

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทและบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจโดยเป็นผู้รับสัมปทานจากภาครัฐ ดังนี้ 1) ผู้รับสัมปทานในการก่อสร้างและบริหารทางพิเศษ คือ ทางพิเศษศรีรัช ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร และทางพิเศษอุดรรัถยา 2) ผู้รับสัมปทานการให้บริการการเดินรถไฟฟ้าระบบขนส่งมวลชนโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน และโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง นอกจากนี้เป็นผู้รับสัมปทานแล้ว บริษัทยังดำเนินธุรกิจพัฒนาเชิงพาณิชย์ภายใต้สัมปทานที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจุบัน บริษัทและบริษัทย่อยมีโครงสร้างรายได้ดังต่อไปนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

โครงสร้างรายได้รวม	ดำเนินการโดย	ร้อยละการถือหุ้นของบริษัท	ข้อมูลทางการเงินรวม					
			สำหรับรอบปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2560		สำหรับรอบปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2559		สำหรับรอบปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2558 ⁽¹⁾	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากธุรกิจทางพิเศษ			9,957	64.7%	9,301	70.3%	8,815	67.3%
รายได้ค่าผ่านทาง	บริษัท		8,573	55.7%	7,978	60.3%	7,606	58.0%
รายได้ค่าผ่านทาง	บริษัทย่อย (NECL)	99.99 ⁽²⁾	1,384	9.0%	1,323	10.0%	1,209	9.3%
รายได้จากธุรกิจระบบราง			4,521	29.3%	3,230	24.4%	2,374	18.1%
รายได้ค่าโดยสารและค่าบริการเดินรถไฟฟ้า	บริษัท		4,521	29.3%	3,230	24.4%	2,374	18.1%
รายได้จากธุรกิจพัฒนาเชิงพาณิชย์			675	4.4%	573	4.3%	549	4.2%
รายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์	บริษัท		75	0.5%	78	0.6%	81	0.6%
รายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์	บริษัทย่อย (BMN)	65.19	600	3.9%	495	3.7%	468	3.6%
กำไรจากเงินลงทุน ⁽³⁾			42	0.3%	31	0.2%	1,298	9.9%
รายได้อื่น ⁽⁴⁾			198	1.3%	98	0.8%	69	0.5%
รวมรายได้			15,393	100%	13,233	100%	13,105	100%

หมายเหตุ : (1) ข้อมูลทางการเงินรวมเสมือน

(2) บริษัท (เดิมคือ BECL) ได้เข้าซื้อหุ้น NECL เพิ่มเติมในเดือนพฤศจิกายน 2558 ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทใน NECL เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 53.33 เป็นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน

(3) กำไรจากเงินลงทุนประกอบด้วย กำไรจากการขายเงินลงทุนใน BMCL TTW และ CKP

(4) รายได้อื่นประกอบด้วย ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการปรับมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุน และรายได้เงินชดเชยความเสียหายจากอุทกภัย

2.1 ธุรกิจทางพิเศษ

2.1.1 ลักษณะบริการ

บริษัทและบริษัทย่อย คือ NECL เป็นผู้ก่อสร้างและบริหารทางพิเศษ ซึ่งได้แก่ ทางพิเศษศรีรัช ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร และทางพิเศษอุดรรัถยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ทางพิเศษศรีรัช

ทางพิเศษศรีรัช เป็นโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่โครงการแรกในประเทศไทยที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและเอกชน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการจราจรที่คับคั่งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยลักษณะโครงการเป็น BTO (Build Transfer Operate) คือ บริษัท (เดิมคือ BECL) เป็นผู้ลงทุนในการออกแบบก่อสร้างและบริหารทางพิเศษศรีรัช ซึ่งประกอบด้วยทางพิเศษ 4 ส่วน คือ ส่วนเอ (พระราม 9-รัชดาภิเษก) ส่วนบี (พญาไท-บางโคล่) ส่วนซี (รัชดาภิเษก-แจ้งวัฒนะ) และส่วนดี (พระราม 9-ศรีนครินทร์) ระยะทางทั้งสิ้น 38.5 กิโลเมตร ทั้งนี้ กรรมสิทธิ์ในสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือใช้ประโยชน์ในทางพิเศษศรีรัชจะตกเป็นของ กทพ. โดย กทพ. ลงทุนก่อสร้างและบริหารทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนชั้นที่ 1) ระยะทาง 27.1 กิโลเมตร บริษัทมีสิทธิได้รับส่วนแบ่งรายได้จากค่าผ่านทางของทั้งทางพิเศษเฉลิมมหานคร และทางพิเศษศรีรัช ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ในสัญญาโครงการระบบทางด่วนชั้นที่ 2 ซึ่งมีระยะเวลาสัมปทาน 30 ปี นับจากวันที่ 1 มีนาคม 2533 และสัญญาเพื่อการต่อขยายโครงการระบบทางด่วนชั้นที่ 2 ส่วนดี ซึ่งมีระยะเวลาสัมปทาน 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 22 เมษายน 2540

2) ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร

บริษัทมีหน้าที่ในการออกแบบและก่อสร้าง จัดหาและติดตั้งอุปกรณ์และระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีหน้าที่ในการบริหารจัดการ ให้บริการและบำรุงรักษาทางพิเศษรวมทั้งการเรียกเก็บค่าผ่านทาง เพื่อแลกเปลี่ยนกับสิทธิในรายได้ค่าผ่านทางและรายได้อื่นๆ (ถ้ามี) ทางพิเศษสายนี้มีแนวเส้นทางเริ่มต้นที่ถนนกาญจนาภิเษก และเชื่อมต่อกับทางพิเศษศรีรัชบริเวณด้านเหนือของสถานีขนส่งหมอชิต 2 ระยะทาง 16.7 กิโลเมตร ทั้งนี้ บริษัทเป็นผู้รับภาระในการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด และแบ่งผลตอบแทนหรือให้ประโยชน์แก่ กทพ. ตามที่กำหนดไว้ในสัญญา ซึ่งมีระยะเวลาสัมปทาน 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2555 โดยเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2559

เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2560 ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบเพื่อดำเนินการก่อสร้างทางเชื่อมต่อทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ไปยังทางพิเศษศรีรัชด้านทิศเหนือ (มุ่งไปทางแจ้งวัฒนะ) เพื่อแก้ไขปัญหาประชาชนที่ต้องการเดินทางจากทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ไปยังทางพิเศษสายศรีรัชด้านทิศเหนือ ทั้งนี้ บริษัทได้ลงนามกับ กทพ. เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2560 เพื่อจัดให้มีการก่อสร้างทางเชื่อมต่อดังกล่าว ระยะเวลาการก่อสร้าง 18 เดือน มีรูปแบบเป็นทางเชื่อมยกระดับขนาด 1-2 ช่องจราจร โดยมีจุดเริ่มต้นทางแยกออกจากพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ผังขาเข้าบริเวณต่างระดับบางซื่อบริเวณศูนย์ซ่อมบำรุงรถไฟฟ้าชานเมือง (EMU Depot) เลี้ยวซ้ายมุ่งหน้าไปทางทิศเหนือ และบรรจบกับทางพิเศษสายศรีรัชขาออกเมืองมุ่งหน้าแจ้งวัฒนะ ระยะทางประมาณ 360 เมตร บริษัทคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2561

3) ทางพิเศษอุดรรัถยา

บริษัทถือหุ้นใน NECL ซึ่งประกอบธุรกิจก่อสร้างและบริหารโครงการทางพิเศษอุดรรัถยา ซึ่งมีเส้นทางที่เชื่อมต่อระบบทางพิเศษศรีรัชที่ถนนแจ้งวัฒนะ และสิ้นสุดที่อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีระยะทางรวมประมาณ 32 กิโลเมตร โครงการนี้เป็นโครงการในลักษณะ BTO (Build Transfer Operate) เช่นเดียวกับทางพิเศษศรีรัช คือ NECL จะเป็นผู้ลงทุนในการออกแบบก่อสร้างและบริหารทางพิเศษอุดรรัถยา โดยกรรมสิทธิ์ในสิ่งก่อสร้างถาวรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือใช้ประโยชน์ในทางพิเศษจะตกเป็นของ กทพ. และ กทพ. เป็นผู้จัดเก็บค่าผ่านทางทั้งหมดแล้วส่งมอบรายได้ค่าผ่านทางให้ NECL ตามที่กำหนดไว้ในสัญญาซึ่งมีระยะเวลาสัมปทาน 30 ปี นับจากวันที่ 27 กันยายน 2539

รายละเอียดของเครือข่ายที่เชื่อมโยงระบบทางพิเศษส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ระบบทางพิเศษ	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ก่อสร้างและ บริหารงานโดย
1. ทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนขั้นที่ 1) (บางนา-ดินแดง-ดาวคะนอง)	27.1	กทพ.
2. ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนขั้นที่ 2) 2.1 ส่วนในเมือง (ประชาชื่น-พญาไท-บางโคล่-อโศก) 2.2 ส่วนนอกเมือง (ประชาชื่น-แจ้งวัฒนะ และ อโศก-ศรีนครินทร์)	38.5	บริษัท
3. ทางพิเศษอุดรรัถยา (บางปะอิน-ปากเกร็ด)	32.0	NECL
4. ทางพิเศษอุดรรัถยา (ดอนเมือง-โกลด์เวย์)	28.0	บมจ.ทางยกระดับ ดอนเมือง
5. ทางพิเศษฉลองรัชรวมส่วนต่อขยาย (รามอินทรา-อาจณรงค์ และรามอินทรา-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร)	42.4	กทพ.
6. ทางพิเศษบูรพาวิถี (บางนา-ชลบุรี)	56.7	กทพ.
7. ทางพิเศษกาญจนาภิเษก (บางพลี-สุขสวัสดิ์) และทางหลวง หมายเลข 37 (ช่วงสุขสวัสดิ์-บางขุนเทียน) รวมทางเชื่อมต่อ ถนนวงแหวนอุตสาหกรรม	42.3	กทพ.
8. ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร 8.1 ทางเชื่อมต่อทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ไปยังทางพิเศษศรีรัชด้านทิศเหนือ (มุ่งไปทางแจ้งวัฒนะ)	16.7 0.36	บริษัท บริษัท
รวมระยะทางทั้งสิ้น	284.06	

2.1.2 ส่วนแบ่งรายได้ค่าผ่านทาง

ส่วนแบ่งรายได้ค่าผ่านทางสำหรับโครงข่ายในเขตเมือง ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2554 บริษัทได้รับส่วนแบ่งรายได้ค่าผ่านทางในอัตราร้อยละ 40 และ กทพ.ได้รับส่วนแบ่งร้อยละ 60 สำหรับโครงข่ายนอกเขตเมือง บริษัทได้รับส่วนแบ่งรายได้ค่าผ่านทางทั้งหมด ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดในสัญญา

ทางพิเศษ	ลักษณะโครงข่าย	ระยะทาง (กม.)	วันที่เปิดบริการ	รายได้	การแบ่งรายได้บริษัท : กทพ.
เฉลิมมหานคร ดินแดง-ท่าเรือ บางนา-ท่าเรือ ท่าเรือ-ดาวคะนอง	ในเขตเมือง ในเขตเมือง ในเขตเมือง	8.9 7.9 10.3	4 ม.ค. 2524 17 ม.ค. 2526 8 ส.ค. 2530	บริษัท และ กทพ.	- 9 ปีแรก 60:40 - ระยะเวลาระหว่าง 9 ปีแรก และ 9 ปีสุดท้าย 50:50 - 9 ปีสุดท้าย 40:60
ศรีรัช ส่วนแอ พระราม 9-รัชดาภิเษก ส่วนบี พญาไท-บางโคล่	ในเขตเมือง ในเขตเมือง	12.4 9.4	2 ก.ย. 2536 6 ต.ค. 2539	บริษัท และ กทพ.	- 9 ปีแรก 60:40 - ระยะเวลาระหว่าง 9 ปีแรก และ 9 ปีสุดท้าย 50:50 - 9 ปีสุดท้าย 40:60
ส่วนซี รัชดาภิเษก-แจ้งวัฒนะ ส่วนดี พระราม 9-ศรีนครินทร์	นอกเขตเมือง นอกเขตเมือง	8.0 8.7	2 ก.ย. 2536 ระยะที่หนึ่ง 2 ธ.ค. 2541 ระยะที่สอง 1 มี.ค. 2543	บริษัท	- 100 : 0
ศรีรัช-วงแหวนรอบนอก กรุงเทพมหานคร	นอกเขตเมือง	16.7	22 ส.ค. 2559	บริษัท	- 100 : 0
อุดรรัถยา แจ้งวัฒนะ-เชียงใหม่ เชียงใหม่-บางไทร	นอกเขตเมือง นอกเขตเมือง	22 10	2 ธ.ค. 2541 1 พ.ย. 2542	บริษัทย่อย (NECL)	- 100 : 0

2.1.3 อัตราค่าผ่านทาง

ทางพิเศษ / ค่าเก็บค่าผ่านทาง	อัตราค่าผ่านทาง (บาท/เที่ยว)		
	4 ล้อ	6-10 ล้อ	มากกว่า 10 ล้อ
ทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนขั้นที่ 1)	50	75	110
ยกเว้น ด่านอาจณรงค์ 1 (ไปบางนา)	40 *	65 *	100 *
ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนขั้นที่ 2)	50	75	110
ยกเว้น ด่านศรีนครินทร์ / ด่านรามคำแหง ด่านพระราม 9 / ด่านอโศก 3 ด่านพระราม 9-1 (ศรีรัช)	25	55	75
ด่านประชาชื่น (ขาเข้า)	60	90	140
ด่านประชาชื่น (ขาออก)	10	15	30

