครัฐและภาคเอกชน (PPP) รวมทั้งมาตรการภาครัฐที่ช่วยสนับสนุนการใช้จ่ายภาคเอกชน
- การลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวดีกว่าที่ประเมินไว้ ตามการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและการบริโภคภาคเอกชน
- อัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มสูงขึ้นกว่าที่เคยประเมินไว้จากราคาในหมวดพลังงานที่ปรับสูงขึ้นตามราคาน้ำมันดิบโลก จึงประมาณการอัตราเงินเฟ้อทั่วไปปี 2561 และ 2562 ที่ร้อยละ 1.1 และ 1.2 ตามลำดับ และประมาณการอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานปี 2561 และ 2562 ที่ร้อยละ 0.7 และ 0.9 ตามลำดับ

8.1 ภาพรวมเศรษฐกิจภาคใต้

จากรายงานเศรษฐกิจและการเงินภาคใต้ โดยธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ประจำเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 พบว่า

- จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติขยายตัวจากเดือนเดียวกันปีก่อนร้อยละ 10.4
- ผลผลิตภาคเกษตรเพิ่มขึ้นจากเดือนเดียวกันปีก่อนร้อยละ 5.6
- มูลค่าการส่งออกสินค้าลดลงจากเดือนเดียวกันปีก่อนร้อยละ 8.0
- การอุปโภคบริโภคภาคเอกชนขยายตัวจากเดือนเดียวกันปีก่อนร้อยละ 1.1
- การลงทุนภาคเอกชนขยายตัวจากเดือนเดียวกันปีก่อนร้อยละ 1.8
- การใช้จ่ายภาครัฐลดลงจากเดือนเดียวกันปีก่อนร้อยละ 23.3 ตามการลดลงของรายจ่ายประจำที่ร้อยละ 36.9 ในหมวดเงินอุดหนุนทั่วไปเป็น
- เสถียรภาพเศรษฐกิจอัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ที่ร้อยละ 1.55 เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนที่ร้อยละ 1.37 สำหรับอัตราการว่างงานหลังปรับฤดูกาลอยู่ที่ร้อยละ 1.4

8.2 ภาพรวมเศรษฐกิจจังหวัดภูเก็ต

จากรายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดภูเก็ต โดยสำนักงานคลังจังหวัดภูเก็ต ฉบับเดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 พบว่า

- ด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจจังหวัดภูเก็ตใน พ.ศ. 2561 คาดว่าขยายตัวในอัตราร้อยละ 10.5 โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ ร้อยละ 10.2-10.8 โดยมีภาคบริการเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญ
- ด้านอุปทาน คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 13.4 โดยมีช่วงคาดการณ์อยู่ที่ร้อยละ 13.1-13.7 ผลจากการขยายตัวของภาคบริการ ที่คาดว่าจะขยายตัว ร้อยละ 13.6 ปัจจัยที่เป็นแรงขับเคลื่อนการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติ สำหรับภาคอุตสาหกรรม ชะลอตัวเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจอุตสาหกรรมในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจท่องเที่ยว และพื้นที่ในจังหวัดไม่เอื้ออำนวยต่อการตั้งโรงงานอุตสาหกรรม และเกี่ยวข้องกับกฎหมายด้านผังเมืองรวมจังหวัดภูเก็ตด้านสิ่งแวดล้อม จึงทำให้การตั้งโรงงานอุตสาหกรรมเกิดการชะลอตัว
- ด้านอุปสงค์ คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 4.0 จากภาคการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่องเป็นปัจจัยบวกต่ออุตสาหกรรมบริการ ทำให้แรงงานในภาคบริการซึ่งมีสัดส่วนสูงของแรงงานทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ตมีรายได้และส่งผลต่อเนื่องให้ครัวเรือนมีกำลังใช้จ่าย อีกทั้งมาตรการภาครัฐช่วยประคองการใช้จ่ายของกลุ่มครัวเรือนฐานรากเป็นปัจจัยบวกให้การบริโภคภาคเอกชนขยายตัวตามสำหรับการลงทุนภาคเอกชน หายยฟื้นตัวตามการลงทุนภาครัฐ การใช้จ่ายภาครัฐคาดว่าจะขยายตัวตามมาตรการเร่งรัดการเบิกจ่าย สำหรับรายได้เกษตรกรราคาสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ยังคงขบเซา ขณะที่สถาบันการเงินมีความเข้มงวดเพิ่มขึ้นในการปล่อยสินเชื่อเพื่อการบริโภค
- ด้านเสถียรภาพเศรษฐกิจภายในจังหวัดภูเก็ต ในปี 2561 คาดว่าอัตราเงินเฟ้อจะอยู่ที่ร้อยละ 1.2 การจ้างงานในปี 2561 คาดว่าจะมีการจ้างงานทั้งหมด 323,864 คน ขยายตัวร้อยละ 1.8

- โครงสร้างเศรษฐกิจจังหวัดภูเก็ต พิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดภูเก็ต ณ ปี 2558 พบว่าสาขาการผลิตที่มีสัดส่วนสูงสุด ได้แก่
 - 1) สาขาโรงแรมและภัตตาคาร ร้อยละ 41.91
 - 2) สาขาการขนส่งและคมนาคม ร้อยละ 25.05
 - 3) สาขาขายส่ง ขายปลีก ร้อยละ 5.48
 - 4) สาขาตัวกลางทางการเงิน ร้อยละ 5.41
 - 5) บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ ร้อยละ 4.04
- ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดภูเก็ต ณ ราคาประจำปี 2560 จำนวน 214,524 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัว 384,110 บาท/ คน/ ปี เป็นอันดับ 1 โดยรายละเอียดสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 8-1 และ ตารางที่ 8-2 ตามลำดับ

ตารางที่ 8-1 สรุปภาพรวมเศรษฐกิจและแนวโน้มของจังหวัดภูเก็ต

Indicator	unit	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561E		
								MIN	CONCENSUS	MAX
Economic Growth										
GPP current price	Million Baht	121,317	135,857	141,703	164,099	180,930	214,524	201,461	202,121	202,781
	%yoy	12.3	12.0	4.3	15.8	10.3	18.6	11.3	11.7	12.1
GPP constant price	Million Baht	101,146	110,389	113,168	128,411	142,978	168,591	157,527	157,961	158,394
	%yoy	10.8	13.1	3.2	6.0	11.3	17.9	10.2	10.5	10.8
population	person	529,111	531,111	532,811	534,911	452,700	454,400	384,110	454,400	385,016
	%yoy	0.4	0.4	0.3	0.4	-15.4	0.4	-15.2	-15.1	-15.0
GPP per capita	baht/person	229,285	255,799	265,954	306,779	399,668	472,103	524,487	444,809	526,682
Agriculture : API (Q)	%yoy	11.7	-5.3	-20.2	66.6	-52.0	-15.7	-0.8	-0.6	-0.4
Industry : IPI (Q)	%yoy	17.1	13.1	-16.9	1.3	8.5	4.2	0.1	0.2	0.2
Service : SI (Q)	%yoy	14.9	16.2	6.6	8.7	14.9	21.2	13.3	13.6	13.9
Private Consumption : Cp Index	%yoy	17.6	9.8	2.2	1.9	10.5	12.7	4.9	5.1	5.3
Private Investment : Ip Index	%yoy	17.5	16.2	-1.6	-4.0	-0.3	-1.9	0.4	0.5	0.6
Government Expenditure : G Index	%yoy	3.6	-12.8	5.5	-7.2	-0.2	-22.3	0.4	0.5	0.6
Border trade	%yoy									
Farm Income	%yoy	-4.0	-19.6	-36.1	55.4	-53.1	-2.3	-1.2	0.4	0.4
Economic Stability										
Inflation Rate	% per annual	5.6	2.4	4.0	0.7	0.0	0.8	1.2	1.2	1.3
GPP deflator	%yoy	1.5	0.4	0.3	-4.0	-1.1	0.7	1.2	1.2	1.3
Employment	person	166,148	162,504	312,149	314,333	318,181	320,569	323,699	323,864	324,028
	%yoy	0.7	-2.2	92.1	0.7	1.2	2.0	3.0	3.0	3.1

ที่มา: สำนักงานคลังจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 8-2 สมมติฐานและผลการประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดภูเก็ต ปี 2561

สมมติฐานหลัก	2559	2560 ^E	2561 ^E	
			ณ มีนาคม 2560	
สมมติฐานภายนอก			เฉลี่ย	ช่วง
1) ปริมาณผลผลิต : ยางพารา (ร้อยละต่อปี)	(-68.5)	(-2.5)	1.5	1.4-1.6
2) ปริมาณผลผลิต : กุ้ง (ร้อยละต่อปี)	(-2.0)	33.1	5.8	5.5-6.1
3) ปริมาณผลผลิต : สัตว์น้ำรวม (ร้อยละ/ปี)	2.5	(-39.4)	(-7.0)	(-7.4)-(6.7)
4) ราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย : ยางพารา(บาท/ก.ก.)	51.2	59.5	56.8	56.6-56.9
5) ราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย : กุ้งขาว (บาทต่อ ก.ก.)	184.0	203.8	311.1	251.3-386.6
6) ราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย : สัตว์น้ำรวม (บาท/ ก.ก.)	50.0	58.4	65.6	61.9-69.5
7) ปริมาณการใช้ไฟฟ้าภาคอุตสาหกรรม (ร้อยละต่อปี)	9.3	4.5	2.0	1.9-2.1
8) จำนวนโรงงานในจังหวัด (โรง)	472	475	462	462-463
9) ทุนจดทะเบียนของอุตสาหกรรม (ล้านบาท)	10,232	10,710	10,670	10,668-10,672
10) จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ย (ผ่านด่าน + ผ่านสนามบิน)	15,266,246	16,915,861	17,708,792	17,669,145-17,748,439
11) จำนวนเที่ยวบินลงที่จังหวัด (เที่ยว)	97,813	106,090	106,461	106,443-106,480
12) ภาษีบำรุงท้องถิ่นจากโรงแรม (ร้อยละต่อปี)	13.3	34.1	23.6	23.1-24.1
13) ภาษีมูลค่าเพิ่มที่จัดเก็บได้ (ร้อยละต่อปี)	10.7	12.3	4.2	4.0-4.4
14) รถยนต์จดทะเบียนใหม่ (คัน)	8,417	9,860	11,438	11,406-11,469
15) รถจักรยานยนต์จดทะเบียนใหม่ (คัน)	20,801	24,483	23,993	23,969-24,018
16) สินเชื่อเพื่อการลงทุน (ล้านบาท)	54,443	54,336	55,173	55,131-55,215
17) พื้นที่อนุญาตก่อสร้าง (ตารางเมตร)	1,711,080	1,502,332	1,464,774	1,462,896-1,466,652
18) รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (คัน)	3,425	3,768	3,504	3,491-3,517
สมมติฐานด้านนโยบาย				
19) รายจ่ายประจำภาครัฐ (ล้านบาท)	2,203.6	1,590.0	1,558.2	1,556.6-1559.8
(ร้อยละต่อปี)	(-9.9)	(27.8)	(2.0)	(-2.1)-(-1.9)
20) รายจ่ายลงทุนภาครัฐ (ล้านบาท)	1,479.5	1,348.4	1,418.5	1,417.1-1,419.9
(ร้อยละต่อปี)	34.7	(-8.9)	5.2	5.1-5.3
ผลการประมาณการ				
1) อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (ร้อยละต่อปี)	11.3	17.9	10.5	10.2-10.8
2) อัตราการขยายตัวของภาคเกษตรกรรม (ร้อยละต่อปี)	(-52.4)	(-15.7)	(-0.6)	(-0.7)-(-0.6)
3) อัตราการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม (ร้อยละต่อปี)	8.5	4.2	0.2	0.1-0.2
4) อัตราการขยายตัวของภาคบริการ (ร้อยละต่อปี)	14.9	21.2	13.6	13.3-13.9
5) อัตราการขยายตัวของภาคการเงิน (ร้อยละต่อปี)	10.5	12.7	5.1	4.9-5.3
6) อัตราการขยายตัวของภาคการขนส่ง (ร้อยละต่อปี)	(-0.3)	(-1.9)	0.5	0.4-0.6
7) อัตราการขยายตัวของการใช้จ่ายรัฐบาล (ร้อยละต่อปี)	7.9	(-22.3)	0.5	0.4-0.6
8) อัตราการขยายตัวของรายได้เกษตรกร (ร้อยละต่อปี)	(-53.6)	(-2.3)	(-0.1)	(-0.6)-(-0.1)
9) อัตราเงินเฟ้อ (ร้อยละต่อปี)	0.0	0.8	1.2	1.2-1.3
10) จำนวนผู้มีงานทำ (คน)	318,181	320,569	323,864	323,700-324,028
เปลี่ยนแปลง (คน)	3,848	2,388	3,295	3,131-3,459

ที่มา: สำนักงานคลังจังหวัดภูเก็ต

9 ภาพรวมธุรกิจและอสังหาริมทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง

9.1 ภาพรวมอสังหาริมทรัพย์ประเทศไทย

พบว่าการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยสามารถสรุปได้ดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9-1 เครื่องชี้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