ทางพิเศษ / ด่านเก็บค่าผ่านทาง	อัตราค่าผ่านทาง (บาท/เที่ยว)		
	4 ล้อ	6-10 ล้อ	มากกว่า 10 ล้อ
	15	20	35
ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอก กรุงเทพมหานคร	50	80	115
ทางพิเศษอุดรรัถยา	45	100	150
ยกเว้น ด่านเมืองทองธานี	35 **	90 **	140 **
ด่านบางปะอิน	55	120	180

หมายเหตุ : * อัตรานี้หลังหักส่วนลดพิเศษ 10 บาท สำหรับรถทุกประเภท

** อัตรานี้หลังหักส่วนลดพิเศษ 10 บาท สำหรับรถทุกประเภท

การปรับอัตราค่าผ่านทางของทางพิเศษเฉลิมมหานครและทางพิเศษศรีรัช เป็นไปตามสัญญาโครงการระบบทางด่วนขั้นที่ 2 ซึ่งมีการปรับทุก 5 ปี โดยจะคำนวณการปรับอัตราค่าผ่านทางบนพื้นฐานของอัตราค่าผ่านทางเดิมช่วงละ 5 บาท แต่จะปรับได้ไม่เกินครั้งละ 10 บาท ตลอดระยะเวลา 15 ปีแรกของสัญญา ในกรณีที่เกินเงินเพื่อสูงกว่าปกติหรือมีเหตุสุดวิสัย หรือเหตุการณ์ที่เป็นข้อยกเว้น บริษัท และ กทพ. สามารถพิจารณาปรับอัตราค่าผ่านทางตามสมควร โดยมีการปรับอัตราค่าผ่านทางครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2556 และมีกำหนดการปรับอัตราค่าผ่านทางครั้งต่อไปในวันที่ 1 กันยายน 2561

การปรับอัตราค่าผ่านทางของทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสัญญาสัมปทานการลงทุนออกแบบก่อสร้าง บริหารจัดการ ให้บริการและบำรุงรักษาโครงการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร โดยปรับทุก 5 ปี นับแต่วันที่เปิดดำเนินการโครงการในอัตรา 15 บาท 25 บาท และ 35 บาท สำหรับรถ 4 ล้อ รถ 6-10 ล้อ และรถมากกว่า 10 ล้อตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา

และทางพิเศษอุดรรัถยา การปรับอัตราค่าผ่านทางจะมีการปรับทุก 5 ปี โดยจะคำนวณการปรับอัตราค่าผ่านทางบนพื้นฐานของอัตราค่าผ่านทางเดิมช่วงละ 5 บาท แต่จะปรับได้ไม่เกินครั้งละ 15 บาท ตลอดระยะเวลา 15 ปีแรกของสัญญา โดยมีการปรับค่าผ่านทางครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2546 และมีการปรับอัตราค่าผ่านทางครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2556 สำหรับครั้งต่อไปมีกำหนดการปรับอัตราค่าผ่านทางในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2561

แม้ว่า กทพ. ได้ดำเนินการให้มีการออกประกาศกระทรวงคมนาคมในการปรับอัตราค่าผ่านทางใหม่ ซึ่งลงนามโดยรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคมในฐานะผู้มีอำนาจตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยอัตราค่าผ่านทางสำหรับทางพิเศษเฉลิมมหานครและทางพิเศษศรีรัชมีการปรับเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2556 และอัตราค่าผ่านทางสำหรับทางพิเศษอุดรรัถยาซึ่งมีการปรับเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2556 แต่บริษัทและบริษัทย่อย (NECL) เห็นว่า อัตราค่าผ่านทางตามประกาศดังกล่าวยังคงไม่สอดคล้องกับข้อสัญญา

2.1.4 การตลาดและการแข่งขัน

2.1.4.1 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผู้ใช้ทางพิเศษเฉลิมมหานคร ทางพิเศษศรีรัช ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ และทางพิเศษอุดรรัถยา คือ ผู้ใช้ทางที่มุ่งหวังความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทาง ต้องการรู้ระยะทางในการเดินทางไปยังจุดหมาย รวมทั้งต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาการจราจรตามเส้นทางปกติที่การจราจรติดขัดในพื้นที่ของกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยสามารถจำแนกลูกค้าซึ่งเป็นผู้ใช้ทางตามประเภทของรถที่ใช้ทางพิเศษ ได้แก่ ประเภทรถ 4 ล้อ รถ 6-10 ล้อ และรถมากกว่า 10 ล้อ โดยในปี 2560 มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 97.97 ร้อยละ 1.78 และร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ทั้งนี้ปริมาณจราจรตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ที่ใช้ทางพิเศษสามารถจำแนกตามพื้นที่ได้ดังนี้

ระบบทางพิเศษ	ปริมาณจราจรเฉลี่ย (เที่ยว/วัน)	สัดส่วน %
1. ทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนชั้นที่ 1) (บางนา-ดินแดง-ดาวคะนอง)	373,218	30.74
2. ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนชั้นที่ 2) 2.1 ส่วนในเมือง (ประชาชื่น-พญาไท-บางโคล่-อโศก) 2.2 ส่วนนอกเมือง (ประชาชื่น-แจ้งวัฒนะ และอโศก-ศรีนครินทร์)	325,873 378,842	26.84 31.21
3. ทางพิเศษอุดรรัถยา (บางปะอิน-ปากเกร็ด)	86,154	7.10
4. ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร (เปิดบริการวันที่ 22 สิงหาคม 2559)	49,946	4.11
รวมปริมาณจราจรทั้งสิ้น	1,214,033	100

เนื่องจากการให้บริการทางพิเศษจัดเป็นการให้บริการด้านสาธารณูปโภคต่อประชาชนผู้ใช้ทางที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการเดินทาง ซึ่งถือเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของระบบทางพิเศษ กลุ่มลูกค้าจึงมีการกระจายตัวตามจุดหมายการเดินทาง ที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน ดังนั้นรายได้ของระบบทางพิเศษจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นพิเศษแต่อย่างใด

2.1.4.2 นโยบายและกลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด

จุดเด่นทางการตลาด คือ การให้บริการทางพิเศษศรีรัชมุ่งเน้นที่จะสนองตอบความต้องการในการเดินทางผ่านเครือข่ายทางพิเศษที่เชื่อมต่อและครอบคลุมพื้นที่ใจกลางย่านธุรกิจหลักของกรุงเทพฯ ทั้งการเดินทางจากทางพิเศษเฉลิมมหานครและทางพิเศษศรีรัช รวมทั้งทางพิเศษฉลองรัช (รามอินทรา-อาจณรงค์) มีเครือข่ายที่ครอบคลุมพื้นที่จากทิศเหนือจรดทิศใต้ และจากทิศตะวันตกไปยังทิศตะวันออกของกรุงเทพฯ ผู้ใช้ทางสามารถใช้ทางพิเศษเชื่อมต่อกับทางพิเศษบูรพาวิถี (บางนา-ชลบุรี) ทางพิเศษเฉลิมมหานคร และทางพิเศษฉลองรัช ทำให้เครือข่ายระบบทางพิเศษสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ใช้บริการสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายได้สะดวกและรวดเร็วกว่าการใช้ถนนพื้นราบ

เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2559 บริษัทได้เปิดให้บริการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ซึ่งเป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ฝั่งกรุงเทพฯ-ฝั่งธนบุรี โดยเชื่อมเส้นทางออกจากทางพิเศษชั้นที่ 2 บริเวณหมอชิต จตุจักร ข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณสะพานพระราม 7 วิ่งขนานบนทางรถไฟสายใต้โดยผ่านย่านบางพลัด บางบำหรุ ตลิ่งชัน เชื่อมต่อกับสะพานลอยบรมราชชนนี ผ่านถนนราชพฤกษ์และสุดทางที่ถนนวงแหวนรอบนอก (ฝั่งตะวันตก) ทำให้ผู้ใช้ทางสามารถเดินทางเชื่อมฝั่งกรุงเทพฯ-ธนบุรี ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

จุดด้อยทางการตลาด คือ ข้อจำกัดทางด้านกายภาพทำให้ไม่สามารถระบายรถบริเวณทางลงทางพิเศษในช่วงเวลาเร่งด่วนซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพการจราจรบนถนนพื้นราบอันเป็นปัจจัยที่มีความไม่แน่นอนที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท ทั้งนี้บริษัทได้มีการประสานงานกับตำรวจจราจรของสถานีตำรวจพื้นราบ รวมทั้งการเชื่อมต่อสัญญาณภาพจากกล้อง CCTV บนทางพิเศษไปยังป้อมตำรวจพื้นราบ เพื่อช่วยระบายจราจรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเพิ่มความคล่องตัวของการจราจรในระบบด้วยการปรับปรุงจุดขึ้น-ลงต่างๆ ทำให้ผู้ใช้ทางสามารถประหยัดเวลา และผู้ใช้ทางได้รับความสะดวกสบายเพิ่มขึ้น มีคุณภาพชีวิตในการเดินทางในเมืองหลวงที่ดีกว่าเดิม ทำให้ผู้ใช้ทางได้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับมากกว่าการคำนึงถึงปัจจัยทางด้านราคา

ในส่วนของกลยุทธ์ทางการตลาด บริษัทได้มีการดำเนินการ คือ

1) กลยุทธ์ด้านบริการและผลิตภัณฑ์

- การมีโครงข่ายการให้บริการทางพิเศษซึ่งตั้งอยู่บนทำเลที่ดี และเชื่อมต่อกับถนนหลักของเมืองทำให้สามารถตอบสนองความต้องการในการเดินทางของผู้ใช้ทางให้เดินทางไปยังจุดหมายได้ตรงตามต้องการ บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงคุณภาพของสายทาง และคุณภาพของการให้บริการที่ดี บริษัทได้ให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้า โดยได้นำมาปรับเป็นกลยุทธ์สำคัญเพื่อเสริมศักยภาพในการรองรับปริมาณจราจรที่หมุนเวียนในระบบให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น
- การศึกษาความเหมาะสมเพื่อปรับปรุงทางขึ้น-ลงทางพิเศษเป็นอีกมาตรการที่บริษัทนำมาเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทางและรักษาระดับคุณภาพทางพิเศษในด้านความปลอดภัยเชิงวิศวกรรมให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง
- บริษัทมีการติดตามสถิติปริมาณจราจรอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของบริการ Easy Pass ให้เหมาะสมเพื่อปรับปรุงการให้บริการและรองรับจำนวนผู้ใช้ทางพิเศษที่เพิ่มขึ้น บริษัทได้เพิ่มจำนวนช่องบริการ Easy Pass บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษต่างๆ ในทางพิเศษศรีรัช ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ เพื่อรองรับปริมาณผู้ใช้บัตร Easy Pass ที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการปรับย้ายตำแหน่งช่องทาง Easy Pass เพื่อให้ผู้ใช้บริการ Easy Pass เข้าใช้บริการได้สะดวกและปลอดภัยมากขึ้น และลดการตัดกระแสดูแลจราจรระหว่างช่องเก็บค่าผ่านทางแบบเงินสด และช่องทาง Easy Pass ซึ่งบรรเทาปัญหาการจราจรคับคั่งบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทาง
- การศึกษาแนวเส้นทางใหม่ๆ เพื่อรองรับทิศทางการเติบโตของเมือง (Urbanization) ที่จะขยายตัวในอนาคตโดยเฉพาะพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ตลอดจนการศึกษากฎติกรรมการเดินทางของผู้ใช้ทาง จัดเป็นการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการขยายขอบข่ายการให้บริการทางพิเศษ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มช่องทางการให้บริการที่ตอบรับกับความต้องการของผู้ใช้ทางในอนาคตได้เป็นอย่างดี

- บริษัทได้มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการจราจรผ่านป้ายจราจรอัจฉริยะ (Smart Traffic) และป้ายสลับข้อความ (VMS) เพื่อให้ผู้ใช้ทางทราบถึงสภาพจราจรบนระบบทางพิเศษตลอดจนการแนะนำการเดินทางบนเส้นทางพิเศษให้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
- บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงป้ายแนะนำการใช้ทางพิเศษบนถนนพื้นราบ ทั้งที่เป็นถนนสายหลักและถนนซอยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลอย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ทางและเพิ่มความมั่นใจในการเข้าใช้ทางพิเศษ โดยบริษัทจะเน้นการให้ข้อมูลสถานที่สำคัญในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกับทางขึ้น-ลงทางพิเศษส่วนต่างๆ ผ่านเว็บไซต์และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าที่เป็นผู้ใช้ทางได้รับความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง

2) กลยุทธ์ด้านราคา

- การกำหนดอัตราค่าผ่านทางพิเศษ ได้มีการตกลงและกำหนดอัตราค่าผ่านทางตลอดจนวิธีการพิจารณาการคำนวณปรับอัตราค่าผ่านทางใหม่ไว้ในสัญญาโครงการเป็นการล่วงหน้า ซึ่งอัตราดังกล่าวเป็นอัตราที่ได้มีความเห็นชอบร่วมกันว่าเป็นอัตราที่เหมาะสมตามผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของแต่ละโครงการ กล่าวคือ สัญญาโครงการระบบทางด่วนขั้นที่ 2 สัญญาเพื่อการต่อขยายโครงการระบบทางด่วนขั้นที่ 2 ส่วนติ และสัญญาโครงการทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ดได้กำหนดให้มีการพิจารณาปรับอัตราค่าผ่านทางใหม่เป็นประจำทุก 5 ปี โดยอ้างอิงตามการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภคกรุงเทพฯ ที่ได้มีการออกประกาศโดยกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งการคำนวณดังกล่าวเป็นการคำนวณเพื่อรักษามูลค่าที่แท้จริงของอัตราค่าผ่านทางตามระยะเวลาที่กำหนดของสัญญา และการพิจารณาปรับอัตราค่าผ่านทางของทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ เป็นไปตามสัญญาสัมปทาน กล่าวคือ จะมีการปรับทุก 5 ปี นับแต่วันเปิดดำเนินการโครงการตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
- บริษัทได้มอบส่วนลดค่าผ่านทางให้กับผู้ใช้ทางอย่างต่อเนื่องในบางเส้นทาง โดยมีการกำหนดระยะเวลาสิ้นสุดเป็นคราวๆ ไป เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้ทางหันมาใช้ทางพิเศษมากขึ้น โดยเฉพาะเส้นทางที่มีจุดเชื่อมต่อระหว่างระบบทางพิเศษ เช่น บริเวณด่านอาจณรงค์ 1 (จากทางพิเศษฉลองรัชมุ่งหน้าเข้าทางพิเศษเฉลิมมหานคร บริเวณบางนา) และด่านเมืองทองธานีของทางพิเศษอุดรรัถยา ซึ่งบริษัทร่วมกับ กทพ.ได้ให้ส่วนลดมาอย่างต่อเนื่อง

3) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

- การชำระค่าผ่านทางพิเศษ
 - ผู้ใช้บริการทางพิเศษเฉลิมมหานครและทางพิเศษศรีรัชสามารถเลือกใช้บริการทางพิเศษ ณ จุดขึ้น-ลงทางพิเศษต่างๆ ซึ่งครอบคลุมพื้นที่สำคัญในกรุงเทพฯ ตลอดระยะทาง 65.6 กิโลเมตร โดยผู้ใช้บริการทางพิเศษจะต้องชำระเงินค่าผ่านทางที่ด่านเก็บค่าผ่านทาง ณ จุดขึ้นทางพิเศษ ซึ่งมีทั้งหมดจำนวน 52 จุด ซึ่งเป็นของทางพิเศษเฉลิมมหานครจำนวน 20 จุด (เช่น ด่านดินแดง บางนา ดาวคะนอง สุขุมวิท พระราม 4 ฯลฯ) และทางพิเศษศรีรัชจำนวน 32 จุด (เช่น ด่านอโศก พระราม 9 ศรีนครินทร์ ยมราช สุรวงศ์ หัวลำโพง คลองประปา ย่านพหลฯ ประชาชื่น พระราม 3 ฯลฯ) และผู้ใช้บริการสามารถชำระค่าผ่านทางได้ 2 วิธี คือ ชำระด้วยเงินสด หรือชำระผ่านระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass)

- ผู้ใช้บริการทางพิเศษอุดรรัถยาที่เชื่อมต่อระบบทางพิเศษศรีรัชออกสู่ด้านทิศเหนือของกรุงเทพฯ มีระยะทาง 32 กิโลเมตร ซึ่งมีด่านเก็บค่าผ่านทางจำนวน 10 จุด โดยจะต้องชำระเงินค่าผ่านทางที่ด่านเก็บเงิน ณ จุดทางขึ้นสำหรับขาเข้าเมือง และ ณ จุดทางลงสำหรับขาออกนอกเมือง ซึ่งมีทางขึ้นจำนวน 5 จุด ทางลงจำนวน 5 จุด และผู้ใช้บริการจะต้องชำระเงินค่าผ่านทางด้วยเงินสด และชำระผ่านระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass)
- ผู้ใช้บริการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ซึ่งเชื่อมต่อระบบทางพิเศษศรีรัชออกสู่ทิศตะวันตกของกรุงเทพฯ มีระยะทาง 16.7 กิโลเมตร ซึ่งมีด่านจัดเก็บค่าผ่านทางจำนวน 9 จุด โดยจะต้องชำระเงินค่าผ่านทาง ณ จุดทางขึ้นด้วยเงินสด หรือชำระผ่านระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass)
- การให้บริการระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ

บริษัทได้ร่วมกับ กทพ. ในการนำระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติมาใช้ในการจัดเก็บค่าผ่านทาง เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้ทางเพิ่มความสะดวกรวดเร็วและประสิทธิภาพในการชำระค่าผ่านทางบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทางในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน ตลอดจนรองรับปริมาณจราจรที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต ปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้ระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติประมาณร้อยละ 38.32

เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บัตร Easy Pass บริษัทจัดให้มีจุดบริการติดตั้ง และตรวจสอบบัตร Easy Pass รวมถึงบริการตัดฟิล์มเพื่อติดตั้ง Easy Pass และทดสอบระบบ Easy Pass โดยผู้ใช้ทางสามารถนำรถยนต์เข้าใช้บริการ ณ จุดบริการ Easy Pass ... Fast Service โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายได้ที่ศูนย์ควบคุมทางพิเศษสายศรีรัช ถนนอโศก-ดินแดง ทุกวันทำการ ตั้งแต่เวลา 09.00-17.00 น.

และเพื่อเพิ่มประโยชน์สำหรับผู้ใช้บัตร Easy Pass บริษัทได้ร่วมกับ กทพ. และกรมทางหลวงปรับปรุงประสิทธิภาพการเก็บค่าผ่านทางด้วยระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ โดยเชื่อมต่อระบบบัตร Easy Pass และบัตร M-Pass เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถชำระค่าผ่านทางด้วยบัตรเพียงใบเดียว สำหรับทางพิเศษ 7 เส้นทาง และทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (มอเตอร์เวย์) ของกรมทางหลวงอีก 2 เส้นทางได้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2559

4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมและสื่อสารการตลาด

บริษัทจัดให้มีส่วนลดค่าผ่านทางในบางเส้นทางและมีกำหนดเวลาสิ้นสุด เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหันมาใช้บริการทางพิเศษอย่างสม่ำเสมอจนเกิดความเคยชินและเป็นลูกค้าประจำในที่สุด โดยในปี 2560 บริษัทยังคงให้ส่วนลดทางพิเศษอุดรรัถยาของบริษัทย่อย (NECL) โดยให้ส่วนลดแก่ผู้ใช้บริการที่ด่านเมืองทองธานีอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันสงกรานต์และวันขึ้นปีใหม่ บริษัทได้ร่วมมือกับ กทพ. จัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้ทางพิเศษให้กับผู้ใช้ทางด้วยการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ใช้ทางพิเศษ รวมทั้งจัดให้มีจุดให้บริการแก่ผู้ใช้ทางเพื่อสร้างความรู้สึกผูกพันให้กับลูกค้าภายใต้แนวคิดที่ว่าเราพร้อมส่งมอบความสุขด้วยบริการที่ดีให้กับลูกค้าตลอดสายทาง รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจราจรในช่วงเทศกาลสงกรานต์ และในโอกาสส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ที่ผ่านมา บริษัทร่วมสนับสนุน กทพ. ในการประชาสัมพันธ์ส่วนลด

ค่าสมัคร Easy Pass เพื่อกระตุ้นผู้ใช้ทางพิเศษให้หันมาใช้ Easy Pass มากขึ้น ลดปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทาง

บริษัทในฐานะเอกชนผู้ให้บริการทางพิเศษได้สนองตอบนโยบายของภาครัฐด้วยการร่วมรณรงค์ขับขีปลอดภัย “โทรไม่ขับ” “วงไม่ขับ” และ “เมาไม่ขับ” คาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้งตลอดการเดินทาง รวมถึงร่วมรณรงค์การให้ทางกับรถพยาบาลฉุกเฉิน เพื่อต่อลมหายใจให้กับผู้ประสบอุบัติเหตุ และผู้ป่วยฉุกเฉิน

บริษัทได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตระหนักถึงความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัยในการใช้บริการทางพิเศษให้ทราบถึงบริการที่มีคุณภาพบนทางพิเศษ และให้ทราบถึงกิจกรรมส่งเสริมการใช้บริการต่างๆ ของบริษัท อาทิ การจัดกิจกรรมพิเศษให้กับผู้ใช้ทางที่เป็นผู้โชคดี การให้ส่วนลดค่าผ่านทาง เผยแพร่แผนที่โครงข่ายทางพิเศษ รวมถึงการต่อเชื่อมทางพิเศษกับเส้นทางต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ทาง

สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่บริษัทใช้เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประกอบด้วย สื่อสารคดี วิทยุ-โทรทัศน์ สปอตวิทยุ เอกสารแผ่นปลิว ป้ายสลับข้อความ (VMS) เว็บไซต์ www.bemplc.co.th ตลอดจนการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย (www.facebook.com/bangkokexpresswayandmetro) รวมทั้งการจัดทำวารสารราย 2 เดือน เพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบริษัทกับผู้ใช้ทาง รวมทั้งเสริมสร้างความรู้ ความพึงพอใจ และยังเป็นการจูงใจให้ลูกค้าใหม่เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องตลอดปี จัดเป็นการสร้างความเข้าใจที่ดีทั้งต่อลูกค้าและสังคม

2.1.4.3 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในปี 2560 สภาพเศรษฐกิจเริ่มมีทิศทางฟื้นตัวดีขึ้น รายได้ของผู้บริโภคบางกลุ่มปรับเพิ่มสูงขึ้นจากการปรับค่าจ้างแรงงาน และโครงการภาครัฐมีการขยายตัวมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสถาบันการเงินเริ่มผ่อนคลายความเข้มงวดในการให้สินเชื่อลง ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศมียอดขายสูงขึ้นเล็กน้อย ซึ่งหากแยกเป็นภูมิภาค ภาคเหนือและภาคใต้ขยายตัวได้ดีกว่าภูมิภาคอื่นๆ เนื่องจากการปรับตัวทั้งจากภาคการเกษตรและการท่องเที่ยว ส่วนกรุงเทพฯ ได้รับอานิสงส์จากโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐส่งผลให้อุตสาหกรรมรถยนต์โดยรวมโตขึ้นทั้งรถยนต์นั่งและรถยนต์พาณิชย์ (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ 28 ธันวาคม 2560)

ด้วยปัจจัยดังกล่าวก่อให้เกิดปัญหาการจราจรในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งในปัจจุบันมีรถจดทะเบียน 10 ล้านคัน ในขณะที่ถนนในกรุงเทพฯ มีความยาวเพียง 5,500 กิโลเมตร ส่งผลให้เกิดปัญหาการจราจรติดสะสมในทุกที่ของเขตกรุงเทพฯ อีกทั้งจากการก่อสร้างโครงการสาธารณูปโภคต่างๆ ของภาครัฐรวมถึงการก่อสร้างอื่นๆ ที่เกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้มีปริมาณรถยนต์เกินกว่าถนนในเขตกรุงเทพฯ จะรองรับได้ นอกจากนี้หากมีปัจจัยอื่นๆ เช่น ฝนตกหนักและน้ำท่วม ซึ่งจะทำให้การเคลื่อนตัวของรถยนต์เป็นไปได้ยากขึ้น ทำให้ความเร็วเฉลี่ยของรถยนต์ในเขตกรุงเทพฯ ลดลงจากข้อมูลของสำนักนโยบายและแผนการขนส่ง (สนข.) ได้สรุปอัตราความเร็วเฉลี่ยของรถในเขตกรุงเทพฯ ลดลงโดยเฉพาะในถนนสายหลักและถนนวงแหวนชั้นใน ในช่วงชั่วโมงเร่งด่วนช่วงเช้าลดลง 0.3 กิโลเมตร/ชั่วโมง หรือร้อยละ 1.9 และช่วงเย็นลดลง 2.3 กิโลเมตร/ชั่วโมง หรือร้อยละ 12.8 (หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ 5 มกราคม 2561) ส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อการเติบโตของปริมาณการจราจรบนทางพิเศษโดยรวม

2.1.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

2.1.5.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

กทพ. เป็นหน่วยงานหนึ่งของภาครัฐที่รับผิดชอบในการก่อสร้างทางพิเศษ สำหรับให้บริการต่อการสัญจรของรถยนต์ให้มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย รวมทั้งการบรรเทาปัญหาการจราจร โดย กทพ. เชิญชวนให้ผู้สนใจเข้าร่วมจัดทำข้อเสนอการลงทุน บริษัทจึงทำการศึกษาดังถึงความเป็นไปได้ของโครงการ และเข้ายื่นข้อเสนอขอลงทุนเพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่มีผลตอบแทนและเงื่อนไขที่เหมาะสม

โครงการทางพิเศษภายใต้สัญญาโครงการระบบทางด่วนขั้นที่ 2 สัญญาโครงการทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ด สัญญาเพื่อการต่อขยายโครงการระบบทางด่วนขั้นที่ 2 ส่วนดี และสัญญาสัมปทานการลงทุนโครงการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร เป็นโครงการในลักษณะ BTO ซึ่งสาระสำคัญของสัญญา คือ กทพ. กำหนดรูปแบบ (Characteristic) สายทาง พื้นที่ที่จะใช้ในการก่อสร้าง และทำการเวนคืนที่ดินเพื่อส่งมอบให้บริษัททำการก่อสร้างในเวลาที่กำหนดตามสัญญา จากนั้นบริษัทจะทำการก่อสร้างตามแบบที่ได้รับอนุมัติจาก กทพ. ภายใต้การควบคุมคุณภาพการก่อสร้างของวิศวกรของ กทพ. วิศวกรอิสระและผู้ตรวจแบบอิสระ เมื่อก่อสร้างแล้วเสร็จ วิศวกรอิสระจะทำการตรวจสอบและออกหนังสือรับรองความเสร็จสมบูรณ์ แสดงว่างานก่อสร้างเสร็จสิ้นตามมาตรฐานที่กำหนดพร้อมเปิดให้บริการ และบริษัทมีสิทธิได้รับค่าผ่านทางตามเงื่อนไขสัญญาได้ โดยในการก่อสร้างที่ผ่านมา บริษัทได้ว่าจ้างผู้จัดการโครงการเป็นผู้ทำการก่อสร้างและบริหารโครงการทางพิเศษในลักษณะ Lump Sum Turnkey เนื่องจากโครงการก่อสร้างทางพิเศษเป็นโครงการขนาดใหญ่อาจเกิดปัญหาในเรื่อง Cost Overrun และปัญหาการก่อสร้างไม่แล้วเสร็จทันเวลา การจ้างในลักษณะ Lump Sum Turnkey จะเป็นการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวได้ และในการว่าจ้างผู้บริหารโครงการ บริษัทคัดเลือกผู้มีความชำนาญ และมีประสบการณ์มาทำหน้าที่ผู้จัดการโครงการและผู้ทำการก่อสร้าง เพื่อผลสำเร็จของงานที่มีคุณภาพในเวลาที่กำหนด

สำหรับโครงการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ซึ่งบริษัท และ กทพ. ได้ลงนามสัญญาสัมปทานการลงทุนออกแบบ ก่อสร้าง บริหารจัดการ ให้บริการ และบำรุงรักษาโครงการเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2555 มีระยะเวลาสัมปทาน 30 ปี นับแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2555 ถึงวันที่ 14 ธันวาคม 2585 โดยมีระยะเวลาในการก่อสร้างไม่เกิน 48 เดือน กทพ. เป็นผู้กำหนดสายทาง พื้นที่ที่จะใช้ในการก่อสร้าง และทำการเวนคืนที่ดินเพื่อส่งมอบให้บริษัทภายในเวลาที่กำหนด โดยบริษัทมีหน้าที่ออกแบบและทำการก่อสร้างตามแบบที่ได้รับอนุมัติจาก กทพ. ภายใต้การควบคุมคุณภาพการก่อสร้างของวิศวกรของ กทพ. และวิศวกรอิสระ ซึ่งวิศวกรอิสระจะทำการตรวจสอบและออกหนังสือรับรองความเสร็จสมบูรณ์ เมื่องานก่อสร้างเสร็จสิ้นตามมาตรฐานที่กำหนดพร้อมเปิดให้บริการ โดยบริษัทได้ว่าจ้าง บมจ.ช.การช่าง ซึ่งเป็นผู้มีความชำนาญ และมีประสบการณ์ในการก่อสร้างและบริหารโครงการทางพิเศษทุกสายทางที่บริษัทได้รับสัมปทานมา ทำหน้าที่ผู้จัดการโครงการและผู้ทำการก่อสร้างและบริหารโครงการทางพิเศษ ในลักษณะ Lump Sum Turnkey

ตามสัญญาสัมปทานโครงการนี้ บริษัทมีสิทธิในการบริหารจัดการ และให้บริการ ได้แก่การเรียกเก็บค่าผ่านทาง การกู้ภัย และการบำรุงรักษา โดยบริษัทมีสิทธิที่จะได้รับค่าผ่านทางทั้งหมดตลอดระยะเวลาสัมปทาน

2.1.5.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทและบริษัทย่อยได้ดำเนินธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด ทั้งนี้ แนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ สามารถสรุปได้ดังนี้

ตั้งแต่ช่วงการดำเนินการก่อสร้างทางพิเศษ บริษัทและบริษัทย่อยปฏิบัติตามมาตรการป้องกันมลภาวะตามมาตรฐานข้อบังคับที่กำหนดโดยคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา ทั้งนี้ บริษัทและบริษัทย่อยได้ใช้มาตรการรวมถึงวิธีการต่างๆ ในการปฏิบัติอย่างเหมาะสม สำหรับการก่อสร้างในเขตเมืองที่มีประชาชนอาศัยอยู่มาก โดยนำเทคนิคการก่อสร้างแบบ Segmental Box Girder มาใช้ ทำให้บริษัทสามารถดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่สั้นกว่าการก่อสร้างโดยวิธีการอื่นที่ใช้กันอยู่ทั่วไปในขณะนั้น เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสังคมรอบข้าง และมีผลกระทบต่อปริมาณจราจรบนพื้นล่างให้น้อยที่สุดในช่วงระหว่างงานก่อสร้าง และบริษัทไม่เคยมีประวัติการกระทำความผิดที่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

ในการบริหารโครงการระบบทางพิเศษ บริษัทได้ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของพนักงาน ผู้ใช้บริการและสังคมบริเวณโดยรอบทางพิเศษ รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัทได้มีการปรับปรุงทบทวนกระบวนการดำเนินงานภายในเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับการขอใบรับรองการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นในการจัดการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมด้วยแนวทางการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. ให้ความสำคัญในการป้องกันและควบคุมมลพิษ โดยบริหารและบำรุงรักษาทางพิเศษให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ใช้บริการ พนักงาน และชุมชน
2. สร้างจิตสำนึกแก่พนักงาน และส่งเสริมการใช้พลังงาน ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ปฏิบัติหน้าที่ให้สอดคล้องต่อกฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง
4. ทบทวนวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เพื่อปรับปรุงระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง
5. เผยแพร่นโยบายสิ่งแวดล้อมต่อสาธารณชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง

โดยบริษัทได้รับการรับรองจากบริษัท เอสจีเอส (ประเทศไทย) ดังนี้

- ระบบงานคุณภาพ ISO 9001 : 2015
- ระบบจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015

ในปี 2560 บริษัทยังคงรักษาไว้ซึ่งระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 อย่างต่อเนื่อง โดยได้ติดตามประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญต่างๆ ที่อาจมีโอกาสดังขึ้น รวมทั้งได้เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ด้วยมาตรการบริหารจัดการด้านพลังงาน ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทได้เปลี่ยนโคมไฟที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งบนทางพิเศษและบริเวณด้านเก็บเงินค่าผ่านทาง ดังนี้

1. เปลี่ยนโคมไฟชนิด LED ทดแทนโคมไฟในอาคารด้านทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ดังนี้
 - เปลี่ยนโคมไฟชนิด LED ทดแทนโคมไฟหลังคา Canopy เหนือตู้เก็บเงินค่าผ่านทาง และประหยัดพลังงานได้ถึงร้อยละ 60

- เปลี่ยนโคมไฟชนิด LED ทดแทนโคมไฟส่องล้อ ช่องเก็บเงินค่าผ่านทาง และประหยัดพลังงานได้ถึงร้อยละ 80
- 2. เปลี่ยนโคมไฟชนิด LED ทดแทนโคมไฟ Flood Light หลอดโซเดียมความดันสูงบริเวณพื้นที่หน้าและหลังด่านเก็บเงินค่าผ่านทาง ในทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ทำให้สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลงได้ถึงร้อยละ 40 โดยที่ได้ความสว่างมากกว่าหลอดเดิม และลดการฟุ้งกระจายของแสง
- 3. โครงการนำร่องติดตั้ง Solar Cell บนอาคารด่านศรีสมานขาออก ทางพิเศษอุดรรัถยา ทำให้สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้านครหลวงได้ถึงร้อยละ 20

สำหรับการจัดการด้านความปลอดภัย บริษัทมีหน่วยงานวิเคราะห์วิศวกรรมที่พร้อมด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในด้านวิศวกรรมจราจรและความปลอดภัยบนทางพิเศษ ทำหน้าที่ศึกษาผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ โดยมีการจัดทำแบบจำลอง Traffic Simulation เพื่อศึกษาความเหมาะสมในการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทาง พร้อมทั้งตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน วิเคราะห์จุดเสี่ยงอันตรายบนทางพิเศษ ศึกษาคุณสมบัติและรูปแบบการติดตั้งอุปกรณ์เสริมความปลอดภัย ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาปรับปรุงทางพิเศษให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดสำหรับผู้ใช้งาน รวมทั้งการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้นำผลการศึกษาดังกล่าวมาดำเนินการดังนี้

- การปรับปรุงความปลอดภัยบนทางพิเศษ โดยบริษัทได้ทำการตรวจสอบและประเมินความปลอดภัยพื้นที่หัวเกาะทางแยก (Gore Area) และติดตั้งอุปกรณ์เสริมความปลอดภัย ได้แก่ อุปกรณ์ดูดซับแรงปะทะ (Crash Cushion) ถังรับแรงปะทะ (Cushion Tank) หลัคนำทางชนิดให้ตัว (Flexible Guide Post) ทาพื้นด้วยสี Cold Plastic สีแดง เพื่อกระตุ้นเตือนถึงจุดอันตรายที่อาจจะเกิดอุบัติเหตุ
- การเพิ่มช่องเก็บค่าผ่านทางระบบอัตโนมัติ (Easy Pass) จากอัตราการเติบโตของปริมาณจราจรในช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass) และหลังจากที่ กทพ.มีนโยบายยกเลิกค่ามัดจำบัตร Easy Pass ทำให้มีปริมาณการใช้ระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass) เพิ่มขึ้น ทำให้ต้องมีการเพิ่มช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติเพื่อรองรับปริมาณการจราจรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้งานสามารถประหยัดเวลาในการเดินทาง และน้ำมันเชื้อเพลิงได้
- ปรับช่องเก็บค่าผ่านทางระบบอัตโนมัติ (Easy Pass) ที่ด่านอโศก 4 ประชาชนเข้า และประชาชนขาออกให้เป็นช่องทางขวาสุด เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าช่องทาง Easy Pass ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็วยิ่งขึ้น
- การปรับปรุงป้ายแนะนำช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass) เพื่อให้ผู้ใช้งานพิเศษได้รับความสะดวกรวดเร็วในการผ่านช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ
- ปรับปรุงช่องเก็บค่าผ่านทางระบบอัตโนมัติ (Easy Pass) ในทางพิเศษศรีรัชทั้งหมดให้เป็น Fast Lane เพื่อให้รองรับการผ่านช่องทางที่เร็วขึ้น ลดการชะลอความเร็วที่ช่องทาง Easy Pass
- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพช่องเก็บค่าผ่านทางระบบอัตโนมัติ บริษัทได้ติดตั้งสายอากาศชุดที่ 2 (Second Antenna) ที่ช่องทาง Easy Pass เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการระบบ Easy Pass กรณีไม่กั้นทางบริเวณด่านเก็บเงินค่าผ่านทางไม่เปิด ทั้งที่มีเงินสำรองในบัญชีเพียงพอต่อการผ่านทาง โดยระบบดังกล่าวจะสั่งเปิดไม่กั้นทางโดย

ไม่ต้องรอให้เจ้าหน้าที่สั่งเปิด ทำให้สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ทางได้เร็วขึ้น ลดเวลาในการรอคอย และลดปริมาณการจราจรบริเวณหน้าด่านเก็บเงินค่าผ่านทางรวมถึงมลภาวะทางอากาศให้ลดลงอีกด้วย การดำเนินการดังกล่าวดำเนินการในช่องทาง Easy Pass ทุกช่องทางในทางพิเศษศรีรัช แล้วเสร็จเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2560

บริษัทได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานตลอดจนผู้บริหาร เพื่อเสริมสร้างความรู้ และทักษะในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015 ตลอดจนการจัดกิจกรรมปลูกจิตสำนึกทั่วทั้งองค์กร และการดำเนินกิจกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกับสังคมรอบข้างอีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทได้มีนโยบายในการปรับปรุงระบบจัดเก็บค่าผ่านทางระดับศูนย์ควบคุมให้เป็นไปตามมาตรฐานระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013 เพื่อเพิ่มการรักษาความมั่นคงปลอดภัยให้กับระบบสารสนเทศของระบบจัดเก็บค่าผ่านทางระดับศูนย์ควบคุม และจัดทำมาตรฐานในการจัดการข้อมูลที่มีความสำคัญเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานไปได้อย่างต่อเนื่อง เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรในระดับสากล บริษัทจึงได้ขอการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 เพื่อพัฒนากระบวนการ และระบบบริหารจัดการด้านรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Management System : ISMS) ตามมาตรฐานสากล ISO/IEC 27001:2013 ให้แก่ ระบบจัดเก็บค่าผ่านทางระดับศูนย์ควบคุมทางพิเศษศรีรัช (CCB2) และศูนย์ควบคุมทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ (CCB7) พร้อมทั้งพัฒนาบุคลากรด้านบริหารจัดการความมั่นคงสารสนเทศ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานตามกระบวนการ / ระบบงานที่พัฒนาขึ้น

2.2 ธุรกิจระบบราง

2.2.1 ลักษณะบริการ

บริษัทเป็นผู้รับสัมปทานการให้บริการการเดินรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน จำนวน 2 โครงการ จาก รฟม. โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ประกอบด้วย โครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล (ช่วงหัวลำโพง-บางซื่อ) และโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย (ช่วงหัวลำโพง-หลักสอง และช่วงบางซื่อ-ท่าพระ) ซึ่งบริษัทได้เข้าทำสัญญาสัมปทานกับ รฟม. เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2560 ระยะเวลา 33 ปี นับจากวันที่ รฟม. แจ้งให้เริ่มงาน
 - (1) โครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล (ช่วงหัวลำโพง-บางซื่อ) ระยะทาง 20 กิโลเมตร จำนวน 18 สถานี บริษัทเป็นผู้มีสิทธิในรายได้ค่าโดยสาร รวมทั้งการดำเนินกิจกรรมและการพัฒนาเชิงพาณิชย์ ซึ่งรวมถึงการโฆษณา การให้เช่าพื้นที่ในโครงการ และธุรกิจให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมภายในสถานีและภายในขบวนรถไฟฟ้า ปัจจุบันมีรถไฟฟ้าที่วิ่งบริการจำนวน 19 ขบวน มีระยะเวลาให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุดตั้งแต่เวลา 06.00-24.00 น.
 - (2) โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย (ช่วงหัวลำโพง-หลักสอง และช่วงบางซื่อ-ท่าพระ) ระยะทาง 27 กิโลเมตร จำนวน 20 สถานี มีแนวเส้นทางเชื่อมต่อจากโครงการรถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคล ที่สถานีหัวลำโพง และสถานีบางซื่อ บริษัทเป็นผู้ลงทุนจัดหาติดตั้งและทดสอบอุปกรณ์ระบบของโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย และดำเนินการให้บริการโครงการรถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคล และโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยายให้เป็นการเดินรถแบบต่อเนื่องเป็นโครงข่ายเดียวกัน (Through Operation) โดยบริษัทมีสิทธิในรายได้ค่าโดยสาร

และการพัฒนาเชิงพาณิชย์ ตลอดระยะเวลาสัมปทานโครงการ และเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2560 ได้เปิดให้บริการเดินรถโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย ช่วงสถานีเตาปูน-บางซื่อ ระยะทาง 1.2 กิโลเมตร เพื่อเป็นการเชื่อมต่อการเดินรถระหว่างรถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคล (สายสีน้ำเงินเดิม) สายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย และสายฉลองรัชธรรม (สายสีม่วง) ให้ต่อเนื่องเป็นโครงข่ายเดียวกัน

2) โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายฉลองรัชธรรม ("โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง") ช่วงสถานีคลองบางไผ่-สถานีเตาปูน

บริษัทได้รับสัมปทานสำหรับการลงทุน การจัดการระบบรถไฟฟ้า การให้บริการการเดินรถไฟฟ้า และซ่อมบำรุงรักษา ซึ่ง รฟม. เป็นผู้ลงทุนโครงสร้างพื้นฐานโยธาทั้งหมด และบริษัทลงทุนในงานระบบรถไฟฟ้าและขบวนรถไฟฟ้า รวมทั้งให้บริการการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษาตามมาตรฐานการให้บริการที่กำหนดไว้ โดย รฟม. เป็นผู้มีสิทธิในรายได้ค่าโดยสาร และรายได้เชิงพาณิชย์จากการใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานทางโยธาและระบบรถไฟฟ้าทั้งหมด และ รฟม. จะจ่ายเงินบริษัทในลักษณะค่าจ้างบริหารการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษา และค่าอุปกรณ์งานระบบ ตลอดอายุสัมปทาน 30 ปี นับจากวันที่ 4 กันยายน 2556 ซึ่งในปัจจุบันได้เปิดให้บริการเดินรถไฟฟ้าระหว่างสถานีคลองบางไผ่-สถานีเตาปูน ระยะทาง 22 กิโลเมตร รวม 16 สถานี ปัจจุบันมีรถไฟฟ้าที่วิ่งบริการ จำนวน 21 ขบวน มีระยะเวลาให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ในวันจันทร์-วันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 05.30-24.00 น. และในวันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตั้งแต่เวลา 06.00-24.00 น.

โครงการรถไฟฟ้า	โครงการรถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคล (สถานีหัวลำโพง-สถานีบางซื่อ)	โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย (สถานีหัวลำโพง-หลักสอง และสถานีบางซื่อ-ท่าพระ)	โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง (สถานีคลองบางไผ่-สถานีเตาปูน)
ประเภทสัมปทาน	PPP Net Cost	PPP Net Cost	PPP Gross Cost
ระยะเวลาสัมปทาน	33 ปี (นับจากวันที่ รฟม. แจ้งให้เริ่มงาน)		30 ปี (2556 - 2586)
จำนวนสถานี	18 สถานี	20 สถานี	16 สถานี
ระยะทาง	20 กิโลเมตร	27 กิโลเมตร	22 กิโลเมตร

2.2.2 รายได้

บริษัทมีรายได้จากธุรกิจระบบราง 2 ลักษณะ คือ รายได้ค่าโดยสาร และรายได้จากการให้บริการเดินรถไฟฟ้า และซ่อมบำรุงรักษาระบบรถไฟฟ้า

2.2.2.1 รายได้ค่าโดยสาร

ตามสัญญาสัมปทานโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ระหว่างบริษัท และ รฟม. บริษัทมีสิทธิในการให้บริการเดินรถและจัดเก็บรายได้ค่าโดยสาร และการพัฒนาเชิงพาณิชย์ตลอดอายุสัมปทาน โดยบริษัทมีภาระผูกพันต้องจ่ายเงินค่าตอบแทนจากค่าโดยสารและจากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ให้แก่ รฟม. ตามอัตราที่ระบุในสัญญาสัมปทาน

บริษัทจัดเก็บค่าโดยสารตามจำนวนสถานีที่ผู้ใช้บริการเดินทาง โดยอัตราค่าโดยสารระบบรถไฟฟ้า ณ วันที่เริ่มให้บริการจะเป็นไปตามอัตราค่าโดยสารพื้นฐานอ้างอิงที่ใช้บังคับ คือ วันที่เริ่มบริการที่ก่อให้เกิดรายได้ ทั้งนี้ ตามสัญญาสัมปทานได้กำหนดให้มีการปรับอัตราค่าโดยสารทุก 24 เดือน โดยคำนวณบนพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงตามความเป็นจริงของดัชนีราคาผู้บริโภคที่ไม่รวมหมวดอาหารของกรุงเทพฯ (Bangkok Non-food Consumer Price Index) โดยเทียบจากอัตราค่าโดยสารพื้นฐานอ้างอิง

บริษัทได้ปรับอัตราค่าโดยสารตามข้อตกลงในสัญญาสัมปทานมาโดยลำดับ อัตราค่าโดยสารที่ประกาศใช้อยู่ในปัจจุบันเป็นอัตราที่ปรับเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2559 ซึ่งจะใช้จนถึงวันที่ 2 กรกฎาคม 2561

2.2.2.2 รายได้จากการให้บริการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษา

บริษัทได้รับค่าจ้างบริการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษาตามสัญญาสัมปทานโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง สัญญาที่ 4 สัมปทานสำหรับการลงทุน การจัดการระบบรถไฟฟ้า การให้บริการการเดินรถ และซ่อมบำรุงรักษา (สถานีคลองบางไผ่-สถานีเตาปูน) ระยะที่ 2 (ระยะเวลาประมาณ 27 ปี) โดยเริ่มเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2559

2.2.3 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.3.1 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่อาศัยอยู่รอบเส้นทางและกลุ่มที่มีได้อาศัยอยู่รอบเส้นทางแต่มีความจำเป็นต้องเดินทางผ่านหรือมีจุดหมายปลายทางอยู่ในเส้นทาง และสามารถแบ่งกลุ่มย่อยตามวัตถุประสงค์การเดินทาง ดังนี้

1. กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปทำงาน
2. กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปโรงเรียน/สถานศึกษา
3. กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (Tourists) / การพักผ่อน
4. กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปทำกิจกรรมพิเศษ เช่น การสัมมนา หรือการประชุม
5. กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอื่นๆ เช่น การติดต่อธุรกิจ

2.2.3.2 นโยบายและกลยุทธ์การตลาด

(1) กลยุทธ์ด้านบริการและผลิตภัณฑ์

- (1.1) สร้างสรรค์และพัฒนารูปแบบการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้โดยสารในการให้บริการเดินรถไฟฟ้า MRT

ปัจจุบันรถไฟฟ้า MRT มีเส้นทางเดินรถเริ่มต้นจากสถานีหัวลำโพง ปลายทางที่สถานีเตาปูน ระยะทาง 21 กิโลเมตร ผ่านพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญ (Central Business District-CBD) พื้นที่ที่อยู่อาศัย (Residential Area) และมีจุดเชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนที่สำคัญซึ่งมีผลต่อการเพิ่มจำนวนผู้โดยสาร อาทิ จุดเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสายสีเขียว (BTS) ที่สถานีสวนจตุจักร สายสีแดง (Airport Rail Link) ที่สถานีเพชรบุรีซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และจุดเชื่อมต่อกับโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วงที่สถานีเตาปูน นอกจากนี้ยังมีจุดเชื่อมต่อกับสถานีรถไฟฟ้าหัวลำโพงและบางซื่อ สำหรับการเชื่อมต่อทางเดินของสถานีกับอาคาร ปัจจุบันมี 4 จุด ได้แก่ 1) อาคารจัตุรัสจามจุรี (อาคารพักอาศัย อาคารสำนักงาน และศูนย์รวมความบันเทิงและการศึกษา) กับสถานีสามย่าน 2) ศูนย์การค้ายูเนี่ยนมอลล์กับสถานีพหลโยธิน 3) อาคาร Interchange 21 (อาคารสำนักงาน) และอาคาร Terminal 21 (ศูนย์การค้า โรงแรม อาคารสำนักงาน และที่พักอาศัย) กับสถานีสุขุมวิท 4) ศูนย์การค้า Central Plaza Grand Rama 9 และอาคาร G Tower กับสถานีพระราม 9

พฤติกรรมการเดินทางของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการทำงานรองมา เป็นการเดินทางเพื่อการศึกษา ซึ่งจะเดินทางในช่วงเวลาเร่งด่วน ขณะที่วัตถุประสงค์อื่นจะเป็นการเดินทางนอกเวลาเร่งด่วน (Off peak) ซึ่งมีอัตราการเพิ่มเที่ยวการเดินทางสูงกว่า บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มการเดินทางช่วง Off peak ที่ยังมีความสามารถในการรองรับได้ ลดความหนาแน่นผู้โดยสารช่วงเวลาเร่งด่วน กระตุ้นให้ผู้โดยสารปรับพฤติกรรมการเดินทางในช่วงเช้าให้เร็วขึ้น ในกิจกรรม “MRT Lucky Hour มาเช้าลุ้นโชค” รวมถึงการเพิ่มจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางด้วยบัตรโดยสาร เพื่อเพิ่มรายได้และจำนวนผู้ถือบัตรโดยสาร และเป็นการกระตุ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2556 ด้วยการทำความร่วมมือกับพันธมิตรที่อยู่รอบเส้นทาง เช่น การให้ส่วนลดหรือสิทธิประโยชน์ในการออกบัตรหรือเติมเงิน การให้ข้อมูลกิจกรรมและแนะนำสถานที่ที่คาดว่าจะเป็จุดหมายปลายทางของผู้เดินทางในระบบรถไฟฟ้า MRT ในช่วงที่ผ่านมามีการทำกิจกรรมและให้ข้อมูลร่วมกับพันธมิตรรายต่างๆ เช่น ศูนย์การค้า Central Plaza Grand Rama 9 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เป็นต้น

(1.2) มุ่งเน้นคุณภาพการบริการ

บริษัทมีนโยบายมุ่งเน้นคุณภาพการบริการโดยถือว่า “การบริการอยู่เหนือสิ่งอื่นใด” นอกจากนั้น บริษัทยังมีนโยบายให้รถไฟฟ้า MRT เป็น “ส่วนหนึ่งในชีวิตของคนกรุงเทพฯ” ภายใต้การดำเนินงานอย่างมืออาชีพ โดยการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของรถไฟฟ้า MRT ที่ให้บริการการเดินทางแล้ว ยังมีการสร้างคุณค่าเพิ่มให้คนกรุงเทพฯรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิต จากนโยบายดังกล่าว บริษัทจึงกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานด้านคุณภาพการบริการ ดังนี้

- ความปลอดภัย (Safety) บริษัทถือว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT เป็นความสำคัญสูงสุดที่พนักงานทุกคนต้องพึงตระหนัก และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดความปลอดภัยของบริษัทอย่างเคร่งครัด โดยที่ผ่านมามีการฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องตลอดจนมีการกำกับดูแลการให้บริการมีมาตรฐานตามข้อกำหนดความปลอดภัยของประเทศไทยและเทียบเท่าระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนชั้นนำของโลก
- ความสะดวก (Convenience) บริษัทให้ความสำคัญในการดูแลการทำงานของอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ในระบบรถไฟฟ้า MRT เพื่อให้ทำงานได้ตามเป้าหมาย นอกจากนี้บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสะดวกของผู้โดยสารในช่วงการเดินทางที่แออัด เช่น ช่วงงานเทศกาลหรือการจัดนิทรรศการรายรอบเส้นทาง โดยจัดให้มีการเพิ่มจุดจำหน่ายเหรียญโดยสาร เพื่อให้ผู้โดยสารได้รับการบริการอย่างดีที่สุด
- ความรวดเร็ว (Fast) บริษัทจะควบคุมให้ความเร็วเฉลี่ยของรถไฟฟ้าและตารางการให้บริการรถไฟฟ้ารองรับกับความต้องการของผู้โดยสารในแต่ละช่วงเวลา
- ความเชื่อถือได้ (Reliability) บริษัทจะดูแลให้รถไฟฟ้าและระบบอาณัติสัญญาณอยู่ในสภาพดี และไม่ส่งผลกระทบต่อให้บริการของบริษัท
- การตรงต่อเวลา (Punctuality) บริษัทจะควบคุมให้ตารางการเดินรถไฟฟ้าและการเทียบจอดในสถานีทั้งหมดคลาดเคลื่อนไปจากที่กำหนดน้อยที่สุด

(1.3) สร้างรูปแบบบัตรโดยสารที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

บริษัทมีการวิเคราะห์ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นผู้ใช้บริการประจำและใช้บริการเป็นครั้งคราว เพื่อจัดทำและวางแผนการออกบัตรโดยสารชนิดต่างๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการเป็นครั้งคราวให้หันมาใช้บัตรรถไฟฟ้า MRT ในการเดินทางมากขึ้น การพัฒนาบัตรโดยสารรูปแบบใหม่ให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับเทคโนโลยีและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้บัตร รวมถึงสามารถใช้บัตรร่วมกับรถไฟฟ้า MRT สายสีม่วง การประสานความร่วมมือกับสถาบันการเงินในการออกบัตรร่วมธุรกิจที่สามารถใช้ทำธุรกรรมทางการเงินและเดินทางในระบบรถไฟฟ้า MRT ได้แก่ ความร่วมมือกับธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ในการทำบัตรแก่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ รวมถึงสถาบันหรือหน่วยงานอื่นๆ เป็นต้น