เครื่องชี้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	ก.พ. 2561 p	ม.ค. 2561 p	ธ.ค. 2560 p
ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม (ล้านบาท) 1/	1,524.21	1,486.30	2,424.31
ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมร้อยละ 2 2/	1,524.21	1,486.30	2,424.31
ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมร้อยละ 0.01 3/	0.00	0.00	0.00
มูลค่าการซื้อขายที่ดินและสิ่งปลูกสร้างทั้งประเทศ (ล้านบาท) 4/	76,210.69	74,314.88	121,215.50
ภาคกลาง	47,681.74	46,078.61	82,132.41
ภาคตะวันออก	9,052.56	9,490.17	15,985.72
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	7,256.14	7,040.63	9,483.36
ภาคเหนือ	6,565.22	6,538.64	7,393.22
ภาคใต้	5,655.03	5,166.82	6,220.79
การออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดินทั้งประเทศ (หน่วย) 5/	5,305.00	8,600.00	5,121.00
เพื่อที่อยู่อาศัย	5,144.00	8,465.00	4,974.00
เพื่อการพาณิชย์กรรม	115.00	38.00	81.00
ที่ดินเปล่า	46.00	97.00	66.00
อื่นๆ	0.00	0.00	0.00
การออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดินทั้งประเทศ (หน่วย)	5,305.00	8,600.00	5,121.00
กรุงเทพมหานคร	713.00	647.00	2,054.00
จังหวัดอื่นๆ	4,592.00	7,953.00	3,067.00
พื้นที่ก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตในเขตเทศบาล (พื้นที่ตารางเมตร) 6/	1,614.51	1,338.23	2,049.58
กรุงเทพมหานคร	998.84	784.91	1,392.87
สำนักงานเขตใน กทม.	699.55	498.80	833.89
แบบ อ. 1	40.21	37.67	123.63
แบบ 39 ทวิ	259.08	248.44	435.35
จังหวัดอื่นๆ	615.67	553.32	656.71
การจดทะเบียนอาคารชุดทั้งประเทศ (หน่วย)	10,833.00	9,109.00	3,201.00
กรุงเทพมหานคร	6,268.00	5,680.00	1,332.00
จังหวัดอื่นๆ	4,565.00	3,429.00	1,869.00
ที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (หน่วย)	11,250.00	9,584.00	7,762.00
บ้านจัดสรร	3,101.00	1,950.00	2,476.00
แฟลตและอาคารชุด 7/	6,551.00	6,069.00	3,764.00
ปลูกสร้างเอง	1,598.00	1,565.00	1,522.00
สินเชื่ออสังหาริมทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ (ล้านบาท) 8/	2,731,840.34	2,713,875.09	2,708,754.90
สินเชื่อผู้ประกอบการ	647,654.67	634,506.19	626,528.22
สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยส่วนบุคคล	2,084,185.66	2,079,368.90	2,082,226.68

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

9.2 ภาพรวมอสังหาริมทรัพย์ภาคใต้

จากรายงานภาวะอสังหาริมทรัพย์ภาคใต้ ไตรมาสที่ 2 ปี 2561 และแนวโน้ม 6 เดือนข้างหน้า โดยธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถสรุปได้ดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9-2 ดัชนีภาวะอสังหาริมทรัพย์ในภาคใต้

ดัชนี	ไตรมาส 2 ปี 2560	ไตรมาส 3 ปี 2560	ไตรมาส 4 ปี 2560	ไตรมาส 1 ปี 2561	ไตรมาส 2 ปี 2561
ภาวะไตรมาสปัจจุบัน					
- ภาพรวม	50.0	36.1	38.9	36.1	36.8
- ราคาที่อยู่อาศัยโดยรวม	56.3	55.9	66.7	58.8	68.4
- จำนวนที่อยู่อาศัยที่รอจำหน่ายเทียบกับความต้องการซื้อ (แปรผกผัน) ¹	78.1	75.0	69.4	58.3	68.4
ด้านอุปสงค์					
- จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมโครงการ	41.2	41.7	41.2	55.9	52.6
- ปริมาณการขาย	48.8	55.2	48.9	52.3	47.2
- วัตถุประสงค์ที่ซื้อที่อยู่อาศัย					
o อยู่อาศัยเอง (ร้อยละ)	96.8	93.8	91.6	93.1	94.6
o ลงทุนเพื่อให้เช่าต่อ (ร้อยละ)	1.8	4.1	4.7	4.8	3.9
o เพื่อขายต่อแก๊งกำไร (ร้อยละ)	1.4	2.1	3.7	2.1	1.5
ด้านอุปทาน					
- จำนวนหน่วยที่เปิดขายใหม่	47.5	56.5	58.3	44.9	49.0
- จำนวนหน่วยคงเหลือ (แปรผกผัน) ¹	25.0	35.0	40.4	44.4	38.5
- การลงทุนซื้อที่ดินเพื่อทำโครงการใหม่	43.8	47.1	50.0	43.3	57.1
- การจ้างงาน	38.9	54.8	38.6	44.8	48.2
ด้านต้นทุนและราคาขาย					
- ราคาที่อยู่อาศัย	46.2	44.6	49.2	52.3	43.9
- ราคาที่ดิน	54.6	63.6	60.0	79.2	54.2
- ต้นทุนการก่อสร้าง (แปรผกผัน) ¹	64.3	62.5	63.3	71.9	70.6
แนวโน้มในช่วง 6 เดือนข้างหน้า					
- ภาพรวม	56.0	48.0	56.9	62.7	50.6
- ราคาที่อยู่อาศัย	46.9	61.1	50.0	66.7	44.7
- ราคาที่ดิน	43.3	63.9	70.6	75.0	60.5
- ต้นทุนการก่อสร้าง (แปรผกผัน) ¹	62.5	69.4	81.3	77.8	92.1

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ภาคอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ภาพรวมหดตัวเล็กน้อยจากไตรมาสเดียวกันปีก่อน ตามราคาสินค้าเกษตรที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม กลุ่มลูกค้ารายได้สูงยังมีกำลังซื้อที่ดี สำหรับธุรกิจรับเหมาก่อสร้างภาครัฐหดตัวเล็กน้อย จากนโยบายภาครัฐที่เน้นลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ อาทิ รถไฟ และทางด่วน ในขณะที่งานก่อสร้างอื่นๆ อาทิ การก่อสร้างอาคาร ถูกเลื่อนออกไป ทำให้เม็ดเงินลงทุนมาไม่ถึงผู้ประกอบการในภาคก่อสร้างขนาดเล็ก อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้มีรายได้สูงทั้งนักธุรกิจและผู้มีรายได้ประจำยังคงมีกำลังซื้อที่ดี สะท้อนจากการขายบ้านราคาสูงที่ดีต่อเนื่อง ในขณะที่พื้นที่จังหวัดท่องเที่ยว อาทิ จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่สามารถขยายตัวได้ดีตามภาคการท่องเที่ยวที่ขยายตัวต่อเนื่อง ส่งผลให้มีการลงทุนต่อเนื่องในพื้นที่ดังกล่าว สะท้อนจากยอดขายสินค้าวัสดุก่อสร้างในพื้นที่เพิ่มขึ้น

9.3 ภาพรวมอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องในจังหวัดภูเก็ต

● ภาพรวมอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องในจังหวัดภูเก็ต

จากรายงานสรุปภาวะเศรษฐกิจการค้าของจังหวัดภูเก็ต ในปี 2560 โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดภูเก็ตพบว่า เศรษฐกิจมีการขยายตัว หากพิจารณาจากเศรษฐกิจด้านอุปทาน เป็นผลมาจากการขยายตัวของภาคการบริการและการ

- ภาคการบริการและการท่องเที่ยว ในปี 2560 จำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ที่ 4,922,161 แยกเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านทางเรือจำนวน 286,294 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านท่าอากาศยานภูเก็ตจำนวน 4,635,867 คน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน รัสเซีย ออสเตรเลีย เกาหลีใต้และบริติชตามลำดับ
- ภาคการค้าและการลงทุนโครงการที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในปี 2560 ขยายตัว เมื่อเทียบกับช่วงปีก่อน โดยจังหวัดภูเก็ตได้รับอนุมัติโครงการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) จำนวน 24 โครงการ เงินลงทุน 6,044.20 ล้านบาท
- การลงทุนประกอบธุรกิจในปี 2560 ขยายตัว โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากเศรษฐกิจของประเทศ การส่งออก การลงทุนของภาครัฐรวมทั้งภาคการท่องเที่ยวที่ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยจำนวนนิติบุคคลที่จัดตั้งใหม่ในปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,109 ราย สูงขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 18.62 และจำนวนเงินลงทุนมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 9,316.06 ล้านบาท สูงขึ้นร้อยละ 79.19 โดยส่วนใหญ่เป็นการลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์/ การให้เช่าและบริการทางธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.96 การค้าส่งค้าปลีก ร้อยละ 19.54 และโรงแรม/ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ร้อยละ 15.79 ทั้งนี้พื้นที่การลงทุนตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง อำเภอกะทู้และอำเภอลาหาน
- การลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ในปี 2560 หดตัว เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องปริมาณพื้นที่ในจังหวัดภูเก็ตและราคาสูง จำนวนพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างในช่วงมกราคม-ธันวาคม 2560 มีปริมาณรวมทั้งสิ้น 1,502,332 ตร.ม. ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 10.99 โดยพื้นที่ก่อสร้างเพื่อการพาณิชย์ มีจำนวน 175,255 ตร.ม. (ลดลงร้อยละ 63.43) ในขณะที่พื้นที่ก่อสร้างโรงแรม จำนวน 290,463 ตร.ม. (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.36) การก่อสร้างบ้านพักเพื่อที่อยู่อาศัยมีจำนวน 841,813 ตร.ม. (เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 9.95) และการก่อสร้างอื่นๆ มีจำนวนพื้นที่รวมทั้งสิ้น 194,801 ตร.ม. (เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.62)

● ภาพรวมตลาดโรงแรมจังหวัดภูเก็ต

จากรายงานวิจัยตลาดอสังหาโดยบริษัทซีบีอาร์อี (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า

- ในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตถึง 4.6 ล้านคน โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.1 เมื่อเทียบกับปีก่อน
- อัตราเข้าพักภายในโรงแรมเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 จากเดิมรวมเป็นอัตราเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 77.8

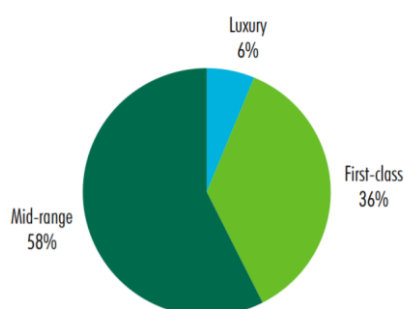
- อัตราค่าเช่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน (Average Daily Rate: ADR) เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.6 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยเพิ่มเป็น 3,833 บาท ในขณะที่อัตราค่าที่พักทุกห้องเฉลี่ย (RevPAR) เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยเพิ่มเป็น 3,064 บาท
- จำนวนโรงแรมในภูเก็ตในปี พ.ศ.2560 มีจำนวน 130 โรงแรม โดยมีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 22,358 ห้องและภายในปี 2563 จะมีโรงแรมสร้างเสร็จเข้าสู่ตลาดจำนวน 32 โรงแรม โดยคิดเป็นจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้น 6,755 ห้อง

	2013	2014	2015	2016	2017
Total Existing/Completed	16,200 keys 98 hotels	17,200 keys 105 hotels	18,200 keys 112 hotels	21,200 keys 121 hotels	22,360 keys 130 hotels
New Completions/Opening (Upscale Hotels)	1,800 keys 12 hotels	980 keys 8 hotels	1,100 keys 7 hotels	1,800 keys 9 hotels	1,190 keys 9 hotels

ที่มา: บริษัทซีบีอาร์อี (ประเทศไทย) จำกัด

รูปที่ 9-1 การเพิ่มขึ้นของอุปทานโรงแรมและห้องพักของจังหวัดภูเก็ต จำแนกรายปี

- เมื่อจำแนกอุปทานตามระดับของโรงแรม พบว่าโรงแรมร้อยละ 58 เป็นโรงแรมในระดับ Mid-range, ร้อยละ 36 เป็นโรงแรมในระดับ First-class ในขณะที่โรงแรมระดับ Luxury มีจำนวนร้อยละ 6 ของตลาดรวม



ที่มา: บริษัทซีบีอาร์อี (ประเทศไทย) จำกัด

รูปที่ 9-2 จำนวนอุปทานในตลาดโรงแรมจำแนกตามระดับของโรงแรม






● ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ประเภทศูนย์ประชุม สัมมนาและจัดนิทรรศการ (MICE)

จากการศึกษารายงานประจำปี พ.ศ. 2558 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พบว่าภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลกในปี พ.ศ. 2558 มีการเติบโตในทิศทางบวก ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งขนาดของกลุ่มประชุมมีการเติบโตสูงสุดถึงร้อยละ 3.5 ในภูมิภาคอเมริกาเหนือ รองลงมา คือ ในภูมิภาคละตินอเมริกาที่ร้อยละ 2.5 ในขณะที่กลุ่มประเทศยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ยังคงขนาดของกลุ่มประชุมเท่าเดิม ด้านการประชุมนานาชาติยังคงเติบโตแข็งแกร่งอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยคาดการณ์ว่าการเติบโตของกลุ่มประชุมขนาดใหญ่จะสูงถึงร้อยละ 37 ขณะที่ข้อมูลจากรายงานของสมาคมการแสดงสินค้าโลก หรือ UFI ยังรายงานว่า ปี พ.ศ. 2558 เป็นปีที่ผู้จัดงานแสดงสินค้านำผลกำไรในทุกภูมิภาค สะท้อนถึงภาพรวมของเศรษฐกิจในทางบวกต่อการจัดงานไมซ์ ดังรูปที่ 9-3