(2) กลยุทธ์ด้านราคา

บริษัทจัดเก็บค่าโดยสารตามระยะทางการเดินทาง (Distance Related Fare) เพื่อทำให้เกิดความยุติธรรมต่อผู้โดยสารในการเดินทางในระยะทางที่ต่างกัน พร้อมส่วนลดแก่กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มเด็ก/ผู้สูงอายุ รวมทั้งคำนึงถึงอัตราค่าโดยสารของระบบขนส่งมวลชนประเภทอื่น โดยการเก็บค่าโดยสารดังกล่าว บริษัทจะปรับอัตราค่าโดยสารตามที่กำหนดไว้ในสัญญาสัมปทาน

(3) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

บริษัทได้แบ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มต่างๆ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการขายให้เกิดประสิทธิภาพครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายโดยรวม ทั้งนี้ บริษัทได้วางแผนการส่งเสริมการขายและแผนการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- สนับสนุนและประชาสัมพันธ์พื้นที่จอดแล้วจร (Park and Ride) เพื่อกระตุ้นให้นำรถยนต์ส่วนตัวเข้าไปจอดในจุดที่ให้บริการ เพื่อเดินทางเข้าไปในเขตธุรกิจ (Business District) เช่น ถนนสุขุมวิท ถนนสีลม ถนนรัชดาภิเษก ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการจราจรติดขัดได้อีกช่องทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญในการช่วยลดปัญหาภาวะโลกร้อน
- การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (Credit Card) เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสาร และจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับบริษัท และธนาคารชั้นนำ ได้แก่ AIS KTC Citibank UOB ธนาคารกรุงศรี ธนาคารกสิกรไทย เมืองไทยประกันชีวิต FWD ประกันชีวิต ในการมอบส่วนลด และเครดิตเงินคืน รวมถึงการแลกคะแนนสะสมของบัตรเครดิต เพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการ และเสนอสิทธิประโยชน์ในการใช้บัตรโดยสาร โดยมุ่งเน้นการกระตุ้นให้ผู้โดยสารเปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้เหรียญโดยสารเป็นการใช้บัตรโดยสารให้มากขึ้น ซึ่งลูกค้าจะได้รับความสะดวกรวดเร็วพร้อมสิทธิประโยชน์ต่างๆ

- การเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการหรือเพิ่มจำนวนเที่ยวเดินทางในระบบ ผ่านการให้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมรอบเส้นทางรถไฟฟ้า MRT และการนำเสนอบัตรโดยสารประเภทต่างๆ แก่หน่วยงาน องค์กร อาคารสำนักงาน หรือโรงแรม ทั้งที่อยู่ในและนอกเส้นทาง โดยสามารถทำหน้าบัตรที่เป็นสัญลักษณ์ขององค์กรหรือกิจกรรมสำคัญ เป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระจายของบัตรโดยสารถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นผู้ใช้บริการเดิมและกลุ่มผู้โดยสารที่ยังไม่เคยใช้บริการมาก่อนให้เกิดการทดลองใช้
- การสร้างและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management - CRM) โดยการบริหารจัดการระบบข้อมูลลูกค้า และสร้างเครือข่ายให้เป็นไปตามกระบวนการ CRM ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการตลาดเพื่อสร้างความภักดีและการรักษาลูกค้า (Loyalty Marketing) โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยใช้กลยุทธ์การสร้าง Community ภายใต้ MRT Club เชื่อมโยงความสัมพันธ์ โดยใช้ช่องทาง Social Network และการสื่อสารผ่านสื่อภายในสถานี MRT ในการจัดกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรแบบ Win-Win Strategy ในการสร้างสมาชิก MRT Club เช่น การจัดชมภาพยนตร์รอบพิเศษร่วมกับ Major Cineplex Group การลงทะเบียนเพื่อลุ้นรับบัตรคอนเสิร์ตจาก BEC-TERO เป็นต้น
- การสร้างความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) และสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์การตอบแทนลูกค้าและสังคม เป็นการปลูกฝังทัศนคติให้แก่เยาวชนกลุ่มเป้าหมายและผู้ใช้บริการ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) อย่างต่อเนื่อง อาทิ การสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรเพื่อจัดหาสิทธิประโยชน์ให้แก่ผู้ถือบัตรโดยสารในการรับส่วนลดร้านค้า ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์ หรืองานอีเวนท์ต่างๆ รอบเส้นทางรถไฟฟ้า MRT

(4) กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด

- การเลือกใช้ช่องทางสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของแต่ละกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยการบริหารจัดการพื้นที่และช่องทางภายในระบบรถไฟฟ้า MRT อาทิ บ้ายประชาสัมพันธ์ภายในสถานี (Stande) สื่อบนจอเครื่องจำหน่ายเหรียญโดยสาร สื่อ Event Calendar บนจอมอนิเตอร์ สื่อ Digital สื่อ Social Network รวมถึงสื่อภายนอกจากพันธมิตร เพื่อให้ข้อมูลการเดินทางในระบบแก่ผู้ใช้บริการ อีกทั้งบริษัทยังมุ่งเน้นการพัฒนา Mobile Application ภายใต้ Bangkok MRT Application เพื่อรองรับการวางแผนการเดินทางของผู้โดยสาร
- เน้นการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยการออกบูธประชาสัมพันธ์ การทำกิจกรรมเพื่อแนะนำการใช้บัตร การนำบัตรรูปแบบเก่ามาเปลี่ยนเป็นบัตรรูปแบบใหม่ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ โดยตอกย้ำถึงความตรงเวลา สะดวก รวดเร็วในการเดินทางและมีเวลาเพื่อการใช้ชีวิตร่วมกับครอบครัวมากขึ้นจากการใช้บริการ สามารถกำหนดเวลาการเดินทางที่แน่นอนได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ข้อมูลด้านการบริการและสิทธิประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการ

- การสื่อสารเพื่อสร้างจุดหมายการเดินทาง (Create Destination) เป็นการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการเดินทางรอบเส้นทางด้วยรถไฟฟ้า MRT อย่างต่อเนื่อง การจัดทำปฏิทินกิจกรรม (Event Calendar) แผนที่แสดงเส้นทางและสถานที่ต่างๆ อาทิ อาคารสำนักงาน สถานศึกษา โรงแรม ศูนย์การค้า สถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่สำคัญอื่นๆ การเชื่อมต่อไปยังระบบขนส่งประเภทอื่นๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็วผ่านทาง website และ mobile application
- การสร้างความมั่นใจในการเดินทางด้วยการประชาสัมพันธ์เรื่องความปลอดภัย (Safety) ให้กับประชาชน ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อมวลชนต่างๆ อีกทั้งจัดกิจกรรมด้านความปลอดภัยในสถานที่ต่างๆ เช่น สถานศึกษา อาคารสำนักงาน เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้และความเข้าใจในระบบความปลอดภัยของรถไฟฟ้า MRT เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ

(5) กลยุทธ์ด้านการพัฒนา

บริษัทมีกลยุทธ์ในการพัฒนาคุณภาพและบริการอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง และไม่หยุดนิ่ง เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจสูงสุดทั้งในด้านความสะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้มีผู้มาใช้บริการรถไฟฟ้า MRT ในจำนวนเพิ่มขึ้น ปัจจุบันบริษัทร่วมมือกับสถาบันการเงินที่จะทำให้สามารถถือบัตรหนึ่งใบที่สามารถทำธุรกรรมต่างๆ ได้หลากหลาย

(6) กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้วยการเพิ่มจุดออกตั๋วโดยสาร (Sales Outlet) นอกเหนือจากการออกตั๋วโดยสารได้ที่เครื่องออกเหรียญโดยสารอัตโนมัติและที่ห้องออกบัตรโดยสารของสถานี เช่น การจัดการขายตรง (Direct Sales) ให้กับหน่วยงานต่างๆ เช่น องค์กร ธนาคาร สถานศึกษา โรงแรม บริษัทเอกชน เป็นต้น ในการจัดทำหน้าบัตรพิเศษให้กับองค์กร/สถาบัน สามารถนำบัตรโดยสารไปใช้ได้โอกาสต่างๆ เช่น มอบให้พนักงานเพื่อสร้างขวัญกำลังใจ มอบให้ลูกค้าเพื่อแสดงความขอบคุณ หรือแม้แต่การสร้างแบรนด์และใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้บัตรโดยสารรถไฟฟ้า MRT เป็นมากกว่าบัตรโดยสาร

2.2.3.3 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ระบบขนส่งมวลชนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงขนาดใหญ่ที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น และมีระบบขนส่งหลายรูปแบบ อาทิ รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทาง รถตู้โดยสาร รถไฟฟ้า รถไฟไม่โครบัส รถแท็กซี่ ซึ่งกรุงเทพฯ ประสบปัญหาด้านการจราจรเป็นอย่างมาก อันเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรในชุมชนเมือง และความต้องการในการเดินทางของประชาชนที่สูงมากขึ้น พื้นที่การจราจรจึงไม่สามารถรองรับได้อย่างเพียงพอ ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาหลักที่เกิดขึ้นไม่แตกต่างกับเมืองหลวงทั่วโลกที่มีความหนาแน่นของประชากรสูง รัฐบาลจึงมีนโยบายมุ่งเน้นการพัฒนาโครงข่ายทางด้านการขนส่งสาธารณะต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาการจราจร เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรและการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ

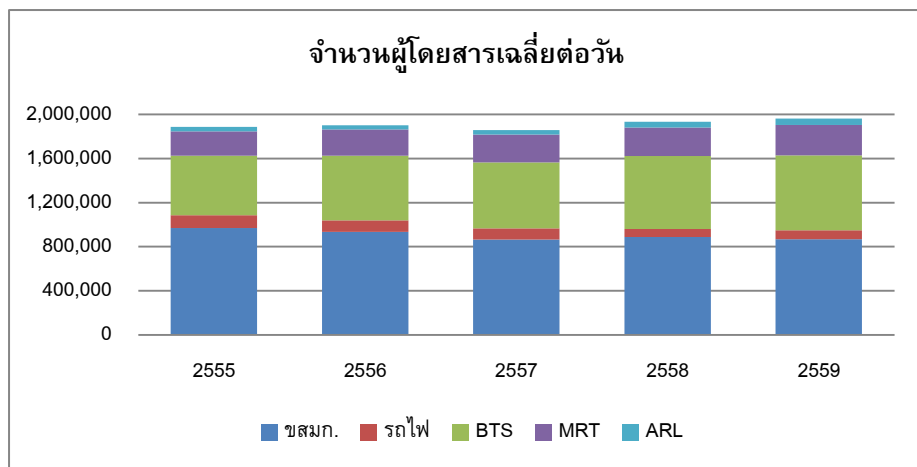
ทั้งนี้ การเดินทางของประชาชนกรุงเทพฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระบบ คือ ระบบขนส่งส่วนบุคคลและระบบขนส่งสาธารณะ

(1) ระบบขนส่งส่วนบุคคล

โครงสร้างที่อยู่อาศัยของประชากรในกรุงเทพฯ และเขตปริมณฑลที่มีการกระจายโดยรอบ การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวจึงได้รับความนิยม อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของบุคคลที่มีรายได้สูง หรือชนชั้นกลาง ผสมกับความไม่เพียงพอของระบบขนส่งมวลชน และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางเมื่อเทียบกับการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ตลอดจนคุณภาพการให้บริการ และความปลอดภัย ส่งผลให้การใช้รถยนต์ยังเป็นสิ่งที่จำเป็นและสะดวกสบายต่อการเดินทาง ทั้งนี้ การขยายตัวของพื้นที่การจราจรในเขตกรุงเทพฯ ยังเป็นไปอย่างจำกัด และไม่เพียงพอต่อการรองรับปริมาณรถยนต์

(2) ระบบขนส่งสาธารณะ

ปัญหาการจราจรที่ติดขัดโดยเฉพาะในชั่วโมงเร่งด่วน และการเติบโตของโครงการอสังหาริมทรัพย์รายรอบเส้นทาง ส่งผลให้ความต้องการของผู้บริโภคต่อระบบขนส่งมวลชนสาธารณะบางประเภทเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบรถไฟฟ้า ซึ่งมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัยและการเดินทางของประชาชนในเขตเมือง ที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกและความรวดเร็วในการเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญ



แหล่งที่มา : กระทรวงคมนาคม บริษัท รถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) และการรถไฟแห่งประเทศไทย

● รถโดยสารประจำทาง

ปัจจุบันมีรถโดยสารประจำทางหลากหลายรูปแบบให้บริการประชาชน โดยมีอัตราค่าบริการที่แตกต่างกันเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ผู้โดยสาร แต่รถโดยสารประจำทางที่ให้บริการประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการให้บริการ สาเหตุอยู่ในช่วงการนำรถโดยสารบางส่วนมาปรับปรุงและการปฏิรูประเบียบเส้นทางเดินรถใหม่ โดยแม้ว่าจะยังมีรถตู้โดยสารประจำทางให้บริการอีกมากกว่า 5,000 คัน ซึ่งเป็นอีกทางเลือกที่ได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทาง แต่จากปัญหาการจราจรโดยรวมบนถนนที่ยังมีความแออัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาเร่งด่วนระหว่างเวลาในช่วงเช้า 6:30-8:30 น. และช่วงเย็น 16:30-18:30 น. การเดินทางจึงไม่มีประสิทธิภาพและใช้เวลามาก ทั้งยังได้รับผลกระทบจากปัญหาความปลอดภัยในการให้บริการและมลพิษจากระบบไอเสียของรถยนต์