อุตสาหกรรม	จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
การประชุมองค์กร	262,538	28,397
การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	254,125	16,136
การประชุมนานาชาติ	294,371	27,339
การแสดงสินค้านานาชาติ	284,961	24,003
รวม	1,095,995	95,875

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

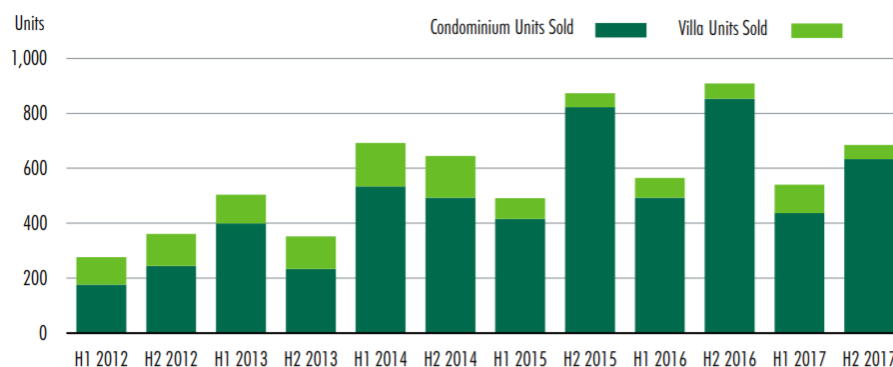
รูปที่ 9-3 จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์และรายได้ จำแนกตามอุตสาหกรรม

ประเทศ	จำนวนคน	รายได้ (ล้านบาท)
 จีน	109,987	9,717.41
 อินเดีย	103,998	9,188.28
 สิงคโปร์	84,562	7,471.10
 มาเลเซีย	71,274	6,297.09
 อเมริกา	47,360	4,184.28

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

รูปที่ 9-4 จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์และรายได้จำแนกตามประเทศ

● ภาพรวมตลาดที่พักอาศัยภูเก็ต



ที่มา: บริษัท ซีพีอาร์อี (ประเทศไทย) จำกัด

รูปที่ 9-5 จำนวนขายของคอนโดมิเนียมและวิลล่าในจังหวัดภูเก็ต

● ภาพรวมตลาดที่อยู่อาศัยประเภทวิลล่า

- จากการวิจัยตลาดโดยบริษัท ซีพีอาร์อี (ประเทศไทย) จำกัด พบว่าวิลล่า 155 หลังขายได้ในปี 2560 โดยจำนวน 50 หลังเป็นการขายในกลุ่ม Lower-End segment ในระดับราคา 5-35 ล้านบาทต่อหลัง ในขณะที่วิลล่าในกลุ่ม Luxury มีการขายเพียง 3 หลัง โดยมีราคาระหว่าง 300-500 ล้านบาทต่อหลัง

● ภาพรวมที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมและอะพาร์ตเมนต์ระดับบน

- ยอดขายคอนโดมิเนียมในครึ่งหลังของปี 2560 ขายได้ 633 ยูนิต ลดลงร้อยละ 26 เมื่อเทียบกับยอดขายเมื่อปี 2559 ทั้งนี้มีการขายทั้งสิ้นตลอดปี 2560 เป็นจำนวน 1,070 ยูนิต
- ร้อยละ 75 ของยูนิตขายมีการเสนอการรับประกันการเช่าพร้อมการบริหารการเช่าด้วยผลตอบแทนร้อยละ 5-7 ต่อปี
- พบว่าผู้ซื้อคอนโดมิเนียมในทุกระดับราคา ต้องการมีรายรับจากการนำออกไปให้เช่า เนื่องจากผู้ซื้อเข้าพักโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 60 วันต่อปี

10 การศึกษาการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในต่างประเทศ

10.1 ระบบรถไฟฟ้ารางเบา (LRT) ในเมืองเดนเวอร์ รัฐโคโลราโด สหรัฐอเมริกา

RTD (Regional Transportation District)



รูปที่ 10-1 รถรางในเมืองเดนเวอร์ รัฐโคโลราโด สหรัฐอเมริกา

- อัตราส่วนของรายรับค่าโฆษณาในปี ค.ศ. 2016-2017

ค่าโฆษณาและอื่นๆ (advertising and other) ค่าโฆษณาที่ได้รับเป็นร้อยละ 0.7 และ 0.6 จากรายรับสุทธิในปี ค.ศ. 2017 และ ค.ศ. 2016 ตามลำดับ

10.2 ระบบรถราง (TRAM) และระบบขนส่งในเมืองปารีส ประเทศฝรั่งเศส

Transdev



รูปที่ 10-2 ระบบขนส่งและสถานี

- แนวทางการหารายได้เชิงพาณิชย์

Transdev Visual Group เป็นองค์กรร่วมที่เชี่ยวชาญธุรกิจและการท่องเที่ยว โดยการจัดการเดินทางเข้าสู่งานนิทรรศการ การประชุม และการจัดนิทรรศการ (MICE) โดยเชื่อมโยงการขนส่งจากสนามบินและจากสถานีรถไฟ รวมถึงการจัดเส้นทางเข้าสู่สถานนันทนาการต่างๆ เช่น ดิสนีย์แลนด์ พระราชวังแวร์ซายส์ โดยมีกลุ่มขนส่งดังต่อไปนี้



รูปที่ 10-3 แสดงตัวอย่างรถบัสเดินทางเข้าสู่งานสัมมนาและสถานนันทนาการประเภทต่างๆ

10.3 ระบบรถราง (TRAM) ในฮ่องกง

Hong Kong Tramways

Hong Kong Tramways เป็นองค์กรควบคุมรถรางในฮ่องกง ประเทศจีน ถือหุ้นส่วนกับบริษัท RATP และ Transdev ประเทศฝรั่งเศส



รูปที่ 10-4 แสดงตัวอย่างการโฆษณาบนรถรางและบนสถานี

• การบริหารจัดการโฆษณา

Hong Kong Tramway บริหารจัดการสื่อโฆษณาโดยแบ่งประเภทเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

- โฆษณานบนตัวรถราง ควบคุมกิจการโดย JCDecaux ซึ่งควบคุมการโฆษณาบนรถรางในปัจจุบันเป็นจำนวนทั้งสิ้น 140 คัน โฆษณานำเสนอทั่วเกาะฮ่องกงในอัตรา 15 ครั้งต่อวัน
- โฆษณาในสถานีจอดรถราง ควบคุมกิจการโดย Cody out of home

• รายรับจากการโฆษณา

รายรับจากการโฆษณาบนตัวรถรางและที่จอดรถรางในรายการบัญชีแสดงให้เห็นว่าเป็นอัตราส่วนร้อยละ 40 ของรายรับ ในปัจจุบันพื้นที่โฆษณาบนตัวรถและที่จอดรถรางมีการจับจองเต็มพื้นที่

ตารางที่ 10-1 แสดงงบประมาณรายรับของบริษัทเจซีดีเอโกประจำไตรมาสที่ 1/2017

Q1 adjusted revenue	2018 (€m)	2017 (€m)	Reported growth	Organic growth ^(a)
Street Furniture	337.1	345.6	-2.5%	+2.1%
Transport	293.5	302.3	-2.9%	+5.0%
Billboard	111.9	114.7	-2.4%	-0.6%
Total	742.5	762.6	-2.6%	+2.8%

a. Excluding acquisitions/divestitures and the impact of foreign exchange

จากรูปงบประมาณรายรับของการโฆษณาบนระบบขนส่งมีจำนวน 293.5 ล้านบาท นับเป็นร้อยละ 39.5 ของรายรับทั้งหมด โดยมีอัตราการเติบโตแบบธรรมชาติ (Organic Growth) ที่ร้อยละ 5 ซึ่งสูงที่สุดเมื่อเทียบกับการเติบโตของรายได้ประเภทอื่น

10.4 ระบบรางในเมืองดับลิน ประเทศไอร์แลนด์

Luas

Luas เป็นองค์กรควบคุมระบบรางสาธารณะในเมืองดับลิน ประเทศไอร์แลนด์ ซึ่งประกอบด้วย 2 เส้นทางหลัก (สายสีแดงและสายสีเขียว) โดยอยู่ในความร่วมมือกับองค์กร Transport Infrastructure Ireland และ Transdev ซึ่งเป็นองค์กรระบบขนส่งที่มีเครือข่ายทั่วโลก



รูปที่ 10-5 รถรางในเมืองดับลิน ประเทศไอร์แลนด์

การโฆษณาบริเวณสถานี ประกอบด้วยป้ายไฟติดผนังและป้ายทรงกระบอก



รูปที่ 10-6 การโฆษณาภายในรถราง



รูปที่ 10-7 การโฆษณาบริเวณสถานี



รูปที่ 10-8 การโฆษณาภายนอกขบวนรถราง

10.5 ระบบรถรางในเมืองปาโดวา ประเทศอิตาลี

APS

APS เป็นองค์กรควบคุมระบบรถรางในเมืองปาโดวา ประเทศอิตาลี เริ่มการดำเนินการเมื่อปี ค.ศ. 2007 โดยมี APS Holding เป็นองค์กรที่สนับสนุนการจัดการพื้นที่โฆษณาบริเวณสถานีจอดรถราง และตามท้องถนน

● ลักษณะการโฆษณาบนรถราง



รูปที่ 10-9 ตำแหน่งและลักษณะการติดตั้งป้ายโฆษณาบนรถราง



รูปที่ 10-10 ป้ายตั้งพื้นแบบที่ 1 และแบบที่ 2



รูปที่ 10-11 ป้ายติดผนังและป้ายติดสถานีจอดรถราง



รูปที่ 10-12 ป้ายจุดจอดรถบัสแบบที่ 1 และแบบที่ 2

11 การศึกษาการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในประเทศ

11.1 แนวทางการจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์ของระบบรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร


- VGI GROUP

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มธุรกิจ VGI GROUP ซึ่งได้รับสิทธิ์ในการบริหารสื่อโฆษณาในระบบการเดินรถไฟฟ้า BTS มีผลการดำเนินงานปี 2560-2561 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- รายได้ 3,936 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.0%
- ธุรกิจสื่อออนไลน์ บริษัทฯ มีรายได้จากธุรกิจ 3,559 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.7%
- สื่อโฆษณาในระดับขนส่งมวลชน มีรายได้ 2,262 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.3% สาเหตุหลักมาจากการปรับเพิ่มราคาสื่อโฆษณาประเภทภาพนิ่งและสื่อดิจิทัล นอกจากนี้รับรายได้จากแคมเปญ Station Sponsorship ซึ่งสามารถสร้างรายได้กว่า 336 ล้านบาทในปีที่ผ่านมา
- สื่อโฆษณากลางแจ้ง โดยมีรายได้ 958 ล้านบาท เติบโตถึง 74.3% เทียบกับปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการควบรวมงบการเงินเต็มปีของ MACO ซึ่งเริ่มควบรวมเมื่อเดือนมิถุนายน 2559 และการรับรู้รายได้จากสื่อดิจิทัลบิลบอร์ด จำนวน 35 จอ ที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าเป็นอย่างมากหลังจากที่เพิ่งเปิดตัวไปเมื่อเดือนกรกฎาคม 2560


- สรุปการจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์รูปแบบ Advertising ของบริษัท VGI GROUP

ตารางที่ 11-1 การจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์ภายในขบวนรถแบบ (STATIC MEDIA)

<p>1. WHOLE IN TRAIN (TYPE B) & CEILING</p> <p>- THB 650,000/ TRAIN/ MONTH</p> 	Panels	<p>Total 17 Trains (EMU B)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Above the Seat: 48 Panels/ Train - Bulkhead: 10 Panels/ Train - Standard: 48 Panels/ Train - Wall Paper: 32 Panels/ Train - Window: 12 Panels/ Train - Hand Grip: 224 Units/ Train - Whole in Train Ceiling
	Production Cost	THB 593,220/ Train



ที่มา: บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน).

ตารางที่ 11-2 การจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์ภายนอกขบวนรถแบบ (STATIC MEDIA)

<p>1. TRAIN BODY</p> <p>- THB 726,000/ TRAIN/ MONTH</p> 	Train	Total 52 Trains (Type A (EMU A): 35 Trains & Type B (EMU B): 17 Trains)
	Panels	Whole Train Outside (350 SQM.)
	Production Cost	THB 690,000/ Train

ที่มา: บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน).



ตารางที่ 11-3 การจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์ภายในสถานีแบบ (STATIC MEDIA GROUND)

1. ESCALATOR GRAPHICS (PACKAGE) - THB 726,000/ PACK/ MONTH 	Panels	15 panels
	Size	Subject to station
	Production Cost	THB 528,000/ Pack
2. PLATFORM TRUSS PACKAGE - THB 891,000 PACK/ MONTH 	Location	27 Station-70 Panels
	Panels	27 Station-28 Panels
	Size	1, 2, 8, 9, 10, 14, 17, 18: 1.2x3 M. (63 Panels), 1.2 x 9 M. (7 Panels) 5,11, A, B: 1.2 x 9 M.
	Production Cost	THB 3,500/ Panel (1.2 x 3 M.-Pack 1, 2, 8, 9, 10, 14, 17, 18), THB 12,500/ Panel (1.2 x 9 M.-Pack 1, 2, 8, 9, 10, 14, 17, 18) THB 12,500/ Panel (1.2 x 9 M.-Pack 5, 11, A, B)

ที่มา: บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)


- การจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์รูปแบบ Retail Business

ตารางที่ 11-4 การจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์ภายในสถานีสานแบบ BOOTH ACTIVITIES (MULTI MEDIA)

<p>1. RESIDENTIAL: BOOTH ACTIVITIES - THB 70,000/ 10 TIMES</p> 	Package	10 Times
	Details	Residential, Only area rental fee
	Size	2m. x 2m.
<p>2. RESIDENTIAL: BOOTH ACTIVITIES - THB 300,000/ 20 TIMES</p> 	Package	20 Times
	Details	Residential, Only area rental fee
	Size	2m. x 2m.

ที่มา: บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 11-5 การจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์แบบ STATION DISPLAY (STATIC MEDIA)

1. STATION DISPLAY - THB 181,500 / STATION / MONTH 	Location	28 Station
	Panels	1 Area/ Station
	Size	W 1.5 M. x L 2.6 M. x H 1.6 M.
	Production Cost	Subject to Layout, Design and Material

ที่มา: บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)

- การจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์เพื่อให้เช่า บนสถานีรถไฟฟ้า บริษัท จินตามณี จำกัด



ประเภท: ป้าย LED
 ขนาด: 26 x 1 เมตร
 สปอต: 30 วิ, 120 ครั้ง, 4 จอ, 3 ครั้ง, 1 ลูบ,
 10 ลูบ/ วัน/ จอ, รวม 60 นาที
 ราคา: 21,600 บาท/ 15 วัน

รูปที่ 11-1 ป้ายโฆษณา LED



ประเภท: ป้ายโฆษณา LIGHT BOX 32 SHEET
 ขนาด: 6.15 x 2.12 เมตร
 ราคา: 18,000 บาท/ ป้าย
 49,000-55,000 บาท/ เดือน

รูปที่ 11-2 ป้ายโฆษณา LIGHT BOX 32 SHEET



ประเภท: ป้ายโฆษณา STCKER FLOOR WRAP
 ขนาด: ขึ้นอยู่กับสถานี
 ราคา: 1,700 บาท/ ตารางเมตร
 23,600-77,200 บาท/ เดือน

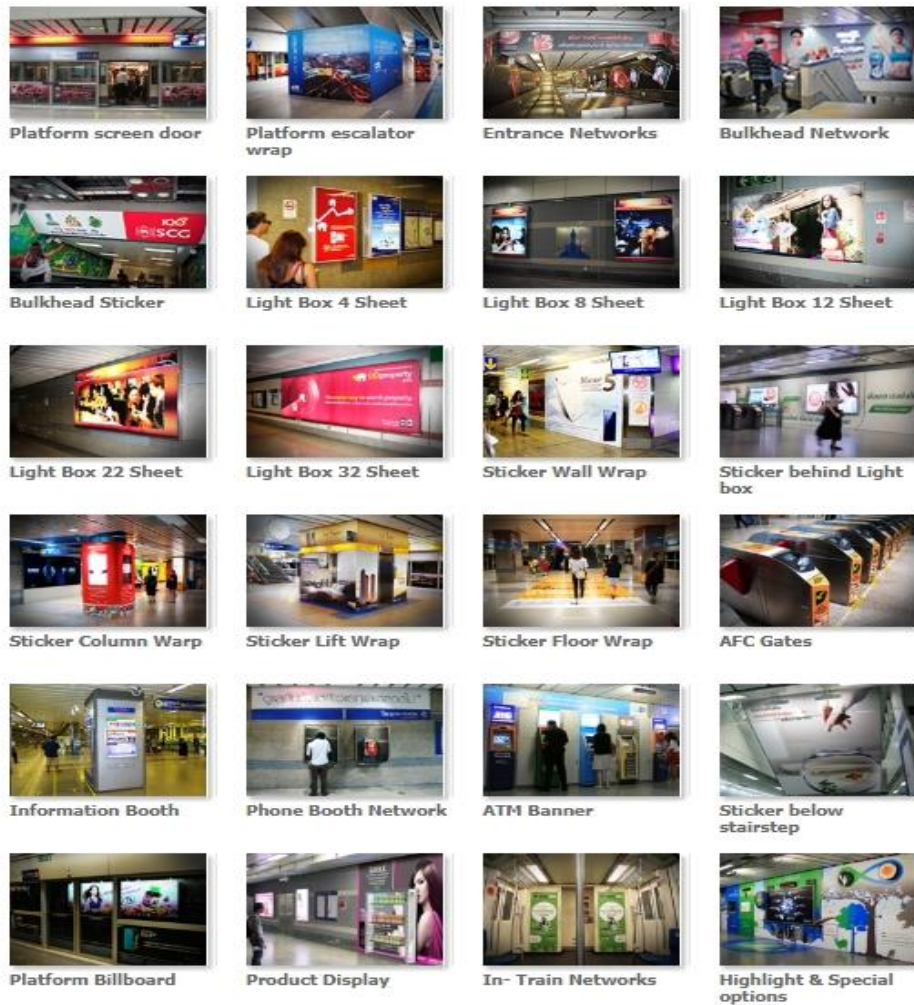
รูปที่ 11-3 ป้ายโฆษณา STCKER FLOOR WRAP



ประเภท: ป้ายโฆษณา AFC GATE STICKER
 ขนาด: 5.47 x 12.39 ตารางเมตร
 ราคา: 1,300 บาท/ ตารางเมตร
 22,000-44,000 บาท/ เดือน

รูปที่ 11-4 ป้ายโฆษณา AFC GATE STICKER

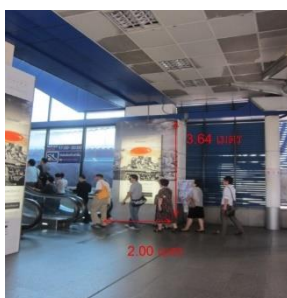
- การบริหารพื้นที่เชิงพาณิชย์ โดยบริษัท BMN ภายในระบบรถไฟฟ้า MRT



ที่มา: บริษัท แบงคอก เมโทร เนทเวิร์คส์ จำกัด

รูปที่ 11-5 พื้นที่เชิงพาณิชย์ ภายในระบบรถไฟฟ้า MRT

- การบริหารพื้นที่เชิงพาณิชย์เพื่อให้เช่า การไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)



สถานที่ตั้ง: เสาก่อนบันไดเลื่อน

ขนาด: 2.00 เมตร x 3.64 เมตร

พื้นที่ทั้งหมด: 7.28 ตารางเมตร

รูปที่ 11-6 เสาก่อนบันไดเลื่อน

- พื้นที่ให้เช่าเพื่อติดตั้งป้ายโฆษณาบริเวณพื้นที่รั้วล้อมรอบตามแนวสายทาง
โครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล



รูปที่ 11-7 สถานีกำแพงเพชร
ทางเข้า-ออก 2



รูปที่ 11-8 สถานีหัวลำโพง
ทางเข้า-ออก 3



รูปที่ 11-9 สถานีเพชรบุรี
ทางเข้า-ออก 2



รูปที่ 11-10 สถานีสามย่าน
ทางเข้า-ออก 1

11.2 ภาพรวมสื่อโฆษณาเชิงพาณิชย์ จังหวัดภูเก็ต

ภาพรวมสื่อโฆษณาเชิงพาณิชย์ จังหวัดภูเก็ตสามารถแสดงตัวอย่างได้ดังตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 11-6 สรุปข้อมูลโฆษณาเชิงพาณิชย์ จังหวัดภูเก็ต

ลำดับ	ทำเล	ประเภทของสื่อ	ขนาด	ราคา	บริษัท
1.	รอบเมืองภูเก็ต, สะป้า, เทศบาลกะทู้ (ในตัวเมืองภูเก็ต)	รถแห่ประชาสัมพันธ์	รถกระบะ 2 คัน	84,100 บ./ 3 เดือน/ 2 คัน (รวมค่าพิมพ์ไวนิล 2 คัน)	ห้างหุ้นส่วน เข้าเทิร์น มีเดีย จำกัด
2.	อำเภอถลาง (เขตชานเมือง)	รถแห่ประชาสัมพันธ์	รถกระบะ 2 คัน	112,900 บ. (รวมค่าพิมพ์ไวนิล 2 คัน)	ห้างหุ้นส่วน เข้าเทิร์น มีเดีย จำกัด
3.	รอบเมืองภูเก็ต, สะป้า, เทศบาลกะทู้, อำเภอถลาง	ป้าย Banner	100 x 200 เมตร	65,000 บ./ 100 ป้าย/ 15-30 วัน	ห้างหุ้นส่วน เข้าเทิร์น มีเดีย จำกัด
4.	รอบเมืองภูเก็ต, สะป้า, เทศบาลกะทู้, อำเภอถลาง	ป้ายกองโจร	240 x 120 เมตร	114,000 บ./ 100 ป้าย/ 15 วัน	ห้างหุ้นส่วน เข้าเทิร์น มีเดีย จำกัด
5.	โซนเกาะแก้ว, ฉลอง, ถลาง, สนามบินภูเก็ต, เมืองภูเก็ต	ป้าย Billboard	4 x 6 เมตร	ค่าเช่า 1,500,000 บ./ 6 ต./ 10 ป้าย ค่าพิมพ์ไวนิล 108,000 บ./ 6 ต./ 10 ป้าย	ห้างหุ้นส่วน เข้าเทิร์น มีเดีย จำกัด
				*ราคาขึ้นอยู่กับตำแหน่งป้าย	
6.	ทางขึ้นเขาป่าตอง	ป้าย Billboard	9 x 14.5 เมตร	90,000 บ./ เดือน (ไม่รวม vat 7%)	บริษัท แอร์โร มีเดีย จำกัด
7.	Tesco Lotus สามกลอง	ป้าย Billboard	6 x 12 เมตร	65,000 บ./ เดือน (ไม่รวม vat 7%)	บริษัท แอร์โร มีเดีย จำกัด
8.	ทางแยกระหว่างบายพาสกับสามกongsสามแยกสาธุ	ป้าย Billboard	4 x 12 เมตร	80,000 บ./ เดือน (ไม่รวม vat 7%)	บริษัท แอร์โร มีเดีย จำกัด
	สนามบิน (International Airport)				
9.	แยกสาธุ ขวมือไปสนามบิน ข้ามมือไปหาดในยาง	ป้าย Billboard	4 x 17.7 เมตร	80,000 บ./ เดือน (ไม่รวม vat 7%)	บริษัท แอร์โร มีเดีย จำกัด
	สนามบิน (International Airport)				
10.	แยกสาธุ ขวมือไปสนามบิน ข้ามมือไปหาดในยาง	ป้าย Billboard	5 x 15 เมตร	80,000 บ./ เดือน (ไม่รวม vat 7%)	บริษัท แอร์โร มีเดีย จำกัด
	สนามบิน (International Airport)				
11.	ขับต๋องชะลอ ด้านท่าฉัตรไชย	ป้าย Billboard	6 x 12 เมตร	70,000 บ./ เดือน (ไม่รวม vat 7%)	บริษัท แอร์โร มีเดีย จำกัด
12.	หน้าทางเข้าห้าง Tesco Lotus สาขาฉลอง	ป้าย Billboard	5 x 10 เมตร	45,000 บ./ เดือน (ไม่รวม vat 7%)	บริษัท แอร์โร มีเดีย จำกัด
13.	ทางขวามือมาจากในเมืองมุ่งหน้าสู่ป่าตอง (กะทู้)	ป้าย Billboard	10 x 20 เมตร	120,000 บ./ เดือน (ไม่รวม vat 7%)	บริษัท แอร์โร มีเดีย จำกัด

12 การสำรวจศักยภาพการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของสถานีและพื้นที่ในโครงการ

- การพัฒนาเชิงพาณิชย์ของโครงการในรูปแบบ Advertising Media และ Retail Business บริเวณระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้ามีความสัมพันธ์อย่างสูงกับจำนวนผู้โดยสารที่ใช้ระบบขนส่งมวลชน ทำเล จุดโฆษณาหรือหาประโยชน์และขนาดเศรษฐกิจโดยรวม ดังนั้นประมาณการจำนวนผู้โดยสารในอนาคตของโครงการ สถานีตลาด แนวโน้มเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมหรือธุรกิจโดยรวม ตลอดจนแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภคและผู้ประกอบการในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง ต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง มีความสำคัญอย่างมากต่อศักยภาพในการหารายได้เชิงพาณิชย์ของโครงการ ซึ่งครอบคลุมมีช่องทางในการจัดเก็บจากค่าโฆษณา ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้า เครื่องบริการทางการเงิน ตู้หยอดเหรียญ และค่าจอดรถ หรือกิจกรรมอื่นๆ
- ที่ปรึกษาได้ทำการศึกษาศักยภาพและจัดลำดับพื้นที่ที่ศักยภาพในการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของโครงการ บริเวณสถานี ขบวนรถไฟฟ้า ศูนย์ซ่อมบำรุง ที่จอดแล้วจร สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่สนับสนุนการพัฒนาเชิงพาณิชย์ และพื้นที่ว่างรอบสถานี สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 12-1 การศึกษาศักยภาพพื้นที่ที่มีศักยภาพ