- รถไฟ

ในช่วงที่ผ่านมา การรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) ได้เปิดให้บริการรถไฟในกรุงเทพฯ ในอัตราค่าโดยสารต่ำเป็นพิเศษและเดินทางฟรีในบางขบวน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีรายได้น้อยในการเดินทางจากรอบนอกกรุงเทพฯ สู่ตัวเมือง ตามนโยบายของภาครัฐ และเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2560 รฟท.ได้ทำการยกเลิกตั๋วรถไฟฟรีทุกขบวนทั่วประเทศ โดยให้ผู้มีรายได้น้อยใช้จ่ายผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐแทน ซึ่งผู้ถือบัตรสามารถใช้บริการรถเมล์ รถโดยสารของบริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) และรถไฟ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในวงเงินไม่เกิน 500 บาทต่อระบบต่อเดือน แต่ทั้งนี้การให้บริการด้วยระบบรถไฟยังขาดความสะดวกสบาย และความปลอดภัยเนื่องจากสภาพรถไฟที่ไม่เอื้ออำนวยและไม่มีระบบปรับอากาศ อีกทั้งเป็นการขนส่งในทิศทางที่จำกัดไม่ครอบคลุมทั้งตัวเมือง ดังนั้น รฟท. จึงได้จัดสรรงบประมาณสำหรับลงทุนพัฒนาระบบรางในโครงการรถไฟทางคู่หลากหลายเส้นทาง และโครงการจัดหา รถโดยสารรุ่นใหม่เพื่อให้บริการจำนวน 115 คัน เพื่อพัฒนาระบบรางรถไฟไทยตาม แผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งของไทย ทั้งนี้ การให้บริการรถไฟของ รฟท. ไม่ถือเป็นคู่แข่งของบริษัทโดยตรง เนื่องจากเส้นทางการให้บริการที่มีความแตกต่างกัน โดย รฟท. จะเน้นการให้บริการนอกเมืองเป็นหลัก

- รถไฟฟ้า BTS

รถไฟฟ้า BTS เป็นรถไฟฟ้าสายแรกของประเทศไทยที่วิ่งบนรางคู่ยกระดับแยกทิศทางไปและกลับ โดยเริ่มเปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2542 ใน 2 เส้นทาง คือ สายสุขุมวิทและสายสีลม ปัจจุบันระบบรถไฟฟ้า BTS มีระยะทางในการให้บริการรวม 37.9 กิโลเมตร และจำนวนสถานีทั้งสิ้น 35 สถานี โดยในปี 2560 รถไฟฟ้า BTS มีจำนวนผู้โดยสารเฉลี่ยต่อวันประมาณ 660,700 เที่ยว ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 2 การเดินทางโดยรถไฟฟ้าจึงเป็นทางเลือกที่สะดวกแก่ผู้เดินทาง อีกทั้งรถไฟฟ้า BTS เป็นรถไฟฟ้าที่มุ่งสู่ใจกลางของเมือง มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกรอบเส้นทาง และการเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้า MRT จึงได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นอย่างมาก และเป็นปัจจัยให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น

- รถไฟฟ้า ARL

รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi Airport Rail Link, Airport Link) หรือแอร์พอร์ตเรลลิงก์ หรือแอร์พอร์ตลิงก์ เป็นโครงการระบบขนส่งมวลชนแบบพิเศษที่เป็นส่วนหนึ่งในโครงการก่อสร้างเส้นทางรถไฟฟ้าในระบบรถไฟฟ้าชานเมือง ดำเนินการก่อสร้างโดยการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) โดยรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นระบบรถไฟฟ้าที่มีทั้งโครงสร้างใต้ดินและยกระดับ มีแนวเส้นทางที่รองรับการเดินทางจากชานเมืองด้านตะวันออกและทิศเหนือ และผู้โดยสารจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เข้าสู่เขตใจกลางกรุงเทพฯ ที่สถานีพญาไท รวมทั้งสิ้น 8 สถานี ระยะทาง 28.6 กิโลเมตร เริ่มเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2553 ซึ่งการให้บริการในปัจจุบันได้มีแผนในการพัฒนาปรับปรุงและเพิ่มความจุที่นั่งในขบวนรถไฟฟ้า รวมถึงการจัดซื้อขบวนรถใหม่ตลอดจนแผนในการลดระยะเวลาการรถไฟฟ้า เหลือ 10 นาทีต่อขบวน จาก 12 นาทีต่อขบวน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยในปี 2560 มีผู้โดยสารเฉลี่ยต่อวันโดยประมาณ 70,000 คนต่อวัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 10 จากการเติบโตของจำนวนผู้ใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ

ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการเดินทางของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล การปรับตัวจากการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลมาใช้ในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะบ่งบอกได้ถึงการพัฒนาทั้งในด้านของความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และการให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ในการเดินทางให้สามารถเดินทางเชื่อมโยงเป็นโครงข่ายเดียวกันได้ในปัจจุบัน ซึ่งจากปัญหาทางจราจรที่ติดขัด และการต้องเผชิญหน้ากับมลภาวะทางอากาศและเสียง และความน่าจะเป็นในการเกิดอุบัติเหตุ ระบบขนส่งทางรางจึงถือเป็นการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนภายในกรุงเทพฯ และปริมณฑลครั้งสำคัญ ซึ่งจะช่วยให้ปัญหาการจราจรบรรเทาลง และประชาชนผู้ใช้บริการมีความปลอดภัย สะดวก และรวดเร็ว มากยิ่งขึ้นในการเดินทางและยังส่งผลดีต่อทั้งเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นระบบรถไฟฟ้าจึงเป็นรูปแบบการเดินทางซึ่งช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนเมือง และช่วยประหยัดการใช้ทรัพยากรของชาติ

ภาวะอุตสาหกรรมและนโยบายภาครัฐ

ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2560 ขยายตัวประมาณร้อยละ 3.9 ปรับตัวดีขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 3.2 ในปีก่อนหน้า และคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 4.1 ในปี 2561 โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญจากการเร่งการใช้จ่ายและการลงทุนของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง การขยายตัวเร่งขึ้นของการส่งออกสินค้าและบริการ และการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการบริโภคภาคเอกชน (ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

ในด้านของแผนงานยุทธศาสตร์ที่สำคัญเพื่อพัฒนาระบบคมนาคม โดยเฉพาะโครงการลงทุนในระบบรถไฟฟ้า เพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาครัฐได้ให้ความสำคัญและได้เร่งดำเนินการให้สามารถเปิดการประมูลได้อย่างเร็วที่สุด โดยได้จัดตั้งโครงการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน (พีพีพี) และให้มีการจัดตั้งคณะทำงานพีพีพี ฟาสต์แทร็ก (PPP Fast Track) ที่มุ่งเน้นไปที่โครงการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน ตามแผนยุทธศาสตร์การให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐปี 2558 - 2562 โดยมีโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ในด้านคมนาคมที่ได้เข้าร่วมโครงการในระยะแรกไปแล้ว ทั้งหมด 5 โครงการ มูลค่าลงทุน 3.4 แสนล้านบาท ซึ่งโครงการรถไฟฟ้าที่ได้เข้าโครงการพีพีพี ฟาสต์แทร็ก มีทั้งสิ้น 3 โครงการ คือ โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย โครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู และโครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง ซึ่งทั้ง 3 โครงการนี้สามารถดำเนินการผ่านกระบวนการขั้นตอนอนุมัติต่างๆ จนสำเร็จได้ในระยะเวลาเพียง 9 เดือน

จากผลสำเร็จของโครงการพีพีพี ฟาสต์แทร็ก (PPP Fast Track) ในระยะแรก กระทรวงคมนาคมจึงได้เร่งรัดโครงการให้เข้าสู่พีพีพี ฟาสต์แทร็ก ในระยะที่สอง ของปีงบประมาณ 2561 อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะมีโครงการเข้าร่วมทั้งสิ้น 6 โครงการ มูลค่ากว่า 6.13 แสนล้านบาท โดยโครงการด้านคมนาคมที่มีความเร่งด่วนและเร่งรัดให้ดำเนินการ คือ โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงกรุงเทพ-ระยอง (เชื่อมต่อ 3 สนามบิน ดอนเมือง-สุวรรณภูมิ-อู่ตะเภา) โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วงใต้ และโครงการรถไฟฟ้าสายสีส้ม ทั้งนี้บทบาทของภาครัฐในการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการใช้จ่ายและการลงทุน ถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่จะส่งผลต่อภาวะเศรษฐกิจในอนาคต การให้ความสำคัญในการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะด้านการคมนาคมขนส่งจะช่วยให้เกิดความสะดวกในการเดินทางและขนถ่ายสินค้า ซึ่งเป็นจุดสร้างแรงดึงดูดให้เกิดการลงทุนจากภาคเอกชนทั้งจากชาวไทยและต่างชาติ และเป็นการสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายรอบเส้นทางรถไฟฟ้า

จากสถานะทางเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2560 ส่งผลให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ฟื้นตัวขึ้นด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะตลาดอสังหาริมทรัพย์รายรอบเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าที่เป็นที่ต้องการมากขึ้น เห็นได้จากการเปิดตัวคอนโดมิเนียมแห่งใหม่ในหลากหลายโครงการ โดยเฉพาะบริเวณรายรอบโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย (ช่วงหัวลำโพง-บางแค และบางซื่อ-ท่าพระ)ที่กำลังเป็นที่นิยมของนักลงทุน จากการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนให้เป็นโครงข่ายที่ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการเร่งพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบต่างๆ เช่น คอนโดมิเนียม อาคารสำนักงาน ศูนย์การค้า ตลาดนัด สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง โรงแรม อพาร์ทเมนต์ ร้านอาหาร และช้อปปิ้งเอร์มาร์เก็ต ให้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วตามไปด้วย

ความคืบหน้าของการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนตามนโยบายของภาครัฐ

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
สายสีแดงเข้ม (แนวเหนือ-ใต้) ระบบรถไฟฟ้าชานเมือง แบ่งเป็น 4 ระยะ รวมระยะทางประมาณ 80.5 กม. <u>ระยะที่ 1</u> บางซื่อ-ธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต <u>ระยะที่ 2</u> บางซื่อ-หัวลำโพง <u>ระยะที่ 3</u> หัวลำโพง-บางบอน <u>ระยะที่ 4</u> บางบอน-มหาชัย	บางซื่อ-รังสิต ระยะทาง 26 กม. - รฟท. อยู่ระหว่างขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้ <u>สัญญาที่ 1</u> งานโยธาสำหรับสถานีบางซื่อและศูนย์ซ่อมบำรุง รฟท. ได้มีการลงนามสัญญาว่าจ้างกิจการร่วมค้า SU (บมจ.ซิโนไทย-เอ็นจีเนียริ่งแอนด์คอนสตรัคชั่น และ บมจ.ยูนิค เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น) เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2556 ณ เดือนธันวาคม 2560 ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 63.92 <u>สัญญาที่ 2</u> งานโยธา บางซื่อ-รังสิต รฟท. ได้มีการลงนามสัญญาว่าจ้าง บมจ. อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเม้นท์ เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2556 ณ เดือนธันวาคม 2560 ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 94.65 <u>สัญญาที่ 3</u> งานระบบรถไฟฟ้าและเครื่องกลรวมงานจัดซื้อรถไฟฟ้า ณ เดือนธันวาคม 2560 ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 19.57 - เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2560 คณะกรรมการ รฟท. ได้เห็นชอบโครงการรถไฟฟ้าชานเมืองส่วนต่อขยายช่วงรังสิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
สายสีแดงอ่อน (แนวตะวันตก-ตะวันออก) ระบบรถไฟฟ้าในเมืองของ รฟท. ช่วงบางซื่อ-ตลิ่งชัน, ตลิ่งชัน-ศาลายา และ บางซื่อ-มักกะสัน-หัวหมาก รวมระยะทางประมาณ 48 ก.ม.	บางซื่อ-ตลิ่งชัน ระยะทาง 15 ก.ม. - รฟท. ได้ว่าจ้างกิจการร่วมค้า Unique-Chun Wo เป็นผู้ดำเนินการก่อสร้าง โดยงานก่อสร้างแล้วเสร็จ 100% - ทดลองเดินรถระหว่าง 8 กันยายน ถึง 30 พฤศจิกายน 2555 วันละ 4 เที่ยว (ไป-กลับ) ด้วยรถดีเซลราง เพื่อตรวจสอบสภาพทางและระบบที่เกี่ยวข้องกับการเดินรถ - เปิดให้บริการเดินรถเป็นการชั่วคราว ตั้งแต่วันที่ 5 ธันวาคม 2555 บางซื่อ-พญาไท-มักกะสัน-หัวหมาก ระยะทาง 19 ก.ม. - 21 ตุลาคม 2557 ครม. มีมติอนุมัติให้จัดทำโครงการ โดยคาดว่าจะเริ่มดำเนินการประมูลหาผู้รับเหมาก่อสร้างในปี 2560 ตลิ่งชัน-ศาลายา ระยะทาง 14.8 ก.ม. - เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2560 คณะกรรมการ รฟท. ได้เห็นชอบโครงการรถไฟฟ้าในเมืองสายสีแดงอ่อนส่วนต่อขยาย ตลิ่งชัน-ศาลายา โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2564 รฟท.อยู่ระหว่างปรับแบบรายละเอียดเพื่อให้สามารถดำเนินการและบริหารจัดการเดินรถเข้าสถานีหัวลำโพงได้
สายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย	บางซื่อ-ท่าพระ และหัวลำโพง-บางแค ระยะทาง 27 ก.ม. ความคืบหน้าในการก่อสร้างงานโยธาของผู้รับเหมาก่อสร้าง ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 97.52 (ณ เดือนธันวาคม 2560) - 2 ธันวาคม 2557 คณะกรรมการมาตรา 13 ขอให้ BMCL นำเสนอแผนงานด้านเทคนิค เพื่อให้การเดินทางมีความเชื่อมต่อและสร้างความสะดวกกับผู้ใช้โดยสารมากที่สุด - 11 พฤศจิกายน 2558 คณะกรรมการนโยบายการให้เอกชนร่วมลงทุนกับกิจการของรัฐ (PPP) มีมติให้โครงการเข้าสู่ PPP Fast Track ระยะแรก เพื่อเร่งรัดการดำเนินการ - 21 กรกฎาคม 2559 คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้มีคำสั่งที่ 42/2559 โดยใช้อำนาจหัวหน้า คสช. ตามมาตรา 44 เร่งรัดการเจรจาคัดเลือกเอกชนเข้ามารับบริหารการเดินรถไฟฟ้า - 28 มีนาคม 2560 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบผลการคัดเลือกเอกชน โดยบริษัทได้เข้าทำสัญญาสัมปทานโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน กับ รฟม. โดยบริษัทเป็นผู้ลงทุนงานระบบรถไฟฟ้าบริหารจัดการการเดินรถและซ่อมบำรุง - 11 สิงหาคม 2560 เปิดให้บริการโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย ช่วงสถานีเตาปูน-บางซื่อ ระยะทาง 1.2 ก.ม. บางแค-พุทธมณฑลสาย 4 (ระยะทาง 8 ก.ม.) อยู่ระหว่างการพิจารณาของสำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เตรียมนำเสนอให้ ครม. พิจารณากายในปี 2561