ลำดับ	รายการ	ศักยภาพการหารายได้	ทำเลที่ตั้ง, ตำแหน่ง	การเข้าถึงของลูกค้า	ข้อจำกัดด้านกฎหมาย
1	ขบวนรถไฟฟ้า	สูง	ศักยภาพสูง	สูงมาก	ไม่มี
2	สถานี	สูง	ศักยภาพสูง	สูงมาก	มีด้านกรรมสิทธิ์และสิทธิ์การโฆษณา
3	ศูนย์ซ่อมบำรุง	ต่ำ	ศักยภาพต่ำ	ไม่สามารถเข้าถึง	ไม่มี
4	ที่จอดแล้วจร	ปานกลาง	ศักยภาพปานกลาง - ต่ำ	ปานกลาง - ต่ำ	ไม่มี
5	สิ่งอำนวยความสะดวก	N/A	N/A	N/A	N/A
6	ระบบสาธารณูปโภค	N/A	N/A	N/A	N/A
7	สาธารณูปการ	N/A	N/A	N/A	N/A
8	พื้นที่ว่างรอบสถานี	ไม่มีพื้นที่	ไม่มีพื้นที่	ไม่มีพื้นที่	ไม่มีพื้นที่

พบว่าพื้นที่ซึ่งมีศักยภาพความเหมาะสมในการพัฒนาเชิงพาณิชย์เพื่อหารายได้ประกอบด้วย 2 บริเวณคือบริเวณขบวนรถไฟฟ้าทั้งในขบวนและนอกขบวน และบริเวณสถานีโดยสามารถแสดงการวิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของแต่ละสถานีได้ดังตัวอย่างตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 12-2 ศักยภาพในการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของแต่ละสถานี

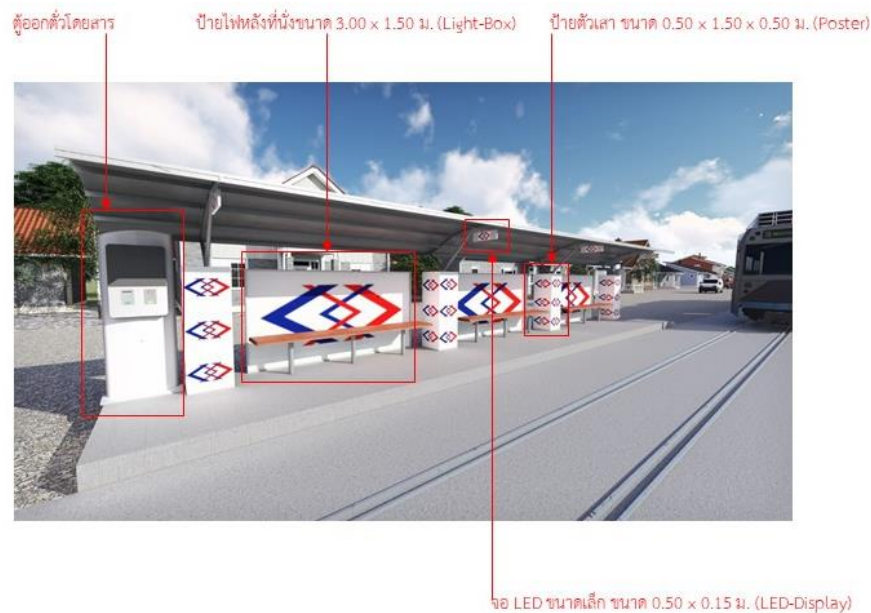
ลำดับ	ชื่อสถานี	ลักษณะสถานี	จำนวนผู้โดยสาร (พ.ศ.2566)			สภาพพื้นที่ในปัจจุบัน	ศักยภาพในการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์			รูปแบบสถานี	ระดับศักยภาพในการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์
			Boarding	Alighting	Line Load		ศักยภาพทั่วไป	ศักยภาพในการร่วมมือกับผู้ถือกรรมสิทธิ์	ศักยภาพในการพัฒนาพื้นที่		
1	สถานีท่าอากาศยานภูเก็ต	สถานียกระดับ	3,260	-	3,260	ภาพรวมการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นประเภทสถาบันราชการ (บริเวณพื้นที่สนามบิน) และที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก	ที่ตั้งอยู่ในถนนเทพกระษัตรีในทางเป็นเส้นทางหลัก เชื่อมต่อกับสนามบินภูเก็ตและแหล่งพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก	ขอใช้พื้นที่ร่วมกับท่าอากาศยานภูเก็ตในการพัฒนาสถานีและพื้นที่เชื่อมต่อ	ศักยภาพต่ำ	สถานียกระดับ	ระดับสูง
2	สถานีเมืองใหม่	สถานีระดับพื้น	570	150	3,680	ภาพรวมการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก และที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย	ที่ตั้งอยู่ในถนนเทพกระษัตรีเป็นเส้นทางหลัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกกระจายในพื้นที่ เช่น ร้านค้าปลีกและห้างสรรพสินค้า	การร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาสถานี	ศักยภาพต่ำ	สถานีระดับดิน รูปแบบสถาปัตยกรรมโมเดิร์น	ระดับกลาง
3	สถานีโรงเรียนเมืองกลาง	สถานีระดับพื้น	290	70	3,900	ภาพรวมการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย และสถาบันราชการ (พื้นที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรภูเก็ต)	ที่ตั้งอยู่ในถนนเทพกระษัตรีเป็นเส้นทางหลัก ใกล้หมู่บ้านการ์เดนเพลส มีสิ่งอำนวยความสะดวกกระจายในพื้นที่ เช่น ร้านค้าปลีก ใกล้โรงเรียนเมืองกลาง และศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรภูเก็ต	การร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาสถานี	ศักยภาพต่ำ	สถานีระดับดิน รูปแบบสถาปัตยกรรมโมเดิร์น	ระดับกลาง

13 การออกแบบและรูปแบบการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในโครงการ

13.1 การออกแบบและรูปแบบการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของสถานีในโครงการ

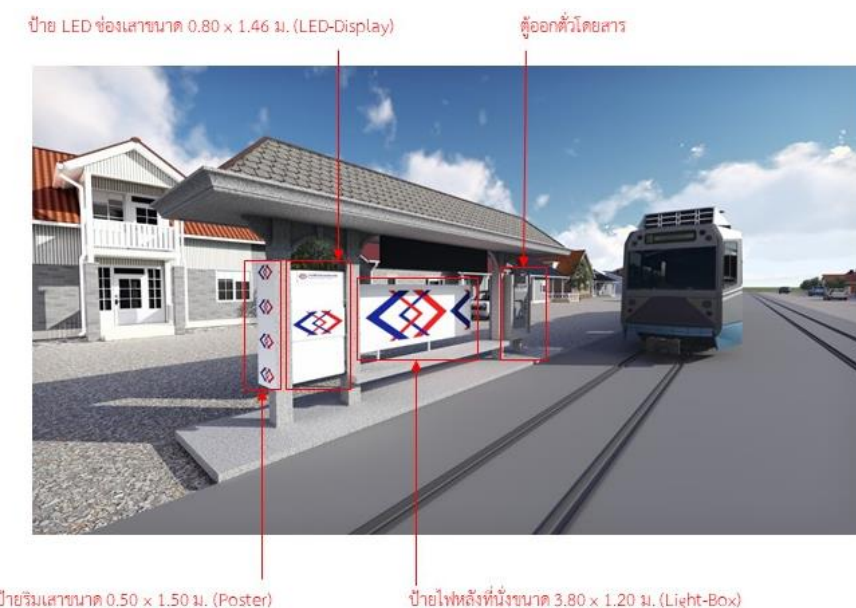
จากข้อมูลการศึกษาข้างต้น ที่ปรึกษาได้ทำการพิจารณา ศึกษาความเป็นไปได้ของศักยภาพในการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์ของสถานี เพื่อนำไปสู่การออกแบบรูปแบบเพื่อการศึกษาการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของโครงการเบื้องต้น (Conceptual design) ได้ตามรูปแบบดังต่อไปนี้

พื้นที่เชิงพาณิชย์สถานีระดับดินรูปแบบโมเดิร์น



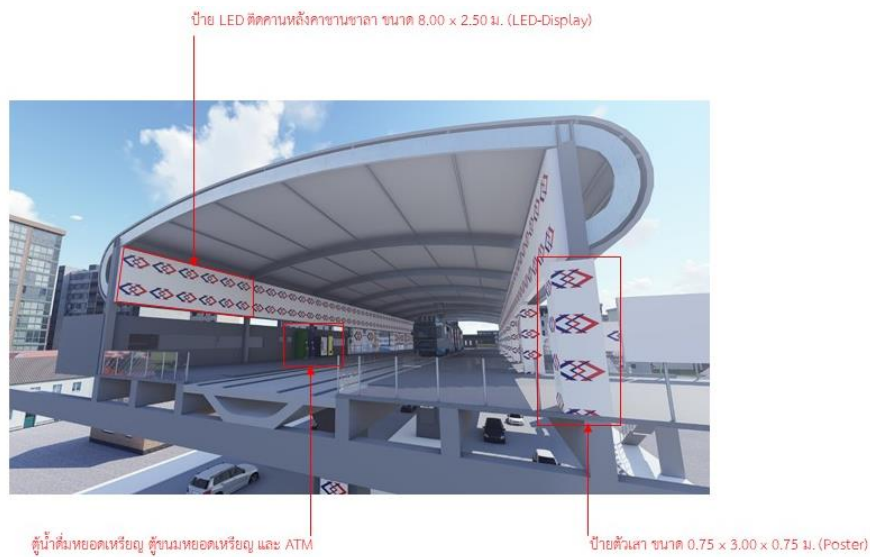
รูปที่ 13-1 ตำแหน่งป้ายและพื้นที่เชิงพาณิชย์ในสถานีระดับดินรูปแบบโมเดิร์น

พื้นที่เชิงพาณิชย์สถานีระดับดินรูปแบบชิโน-โปรตุกิส

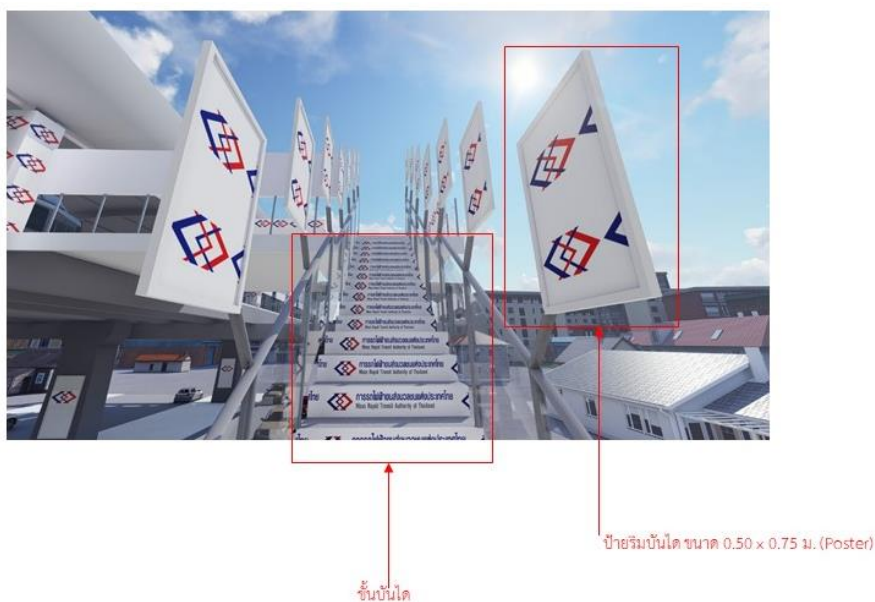


รูปที่ 13-2 ตำแหน่งป้ายและพื้นที่เชิงพาณิชย์ในสถานีระดับดินรูปแบบชิโน-โปรตุกิส

พื้นที่เชิงพาณิชย์สถานีระดับ

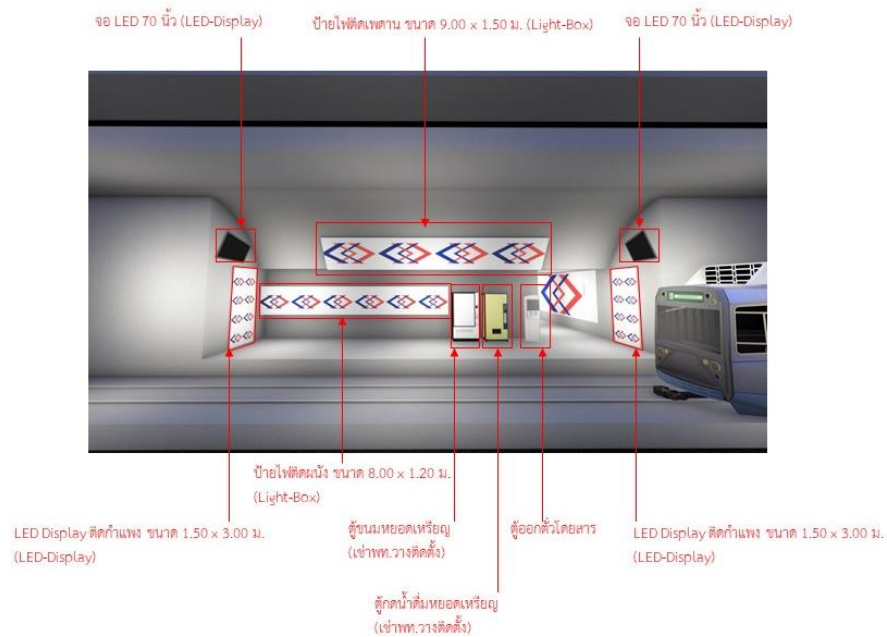


รูปที่ 13-3 ตำแหน่งป้ายและพื้นที่เชิงพาณิชย์ในสถานีระดับ

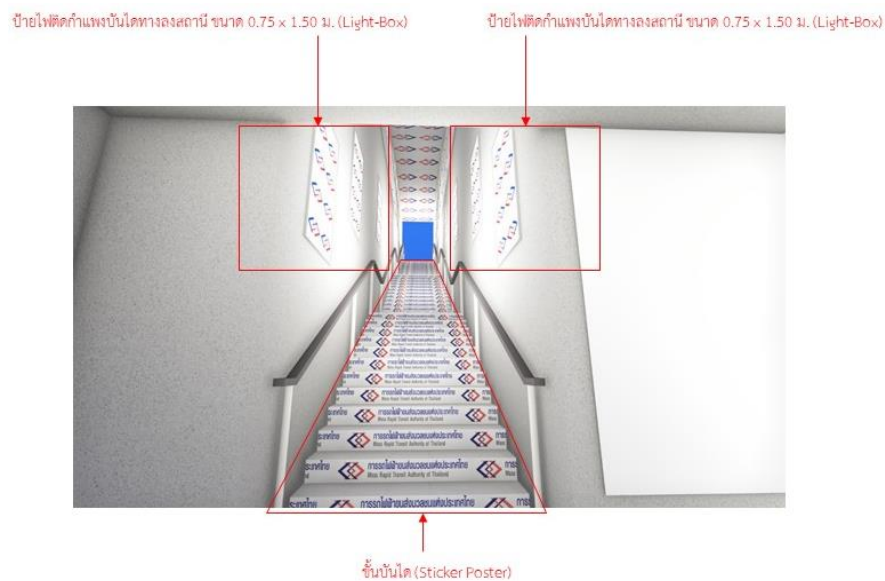


รูปที่ 13-4 ตำแหน่งป้ายและพื้นที่เชิงพาณิชย์ในสถานีระดับ

พื้นที่เชิงพาณิชย์สถานีใต้ดิน



รูปที่ 13-5 ตำแหน่งป้ายและพื้นที่เชิงพาณิชย์ในสถานีใต้ดิน



รูปที่ 13-6 ตำแหน่งป้ายและพื้นที่เชิงพาณิชย์ในสถานีใต้ดิน


ตารางที่ 13-1 สรุปพื้นที่เชิงพาณิชย์ภายในสถานีจากการออกแบบเบื้องต้น

ตารางสรุปพื้นที่เชิงพาณิชย์ภายในสถานี							
รูปแบบสถานี	จำนวนสถานี	จำนวนฝั่งท่าพักคอย	รูปแบบพื้นที่เชิงพาณิชย์	ประเภท	จำนวนป้ายหรือพื้นที่เช่าต่อสถานี ต่อฝั่ง	จำนวนป้ายหรือพื้นที่เช่าทั้งหมด ต่อฝั่ง	รวมจำนวนป้ายหรือพื้นที่เช่าทั้งหมด ทุกฝั่ง
สถานีระดับดินรูปแบบโมเดิร์น	18	2	ป้ายตัวเสา ขนาด 0.50 x 1.50 x 0.50 ม.	Poster	4	72	144
			จอ LED ขนาดเล็ก ขนาด 0.50 x 0.15 ม.	LED-Display	4	72	144
			ป้ายไฟหลังที่นั่งขนาด 3.00 x 1.50 ม.	Light-Box	3	54	108
สถานีระดับดินรูปแบบซิโน-โปรตุกิส	1	2	ป้ายริมเสาขนาด 0.50 x 1.50 ม.	Poster	2	2	4
			ป้าย LED ช่องเสาขนาด 0.80 x 1.46 ม.	LED-Display	1	1	2
			ป้ายไฟหลังที่นั่งขนาด 3.80 x 1.20 ม.	Light-Box	1	1	2
สถานียกระดับ	1	1	ป้าย LED ติดด้านหลังคาขนาด 8.00 x 2.50 ม.	LED-Display	18	18	18
			ป้ายไฟตั้งพื้น ขนาด 2.90 x 1.80 ม.	Light-Box	24	24	24
			ป้ายติดระเบียบ ขนาด 3.00 x 1.20 ม.	Poster	23	23	23
			ป้ายตัวเสา ขนาด 0.75 x 3.00 x 0.75 ม.	Poster	20	20	20
			ประตูลิฟท์ ขนาด 72 x 179.5 ซม.	Sticker Poster	4	4	4
			ป้ายริมบันได ขนาด 0.50 x 0.75 ม.	Poster	60	60	60
			LED Display ติดเสาหรือผนังลิฟท์ ขนาด 1.50 x 3.00 ม.	LED-Display	10	10	10
			พื้นที่จัดนิทรรศการ (Display) ขนาด 1.50 x 2.60 x 1.60 ม.	พท.ว่าง	2	2	2
			ชั้นบันได	Sticker Poster	2	2	2
			ตู้ ATM	เช่าพท.วางติดตั้ง	2	2	2
			ตู้ขนมหยอดเหรียญ	เช่าพท.วางติดตั้ง	1	1	1
			ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ	เช่าพท.วางติดตั้ง	1	1	1
			จอ LED 70 นิ้ว	LED-Display	2	2	2
สถานีใต้ดิน	1	1	ป้ายไฟติดกำแพงบันไดทางลงสถานี ขนาด 0.75 x 1.50 ม.	Light-Box	16	16	16
			ป้ายติดเพดานทางลงสถานี	Sticker Poster	2	2	2
			ป้ายติดกระจกทางลงสถานี ขนาด 4.30 x 1.60 ม.	Sticker Poster	4	4	4
			ป้ายไฟติดผนัง ขนาด 3.00 x 1.20 ม.	Light-Box	6	6	6
			LED Display ติดกำแพง ขนาด 1.50 x 3.00 ม.	LED-Display	6	6	6
			ประตูลิฟท์ ขนาด 72 x 179.5 ซม.	Sticker Poster	2	2	2
			ป้ายไฟติดผนัง ขนาด 8.00 x 1.20 ม.	Light-Box	2	2	2
			ป้ายไฟติดเพดาน ขนาด 9.00 x 1.50 ม.	Light-Box	2	2	2
			ป้ายไฟติดผนัง ขนาด 8.00 x 2.40 ม.	Light-Box	4	4	4
			ชั้นบันได	Sticker Poster	2	2	2
			ตู้ ATM	เช่าพท.วางติดตั้ง	4	4	4
			ตู้ขนมหยอดเหรียญ	เช่าพท.วางติดตั้ง	2	2	2
			ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ	เช่าพท.วางติดตั้ง	2	2	2
			จอ LED 70 นิ้ว	LED-Display	3	3	3

13.2 การออกแบบและรูปแบบการหารายได้เชิงพาณิชย์ภายในและภายนอกขบวนรถ


จากการศึกษาตัวอย่างการออกแบบและรูปแบบการหารายได้เชิงพาณิชย์ภายในและภายนอกขบวนรถทั้งต่างประเทศและในประเทศ พบว่ามีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน ที่ปรึกษาจึงได้เลือกรูปแบบการหารายได้เชิงพาณิชย์จากบริษัท VGI ซึ่งประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโฆษณาและหารายได้เชิงพาณิชย์ภายในและภายนอกขบวนรถ BTS ในประเทศเป็นต้นแบบ โดยมีสมมุติฐานและรูปแบบตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13-2 การจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์ภายในขบวนรถแบบ (STATIC MEDIA)

1. WHOLE IN TRAIN (TYPE B) & CEILING - THB 650,000/ TRAIN/ MONTH 	Panels	Total 17 Trains (EMU B) - Above the Seat: 48 Panels/ Train - Bulkhead: 10 Panels/ Train - Standard: 48 Panels/ Train - Wall Paper: 32 Panels/ Train - Window: 12 Panels/ Train - Hand Grip: 224 Units/ Train - Whole in Train Ceiling
	Production Cost	THB 593,220/ Train

ที่มา: ดัดแปลงจาก บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 13-3 การจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์ภายนอกขบวนรถแบบ (STATIC MEDIA)

1. TRAIN BODY - THB 726,000/ TRAIN/ MONTH 	Train	Total 52 Trains (Type A (EMU A): 35 Trains & Type B (EMU B): 17 Trains)
	Panels	Whole Train Outside (350 SQM.)
	Production Cost	THB 690,000/ Train

ที่มา: ดัดแปลงจาก บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)

14 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินการลงทุนและแนวทางการบริหารในการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์

14.1 การลงทุนและแนวทางการบริหารในการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์

ประกอบด้วยแนวทางดังต่อไปนี้

- รฟม.ดำเนินการลงทุนพัฒนาและบริหารพื้นที่เชิงพาณิชย์ด้วยหน่วยงานภายใน
- รฟม.ดำเนินการลงทุนพัฒนาและว่าจ้างเอกชนบริหาร
- รฟม.เปิดประมูลสิทธิ์การพัฒนาโดยให้เอกชนเข้าลงทุนและบริหาร
- รฟม.ร่วมกับเอกชนจัดตั้งบริษัทร่วมทุนเพื่อรับสิทธิ์ในการพัฒนาและบริหาร

โดยในการจัดทำสมมติฐานทางการเงินในการศึกษาครั้งนี้ ที่ปรึกษาได้เลือกแนวทาง รฟม.เปิดประมูลสิทธิ์การพัฒนาโดยให้เอกชนเข้าลงทุนและบริหาร เพื่อเป็นต้นแบบในการศึกษา โดยเป็นแนวทางคล้ายคลึงกับการจัดการด้านการลงทุนและแนวทางการบริหารพื้นที่เชิงพาณิชย์ของโครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล (สถานีหัวลำโพง – สถานีบางซื่อ) โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายฉลองรัชธรรม (สถานีคลองบางไผ่ – สถานีเตาปูน) โครงการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi Airport Rail Link) และโครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยมีภาคเอกชนหรือบริษัทในเครือของหน่วยงานเช่น บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (BEM), บริษัทบริษั ทีวี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน), บริษัท แบงคอก เมโทร เน็ตเวิร์คส์ จำกัด โดยพบว่าแนวทางดังกล่าวมีความเสี่ยงการดำเนินงานที่ต่ำ มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและดำเนินงานต่ำกว่าแนวทางอื่น

14.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

14.2.1 สมมติฐานทางการเงิน

1) สมมติฐานด้านรายรับ


- รายรับจากการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์ของสถานีในโครงการ

ตารางที่ 14-1 รายรับจากการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์ของสถานีในโครงการ


รูปแบบสถานี	รูปแบบพื้นที่เชิงพาณิชย์	ประเภท	รวมจำนวนป้าย หรือพื้นที่เช่า ทั้งหมด ทุกฝั่ง	คำนวณค่าเช่า ต่อจุด	รวมค่าเช่าทั้งสิ้น ต่อเดือน
สถานีระดับดินรูปแบบโมเดิร์น	ป้ายตัวเสา ขนาด 0.50 x 1.50 x 0.50 ม.	Poster	144	5,625	810,000
	จอ LED ขนาดเล็ก ขนาด 0.50 x 0.15 ม.	LED-Display	144	10,000	1,440,000
	ป้ายไฟหลังที่นั่งขนาด 3.00 x 1.50 ม.	Light-Box	108	33,750	3,645,000
สถานีระดับดินรูปแบบซิโน-โปรตุกีส	ป้ายริมเสาขนาด 0.50 x 1.50 ม.	Poster	4	1,875	7,500
	ป้าย LED ช่องเสาขนาด 0.80 x 1.46 ม.	LED-Display	2	20,000	40,000
	ป้ายไฟหลังที่นั่งขนาด 3.80 x 1.20 ม.	Light-Box	2	34,200	68,400
สถานียกระดับ	ป้าย LED ติดด้านหลังคาชานชาลา ขนาด 8.00 x 2.50 ม.	LED-Display	18	200,000	3,600,000
	ป้ายไฟตั้งพื้น ขนาด 2.90 x 1.80 ม.	Light-Box	24	39,150	939,600
	ป้ายติดระเบียบ ขนาด 3.00 x 1.20 ม.	Poster	23	9,000	207,000
	ป้ายตัวเสา ขนาด 0.75 x 3.00 x 0.75 ม.	Poster	20	16,875	337,500
	ประตูลิฟท์ ขนาด 72 x 179.5 ซม.	Sticker Poster	4	12,888	51,552
	ป้ายริมบันได ขนาด 0.50 x 0.75 ม.	Poster	60	938	56,250
	LED Display ติดเสาหรือผนังลิฟท์ ขนาด 1.50 x 3.00 ม.	LED-Display	10	45,000	450,000
	พื้นที่จัดนิทรรศการ (Display) ขนาด 1.50 x 2.60 x 1.60 ม.	พท.ว่าง	2	9,750	19,500
	ชั้นบันได	Sticker Poster	2	20,000	40,000
	ตู้ ATM	เช่าพท.วางติดตั้ง	2	6,000	12,000
	ตู้ขนมหยอดเหรียญ	เช่าพท.วางติดตั้ง	1	6,000	6,000
	ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ	เช่าพท.วางติดตั้ง	1	6,000	6,000
	จอ LED 70 นิ้ว	LED-Display	2	25,000	50,000
	ป้ายไฟติดกำแพงบันไดทางลงสถานี ขนาด 0.75 x 1.50 ม.	Light-Box	16	8,438	135,000
สถานีใต้ดิน	ป้ายติดเพดานทางลงสถานี	Sticker Poster	2	2,500	5,000
	ป้ายติดกระจกทางลงสถานี ขนาด 4.30 x 1.60 ม.	Sticker Poster	4	17,200	68,800
	ป้ายไฟติดผนัง ขนาด 3.00 x 1.20 ม.	Light-Box	6	27,000	162,000
	LED Display กำแพง ขนาด 1.50 x 3.00 ม.	LED-Display	6	45,000	270,000
	ประตูลิฟท์ ขนาด 72 x 179.5 ซม.	Sticker Poster	2	12,888	25,776
	ป้ายไฟติดผนัง ขนาด 8.00 x 1.20 ม.	Light-Box	2	7,200	14,400
	ป้ายไฟติดเพดาน ขนาด 9.00 x 1.50 ม.	Light-Box	2	101,250	202,500
	ป้ายไฟติดผนัง ขนาด 8.00 x 2.40 ม.	Light-Box	4	144,000	576,000
	ชั้นบันได	Sticker Poster	2	20,000	40,000
	ตู้ ATM	เช่าพท.วางติดตั้ง	4	6,000	24,000
	ตู้ขนมหยอดเหรียญ	เช่าพท.วางติดตั้ง	2	6,000	12,000
	ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ	เช่าพท.วางติดตั้ง	2	6,000	12,000
	จอ LED 70 นิ้ว	LED-Display	3	25,000	75,000
	รวม		630		13,408,778

- รายรับจากการให้เช่าโฆษณาในขบวนรถและนอกขบวนรถ

ตารางที่ 14-2 การจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์ภายในขบวนรถแบบ (STATIC MEDIA)

1. WHOLE IN TRAIN (TYPE B) & CEILING - THB 325,000/ TRAIN/ MONTH 	Panels	- Above the Seat: 48 Panels/ Train - Bulkhead: 10 Panels/ Train - Standard: 48 Panels/ Train - Wall Paper: 32 Panels/ Train - Window: 12 Panels/ Train - Hand Grip: 224 Units/ Train - Whole in Train Ceiling
	Production Cost	THB 70% ของค่าโฆษณา/ Train

ตารางที่ 14-3 การจัดการพื้นที่เชิงพาณิชย์ภายนอกขบวนรถแบบ (STATIC MEDIA)

1. TRAIN BODY - THB 363,000/ TRAIN/ MONTH 	Train	
	Panels	Whole Train Outside (350 SQM.)
	Production Cost	THB 70% ของค่าโฆษณา/ Train

2) สมมติฐานด้านรายจ่าย

- รายจ่ายได้มาซึ่งสิทธิ์การจัดหารายได้เชิงพาณิชย์ในโครงการ @ ร้อยละ 10 ของรายได้รวมโดยชำระแก่ รฟม.
- ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่นเอเจนซี่โฆษณา ค่าการตลาด ร้อยละ 15 ของรายได้รวม
- ค่าใช้จ่ายลงทุนสถานที่ โครงสร้าง จอLED ระบบ เพื่อติดตั้งสื่อโฆษณา
- ค่าใช้จ่ายการผลิต ติดตั้งสื่อโฆษณาบนพื้นที่(ไม่รวมค่าออกแบบสื่อ) ร้อยละ 70 ของรายรับค่าบริการ
- ค่าสาธารณูปโภค ค่าไฟฟ้า ร้อยละ 20 ของรายรับ
- ค่าใช้จ่ายบริหาร สำนักงาน บุคคล ร้อยละ 30 ของรายรับ
- ค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียม เบ็ดเตล็ดอื่น ร้อยละ 5 ของรายรับ
- ค่าบำรุงรักษา ร้อยละ 2 ของรายจ่ายลงทุนข้อ 3. ปรับขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

- ค่าลงทุนทดแทน ทุก 10 ปี โดยมีสมมุติฐานต้นทุนทดแทนเพิ่มร้อยละ 3 ต่อปี
- ส่วนต่างภาษีมูลค่าเพิ่มระหว่างภาษีซื้อและภาษีขาย ร้อยละ 4.5 ของรายรับ สมมุติฐานด้านการเงินอื่น
- วงเงินสินเชื่อ ร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายลงทุนสถานที่ โครงสร้าง จอ LED งานระบบ โดยมีอัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 7 ต่อปี
- ภาษีนิติบุคคล ร้อยละ 30
- ค่าเสื่อม (Depreciation) และค่าตัดจำหน่าย (Amortization) คำนวณแบบเส้นตรง ร้อยละ 20 ต่อปี รวม 5 ปี
- สรุปภาพรวมข้อมูลสื่อโฆษณาเชิงพาณิชย์ประเภท Advertising Media และ Retail Business จังหวัดภูเก็ตเมื่อนำมาปรับค่าเข้าในโครงการสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 14-4 สรุปภาพรวมสื่อโฆษณาเชิงพาณิชย์ประเภท Advertising Media และ Retail Business ในโครงการ

รูปแบบพื้นที่เชิงพาณิชย์	ประเภท	อัตราค่าเช่าฐาน	หน่วย	อัตราค่าผลิต/จัดหา อุปกรณ์พื้นฐาน ป้าย	อัตราค่าบริการผลิตสื่อ/ติดตั้ง ต่อครั้ง	หน่วย	จำนวนครั้งการผลิตสื่อ/ปี
ป้ายตัวเสา ขนาด 0.50 x 1.50 x 0.50 ม.	Poster	2,500	บ./ตรม./ด.	3,000	300	บ./ตรม.	12
จอ LED ขนาดเล็ก ขนาด 0.50 x 0.15 ม.	LED-Display	10,000	บ./จอ/ด.	20,000	1,000	บ./จอ	12
ป้ายไฟหลังที่นั่งขนาด 3.00 x 1.50 ม.	Light-Box	7,500	บ./ตรม./ด.	7,500	500	บ./ตรม.	12
ประตูลิฟท์ ขนาด 72 x 179.5 ซม.	Sticker Poster	10,000	บ./ตรม./ด.	3,000	500	บ./ตรม.	12
LED Display ติดเสาหรือผนังลิฟท์ ขนาด 1.50 x 3.00 ม.	LED-Display	45,000	บ./จอ/ด.	80,000	1,000	บ./ตรม.	12
พื้นที่จัดนิทรรศการ (Display) ขนาด 1.50 x 2.60 x 1.60 ม.	พท.ว่าง	2,500	บ./ตรม./ด.	3,000	1,000	บ./ตรม.	12
ชั้นบันได	Sticker Poster	20,000	บ./ชุด/ด.	30,000	30,000	บ./ชุด	12
ตู้ ATM	เข้าพท.วางติดตั้ง	6,000	บ./เครื่อง/ด.	3,000	3,000	บ./เครื่อง	1
ตู้ขนมหยอดเหรียญ	เข้าพท.วางติดตั้ง	6,000	บ./เครื่อง/ด.	3,000	3,000	บ./เครื่อง	1
ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ	เข้าพท.วางติดตั้ง	6,000	บ./เครื่อง/ด.	3,000	3,000	บ./เครื่อง	1
จอ LED 70 นิ้ว	LED-Display	25,000	บ./จอ/ด.	80,000	1,000	บ./เครื่อง	12

14.2.2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองกระแสเงินสดคิดลด (Discounted Cash Flow Model: DCF)

จากสมมุติฐานข้างต้นที่ปรึกษาได้จัดทำแบบจำลองกระแสเงินสดคิดลด เพื่อพยากรณ์ผลตอบแทนทางการเงินและการลงทุนโครงการ เงินลงทุน และอัตราส่วนทางการเงิน การลงทุนที่สำคัญภายใต้สมมุติฐานโครงการ โดยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 14-5 และ ตารางที่ 14-5

ตารางที่ 14-5 แบบจำลองกระแสเงินสด 5 ปีแรกของโครงการ

รายการ	รวม	ปีที่				
		2566	2567	2568	2569	2570
รายรับ						
1. รายรับจากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของสถานีในโครงการ						
- รายรับจากค่าเช่าพื้นที่และป้ายโฆษณาปีฐาน	11,385,788,671	160,905,336	168,950,603	177,398,133	186,268,040	195,581,442
- รายรับจากค่าบริการผลิต ติดตั้งสื่อโฆษณาบนพื้นที่(ไม่รวมค่าออกแบบสื่อ)ปีฐาน	1,673,189,598	23,645,717	24,828,003	26,069,403	27,372,873	28,741,517
- อัตราการเพิ่มค่าเช่าและค่าบริการของรายรับต่อปี		0%	5%	5%	5%	5%
- รวมรายรับเบื้องต้นต่อปี	13,058,978,269	184,551,053	193,778,605	203,467,536	213,640,912	224,322,958
- อัตราการเข้าพื้นที่และป้ายโฆษณาต่อปี		50%	55%	60%	65%	70%
- รวมรายรับ	10,220,641,506	92,275,526	106,578,233	122,080,521	138,866,593	157,026,071
2. รายรับจากการทราฟฟิคเชิงพาณิชย์ภายในขบวนรถและโฆษณาติดตั้งนอกขบวนรถ	-					
- รายรับจากค่าเช่าพื้นที่และป้ายโฆษณาปีฐานต่อขบวนต่อปี	584,201,081	8,256,000	8,668,800	9,102,240	9,557,352	10,035,220
- รายรับจากค่าบริการผลิต ติดตั้งสื่อโฆษณาบนพื้นที่(ไม่รวมค่าออกแบบสื่อ)ปีฐานต่อขบวน	70,760,790	1,000,000	1,050,000	1,102,500	1,157,625	1,215,506
- รวมรายรับฐานต่อขบวน	654,961,871	9,256,000	9,718,800	10,204,740	10,714,977	11,250,726
- จำนวนขบวน		10	10	10	10	10
- รวมรายรับฐานทุกขบวน	8,494,155,204	92,560,000	97,188,000	102,047,400	107,149,770	112,507,259
- อัตราการเพิ่มค่าเช่าและค่าบริการของรายรับต่อปี		0%	5%	5%	5%	5%
- อัตราการเข้าพื้นที่และป้ายโฆษณาต่อปี		50%	55%	60%	65%	70%
- รวมรายรับ	6,681,704,410	46,280,000	53,453,400	61,228,440	69,647,351	78,755,081
3. รวมรายรับทั้งสิ้น	16,902,345,917	138,555,526	160,031,633	183,308,961	208,513,944	235,781,152
รายจ่าย						
1. รายจ่ายได้มาซึ่งสิทธิการจัดการทราฟฟิคเชิงพาณิชย์ในโครงการ @ ร้อยละ 10 ของรายได้รวม	1,690,234,592	13,855,553	16,003,163	18,330,896	20,851,394	23,578,115
2. ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่นแอนเชอร์โฆษณา ค่าการตลาด ร้อยละ 15 ของรายได้รวม	2,535,351,887	20,783,329	24,004,745	27,496,344	31,277,092	35,367,173
3. ค่าใช้จ่ายลงทุนสถานที่ โครงสร้าง จอLED ระบบ เพื่อติดตั้งสื่อโฆษณา	42,935,958	42,935,958	-	-	-	-
4. ค่าใช้จ่ายการผลิต ติดตั้งสื่อโฆษณาบนพื้นที่(ไม่รวมค่าออกแบบสื่อ) ร้อยละ 70 ของรายรับค่าบริการ	1,813,616,971	23,552,002	24,729,602	25,966,082	27,264,386	28,627,605
5. ค่าสาธารณูปโภค ค่าไฟฟ้า ร้อยละ 20 ของรายรับ	3,380,469,183	27,711,105	32,006,327	36,661,792	41,702,789	47,156,230
5. ค่าใช้จ่ายบริหาร สำนักงาน บุคคล ร้อยละ 30ของรายรับ	5,070,703,775	41,566,658	48,009,490	54,992,688	62,554,183	70,734,345
6. ค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียม เบ็ดเตล็ดอื่นร้อยละ 5 ของรายรับ	845,117,296	6,927,776	8,001,582	9,165,448	10,425,697	11,789,058
7. ค่าบำรุงรักษา ร้อยละ2 ของรายจ่ายลงทุนข้อ3. ปรับขึ้นร้อยละ3 ต่อปี	42,938,258	858,719	884,481	911,015	938,346	966,496
8. ค่าลงทุนทดแทน ทุก 10 ปี	161,009,844					
9. ส่วนต่างภาษีมูลค่าเพิ่ม ร้อยละ 4.5 ของรายรับ	760,605,566	6,234,999	7,201,423	8,248,903	9,383,127	10,610,152
รวมค่าใช้จ่ายก่อนดอกเบี้ย ค่าเสื่อมและภาษีเงินได้นิติบุคคล	16,342,983,331	184,426,099	160,840,812	181,773,170	204,397,014	228,829,174
รายรับ - รายจ่าย	559,362,585	- 45,870,573	- 809,179	1,535,792	4,116,930	6,951,977
การคำนวณค่าเสื่อมและภาษีเบื้องต้น						
1) เงินสดต้นงวด		-	9,395,200	4,016,407	1,197,266	1,173,943
2) วงเงินสินเชื่อธนาคาร	-					
- เบิกวงเงินสินเชื่อ 50% ของมูลค่าค่าใช้จ่ายลงทุนข้อ 3	21,467,979	21,467,979	-	-		
- ดอกเบี้ยจ่าย 7%	7,213,241	1,202,207	1,502,759	1,288,079	1,073,399	858,719
3) เงินลงทุน	-					
- เงินลงทุนงวดนี้	45,000,000	35,000,000	-	-	-	-
4) ค่าเสื่อมและการคำนวณภาษีนิติบุคคล	-					
- ภาษีนิติบุคคลจ่าย 30%	175,068,710	-	-	-	-	-
5) เงินสดปลายงวด	377,080,634	9,395,200	4,016,407	1,197,266	1,173,943	4,200,347

ตารางที่ 14-6 แสดงแบบจำลองกระแสเงินสด ตลอดอายุโครงการ

รายการ	รวม	ปีที่						
		2566	2571	2576	2581	2586	2591	2596
รายรับ								
1. รายรับจากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของสถานีโครงการ								
- รายรับจากค่าเช่าพื้นที่และป้ายโฆษณาพื้นฐาน	11,385,788,671	160,905,336	205,360,514	262,097,837	334,510,637	426,929,759	544,882,580	695,423,590
- รายรับจากค่าบริการผลิต ติดตั้งสื่อโฆษณาบนพื้นที่ (ไม่รวมค่าออกแบบสื่อ) พื้นฐาน	1,673,189,598	23,645,717	30,178,592	38,516,381	49,157,747	62,739,126	80,072,790	102,195,425
- อัตราการเพิ่มค่าเช่าและค่าบริการของรายรับต่อปี		0%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
- รวมรายรับเบื้องต้นต่อปี	13,058,978,269	184,551,053	235,539,106	300,614,218	383,668,384	489,668,885	624,955,369	797,619,015
- อัตราการเพิ่มค่าเช่าและป้ายโฆษณาต่อปี		50%	75%	80%	80%	80%	80%	80%
- รวมรายรับ	10,220,641,506	92,275,526	176,654,330	240,491,375	306,934,707	391,735,108	499,964,296	638,095,212
2. รายรับจากการหารายได้เชิงพาณิชย์ภายในขบวนรถและโฆษณาติดตั้งนอกขบวนรถ	-							
- รายรับจากค่าเช่าพื้นที่และป้ายโฆษณาพื้นฐานต่อขบวนรถ	584,201,081	8,256,000	10,536,981	13,448,154	17,163,631	21,905,626	27,957,746	35,681,956
- รายรับจากค่าบริการผลิต ติดตั้งสื่อโฆษณาบนพื้นที่ (ไม่รวมค่าออกแบบสื่อ) พื้นฐานต่อขบวน	70,760,790	1,000,000	1,276,282	1,628,895	2,078,928	2,653,298	3,386,355	4,321,942
- รวมรายรับฐานต่อขบวน	654,961,871	9,256,000	11,813,262	15,077,049	19,242,559	24,558,924	31,344,101	40,003,899
- จำนวนขบวน		10	10	10	10	15	15	20
- รวมรายรับฐานทุกขบวน	8,494,155,204	92,560,000	118,132,621	150,770,487	192,425,592	368,383,853	470,161,520	800,077,972
- อัตราการเพิ่มค่าเช่าและค่าบริการของรายรับต่อปี		0%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
- อัตราการเพิ่มค่าเช่าและป้ายโฆษณาต่อปี		50%	75%	80%	80%	80%	80%	80%
- รวมรายรับ	6,681,704,410	46,280,000	88,599,466	120,616,389	153,940,474	294,707,083	376,129,216	640,062,378
3. รวมรายรับทั้งสิ้น	16,902,345,917	138,555,526	265,253,796	361,107,764	460,875,181	686,442,191	876,093,512	1,278,157,590
รายจ่าย								
1. รายจ่ายได้มาซึ่งสิทธิการจ้ดหารายได้เชิงพาณิชย์ในโครงการ @ ร้อยละ 10 ของรายได้รวม	1,690,234,592	13,855,553	26,525,380	36,110,776	46,087,518	68,644,219	87,609,351	127,815,759
2. ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่นเอนจิ้นีโฆษณา ค่าการตลาด ร้อยละ 15 ของรายได้รวม	2,535,351,887	20,783,329	39,788,069	54,166,165	69,131,277	102,966,329	131,414,027	191,723,639
3. ค่าใช้จ่ายลงทุนสถานที่ โครงสร้าง เจอลี ระบบ เพื่อติดตั้งสื่อโฆษณา	42,935,958	42,935,958	-	-	-	-	-	-
4. ค่าใช้จ่ายการผลิต ติดตั้งสื่อโฆษณาบนพื้นที่ (ไม่รวมค่าออกแบบสื่อ) ร้อยละ 70 ของรายรับค่าบริการ	1,813,616,971	23,552,002	30,058,986	38,363,729	48,962,920	71,777,014	91,607,680	132,043,991
5. ค่าสาธารณูปโภค ค่าไฟฟ้า ร้อยละ 20 ของรายรับ	3,380,469,183	27,711,105	53,050,759	72,221,553	92,175,036	137,288,438	175,218,702	255,631,518
5. ค่าใช้จ่ายบริหาร สำนักงาน บุคคล ร้อยละ 30 ของรายรับ	5,070,703,775	41,566,658	79,576,139	108,332,329	138,262,554	205,932,657	262,828,053	383,447,277
6. ค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียม เบ็ดเตล็ดอื่นร้อยละ 5 ของรายรับ	845,117,296	6,927,776	13,262,690	18,055,388	23,043,759	34,322,110	43,804,676	63,907,880
7. ค่าบำรุงรักษา ร้อยละ 2 ของรายจ่ายลงทุนข้อ3. ปรับขึ้นร้อยละ3 ต่อปี	42,938,258	858,719	995,491	1,154,047	1,337,856	1,550,942	1,797,967	2,084,337
8. ค่าลงทุนทดแทน ทุก 10 ปี	161,009,844			64,403,938		96,605,906		
9. ส่วนต่างภาษีมูลค่าเพิ่ม ร้อยละ 4.5 ของรายรับ	760,605,566	6,234,999	11,936,421	16,249,849	20,739,383	30,889,899	39,424,208	57,517,092
รวมค่าใช้จ่ายก่อนดอกเบี้ย ค่าเสื่อมและภาษีเงินได้นิติบุคคล	16,342,983,331	184,426,099	255,193,934	409,057,774	439,740,305	749,977,514	833,704,664	1,214,171,492
รายรับ - รายจ่าย	559,362,585	45,870,573	10,059,862	47,950,010	21,134,876	63,535,323	42,388,847	63,986,099
การคำนวณค่าเสื่อมและภาษีเบื้องต้น								
1) เงินสดต้นงวด		-	4,200,347	44,419,300	66,718,835	152,534,292	207,263,937	377,290,365
2) วงเงินสินเชื่อธนาคาร	-							
- เบิกวงเงินสินเชื่อ 50% ของมูลค่าค่าใช้จ่ายลงทุนข้อ 3	21,467,979	21,467,979						
- ดอกเบี้ยจ่าย 7%	7,213,241	1,202,207	644,039	-	-	-	-	-
3) เงินลงทุน	-							
- เงินลงทุนงวดนี้	45,000,000	35,000,000	-	10,000,000				
4) ค่าเสื่อมและการคำนวณภาษีนิติบุคคล	-							
- ภาษีนิติบุคคลจ่าย 30%	175,068,710	-	248,589	4,936,178	2,476,227	9,921,175	6,920,300	19,195,830
5) เงินสดปลายงวด	377,080,634	9,395,200	10,300,726	1,533,112	85,377,484	79,077,794	242,732,484	377,080,634
Project IRR	12.44%							
Project NPV @ 8%	43,048,761							

14.3 สรุปผลการวิเคราะห์ทางการเงินและการลงทุน

จากแบบจำลองกระแสเงินสดข้างต้น สามารถสรุปผลการศึกษาคำคัญด้านการเงินการลงทุนได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 14-7 สรุปผลการวิเคราะห์ทางการเงินและการลงทุน

รายการ	รวม
รายรับ	
1. รายรับจากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของสถานีโครงการ	
- รวมรายรับ	10,220,641,506
2. รายรับจากการหารายได้เชิงพาณิชย์ภายในขบวนรถและโฆษณาติดตั้งนอกขบวนรถ	-
- รวมรายรับ	6,681,704,410
3. รวมรายรับทั้งสิ้น	16,902,345,917
รายจ่าย	-
1. รายจ่ายได้มาซึ่งสิทธิ์การจัดหารายได้เชิงพาณิชย์ในโครงการ @ ร้อยละ 10 ของรายได้รวม	1,690,234,592
2. ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่นเอเจนซีโฆษณา ค่าการตลาด ร้อยละ 15 ของรายได้รวม	2,535,351,887
3. ค่าใช้จ่ายลงทุนสถานที่ โครงสร้าง จอLED ระบบ เพื่อติดตั้งสื่อโฆษณา	42,935,958
4. ค่าใช้จ่ายการผลิต ติดตั้งสื่อโฆษณาบนพื้นที่(ไม่รวมค่าออกแบบสื่อ) ร้อยละ 70 ของรายรับค่าบริการ	1,813,616,971
5. ค่าสาธารณูปโภค ค่าไฟฟ้า ร้อยละ 20 ของรายรับ	3,380,469,183
5. ค่าใช้จ่ายบริหาร สำนักงาน บุคคล ร้อยละ 30ของรายรับ	5,070,703,775
6. ค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียม เบ็ดเตล็ดอื่นร้อยละ 5 ของรายรับ	845,117,296
7. ค่าบำรุงรักษา ร้อยละ2 ของรายจ่ายลงทุนข้อ3. ปรับขึ้นร้อยละ3 ต่อปี	42,938,258
8. ค่าลงทุนทดแทน ทุก 10 ปี	161,009,844
9. ส่วนต่างภาษีมูลค่าเพิ่ม ร้อยละ 4.5 ของรายรับ	760,605,566
รวมค่าใช้จ่ายก่อนดอกเบี้ย ค่าเสื่อมและภาษีเงินได้นิติบุคคล	16,342,983,331
รายรับ - รายจ่าย	559,362,585
การคำนวณค่าเสื่อมและภาษีเบื้องต้น	
2) วงเงินสินเชื่อธนาคาร	-
- เบิกวงเงินสินเชื่อ 50% ของมูลค่าค่าใช้จ่ายลงทุนข้อ 3	21,467,979
- ดอกเบี้ยจ่าย 7%	7,213,241
3) เงินลงทุน	-
- เงินลงทุนงวดนี้	45,000,000
4) ค่าเสื่อมและการคำนวณภาษีนิติบุคคล	-
- ภาษีนิติบุคคลจ่าย 30%	175,068,710
5) เงินสดปลายงวด	377,080,634
Project IRR	12.44%
Project NPV @ 8%	43,048,761

- 3) จากผลวิเคราะห์พบว่า โครงการมีรายรับตลอดอายุโครงการทั้งสิ้น 16,902,345,917 บาท โดยมีรายจ่ายรวมทั้งสิ้น 16,342,983,331 บาท คิดเป็นกำไรสุทธิหลังภาษีเงินได้นิติบุคคล 377,080,634 บาท โดยมีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) เท่ากับร้อยละ 12.44 และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิค่า (Net Present Value: NPV) เท่ากับ 43,048,761 ภายใต้อัตราคิดลดที่ร้อยละ 8
- 4) เมื่อพิจารณาด้านการลงทุนโครงการพบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนในรูปแบบรพม. เปิดประมูลสิทธิการพัฒนาโดยให้เอกชนเข้าลงทุนและบริหาร โดย รพม. ได้รับค่าธรรมเนียมหรือผลประโยชน์จากการประมูลสิทธิในอัตราร้อยละ 10 จากรายรับ รวมทั้งสิ้น 1,690,234,592 บาท ตลอดอายุสัญญาโครงการ 30 ปี ในขณะที่ภาคเอกชน พบว่าสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้ค่าธรรมเนียมหรือผลประโยชน์ในการประมูลสิทธิข้างต้น อ้างอิงจากผลการวิเคราะห์กระแสเงินสดของโครงการพบว่า โครงการให้ค่า IRR อยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยทั่วไปของธุรกิจ และมีค่า NPV อยู่ในแดนบวก