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
สายสีเขียวเข้ม	หมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ระยะทาง 18.4 ก.ม. - ความคืบหน้าในการก่อสร้างงานโยธาของผู้รับเหมาก่อสร้าง ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 53.31 (ณ เดือน ธันวาคม 2560) - รฟม. ได้ลงนามสัญญาก่อสร้างโยธา สัญญาที่ 1-4 เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2558 ดังนี้ <u>สัญญาที่ 1</u> (งานโยธา) ช่วงหมอชิต-สะพานใหม่ระยะทาง 12 ก.ม. โดย บมจ. อิตาเลียนไทย ดีเวล๊อปเมนต์ <u>สัญญาที่ 2</u> (งานโยธา) ช่วงสะพานใหม่-คูคต ระยะทาง 7.5 ก.ม. กลุ่มกิจการร่วมค้า UN-SH-CH (บมจ.ยูนิค เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น, Sinohydro Corporation, และ China Harbour Engineering) <u>สัญญาที่ 3</u> (งานก่อสร้างศูนย์ซ่อมบำรุงและอาคารจอดแล้วจร) กลุ่มกิจการร่วมค้า STEC-AS (บมจ.ซีโน-ไทย เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น, A. S. Associated Engineering (1964)) <u>สัญญาที่ 4</u> (งานออกแบบควบคุมการก่อสร้างระบบราง) กลุ่มกิจการร่วมค้า STEC-AS (บมจ.ซีโน-ไทย เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น, A.S.Associated Engineering (1964)) บางรี-สมุทรปราการ ระยะทาง 12.8 ก.ม. - ความคืบหน้าในการก่อสร้างงานโยธาของผู้รับเหมาก่อสร้าง ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จ 100% - เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2560 ได้เปิดให้บริการ 1 สถานี คือ สถานีสำโรง อยู่ในระหว่างเจรจากับ BTSC เป็นผู้รับจ้างเดินรถ เพื่อให้การเดินรถต่อเนื่อง คาดว่าจะเปิดให้บริการรถไฟฟ้าในปี 2563

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
สายสีส้ม	ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย-มีนบุรี ระยะทาง 20 ก.ม. 9 กุมภาพันธ์ 2560 ได้มีพิธีลงนามสัญญาก่อสร้างงานโยธาโครงการรถไฟฟ้าสายสีส้มระหว่าง รฟม. กับบริษัทผู้รับจ้างที่ผ่านการคัดเลือกด้านราคาในสัญญาที่ 1, 2, 3, 4, 5 และ 6 ดังนี้ <u>สัญญาที่ 1</u> (งานโยธา) ช่วงศูนย์วัฒนธรรมฯ-ชอยรามคำแหง 12 โดย CKST Joint-Venture (บมจ.ช.การช่าง บมจ.ซิโน-ไทย เอ็นจีเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น) <u>สัญญาที่ 2</u> (งานโยธา) ช่วงชอยรามคำแหง 12-หัวหมาก โดย CKST Joint-Venture (บมจ.ช.การช่าง, บมจ.ซิโน-ไทย เอ็นจีเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น) <u>สัญญาที่ 3</u> (งานโยธา) ช่วงหัวหมาก-คลองบ้านม้า โดย บมจ.อิตาเลียนไทย ดีเวลลอปเม้นท์ <u>สัญญาที่ 4</u> (งานโยธา) ช่วงสี่แยกบ้านม้า-สุวินทวงศ์ โดย บมจ.ยูนิค เอ็นจิเนียริ่งแอนด์ คอนสตรัคชั่น <u>สัญญาที่ 5</u> (งานโยธา) ศูนย์ซ่อมบำรุงและอาคารจอดแล้วจร บริเวณสำนักงาน รฟม. ถนนพระราม 9 โดย CKST Joint-Venture (บมจ. ช.การช่าง บมจ. ซิโน-ไทย เอ็นจีเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น) <u>สัญญาที่ 6</u> งานออกแบบและวางระบบรางทั้งหมด โดย บมจ.ยูนิค เอ็นจิเนียริ่งแอนด์ คอนสตรัคชั่น ความคืบหน้าในการก่อสร้างงานโยธาของผู้รับเหมาก่อสร้าง ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 4.66 ตลิ่งชัน-ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ระยะทาง 17.5 ก.ม. - อยู่ระหว่างการศึกษาในเรื่องของรูปแบบการลงทุนที่ให้เอกชนลงทุนก่อสร้างและเดินรถ คาดว่าจะได้ข้อสรุปและนำเสนอ ครม. เพื่อขออนุมัติโครงการภายในปี 2561
สายสีเหลือง	ลาดพร้าว-สำโรง ระยะทาง 30.4 ก.ม. 11 พฤศจิกายน 2558 คณะกรรมการนโยบายการให้เอกชนร่วมลงทุนกับกิจการของรัฐ (PPP) ได้มีมติอนุมัติโครงการเข้าสู่มาตรการ PPP Fast Track ระยะแรก เพื่อเร่งเข้า ครม. พิจารณา และเปิดประมูลภายในปี 2559 6 กรกฎาคม 2559 รฟม. ได้ทำการเปิดขายซองประกวดราคาโครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง โดยกำหนดยื่นซองประมูลวันที่ 7 พฤศจิกายน 2559 และเปิดซองประมูลวันที่ 17 พฤศจิกายน 2559 30 พฤษภาคม 2560 มติ ครม. เห็นชอบผลการคัดเลือกเอกชนและร่างสัญญาสัมปทานโครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง โดยร่วมมือกับกิจการร่วมค้าบีเอสอาร์ (บมจ.บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ บมจ. ผลิตไฟฟ้าราชบุรี โฮลดิ้ง และ บมจ. ซิโน-ไทย เอ็นจีเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น) 16 มิถุนายน 2560 รฟม. ได้ลงนามสัญญาสัมปทานร่วมกับกิจการร่วมค้า บีเอสอาร์

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
สายสีชมพู	แคราย-มีนบุรี ระยะทาง 34.5 กม. - 11 พฤศจิกายน 2558 คณะกรรมการนโยบายการให้เอกชนร่วมลงทุนกับกิจการของรัฐ (PPP) ได้มีมติอนุมัติโครงการเข้าสู่มาตรการ PPP Fast Track ระยะแรก เพื่อเร่งเข้า ครม.พิจารณาและเปิดประมูลภายในปี 2559 - 6 กรกฎาคม 2559 รฟม.ได้ทำการเปิดขายซองประกวดราคาโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู โดยกำหนดยื่นซองประมูลวันที่ 7 พฤศจิกายน 2559 และเปิดซองประมูลวันที่ 17 พฤศจิกายน 2559 - 30 พฤษภาคม 2560 มติ ครม. เห็นชอบผลการคัดเลือกเอกชนและร่างสัญญาสัมปทานโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู โดยร่วมมือกับกิจการร่วมค้าบีเอสอาร์ (บมจ. บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์, บมจ. ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง, และ บมจ. ชีโน-ไทย เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น) - 16 มิถุนายน 2560 รฟม. ได้ลงนามสัญญาสัมปทานร่วมกับกิจการร่วมค้าบีเอสอาร์
สายสีแดง (Airport link)	โครงการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิส่วนต่อขยาย ช่วงดอนเมือง-บางซื่อ-พญาไท ระยะทาง 21.8 กม. - 25 ธันวาคม 2558 ครม. ได้เห็นชอบราชกฤษฎีกากำหนดเวนคืนที่ดินท้องที่เขตราชเทวี แขวงทุ่งพญาไท และแขวงสามเสนใน เพื่อดำเนินโครงการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิส่วนต่อขยาย ช่วงดอนเมือง-บางซื่อ-พญาไท โดยเส้นทางดังกล่าวได้ผ่านการศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (EIA) แล้ว - รฟท.อยู่ระหว่างทบทวนความเหมาะสมของแบบและวิธีการก่อสร้างให้มีความเหมาะสมร่วมกับโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงเชื่อมต่อ 3 สนามบินแบบไร้รอยต่อ (ดอนเมือง-สุวรรณภูมิ-อู่ตะเภา)

แหล่งที่มา : www.railway.co.th, www.mrt-purpleline.com, www.bts.co.th, www.bkkmrt.com และจากการรวบรวมข้อมูลของบริษัท

2.2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.2.4.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนเป็นโครงการที่บริษัทได้รับสัมปทานจาก รฟม. ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งของภาครัฐที่ดำเนินงานภายใต้ “พระราชบัญญัติการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543” เพื่อทำหน้าที่ดำเนินกิจการรถไฟฟ้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมทั้งจังหวัดอื่นตามที่กำหนดให้เป็นระบบ ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ โดยมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม โดยบริษัทซึ่งมีความเชี่ยวชาญในด้านการขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า ได้ศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการและเข้ายื่นข้อเสนอการลงทุน เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่มีผลตอบแทนและเงื่อนไขที่เหมาะสมสำหรับโครงการสัมปทานที่ผ่านมาเป็นลักษณะสัมปทานสำหรับการลงทุน การจัดการระบบรถไฟฟ้า การให้บริการการเดินรถไฟฟ้า และซ่อมบำรุงรักษา โดยลักษณะโครงการสัมปทานภาครัฐเป็นผู้ลงทุนดำเนินงานโยธาทั้งหมด ได้แก่ สถานีรถไฟฟ้าและสิ่งอำนวยความสะดวก อุโมงค์ระบบระบายอากาศ และรางรถไฟฟ้า เป็นต้น ส่วนบริษัทจะลงทุนดำเนินงานระบบรถไฟฟ้า ได้แก่

ขบวนรถไฟฟ้า (Rolling Stock) ระบบอาณัติสัญญาณและควบคุมการเดินรถไฟฟ้า (Signaling) ระบบสื่อสารและระบบควบคุมและเก็บข้อมูล (Communications & SCADA) ระบบไฟฟ้ากำลัง (Power Supply) ระบบจัดเก็บค่าโดยสารอัตโนมัติ (Automatic Fare Collection) ระบบประตูกั้นชานชาลา (Platform Screen Door) อุปกรณ์ซ่อมบำรุงภายในและภายนอกศูนย์ซ่อมบำรุง (Depot Workshop Systems) เป็นต้น

โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล (สายสีน้ำเงิน) (สถานีหัวลำโพง-สถานีบางซื่อ)

บริษัทได้เข้าร่วมกิจการร่วมค้า ซีเคอีที เป็นผู้จัดการโครงการรถไฟฟ้า MRT (Project Manager) (ตั้งแต่สิงหาคม 2543 ถึงกรกฎาคม 2552) โดยทำหน้าที่ในการดำเนินงานด้านเทคนิค อันได้แก่ การกำกับดูแลการจัดซื้อ จัดหาอุปกรณ์งานระบบที่บริษัทสั่งซื้อจากผู้ผลิต ตลอดจนการติดต่อประสานงานกับผู้รับเหมาและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการติดตั้งอุปกรณ์งานระบบ โดยภายหลังจากสัญญาจ้างบริหารโครงการกับซีเคอีทีสิ้นสุดลง บริษัทสามารถบริหารจัดการโครงการรถไฟฟ้า MRT รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการได้เองอย่างมีประสิทธิภาพ ในส่วนของการจัดหาและซ่อมบำรุงอุปกรณ์งานระบบรถไฟฟ้า บริษัทว่าจ้างบริษัท Lincas และซีเมนส์ ให้เป็นบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์งานระบบ โดยมีหน้าที่ดำเนินการออกแบบ ผลิต จัดหา ติดตั้ง ทดสอบ และทดลองใช้งานอุปกรณ์งานระบบ และว่าจ้างซีเมนส์เป็นผู้รับเหมาซ่อมบำรุงอุปกรณ์งานระบบเป็นเวลา 10 ปี (กรกฎาคม 2547 ถึงกรกฎาคม 2557) และบริษัทได้ขยายระยะเวลาสัญญาออกไปอีก 10 ปี (สิ้นสุดกรกฎาคม 2567)

โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายฉลองรัชธรรม (สายสีม่วง) บางใหญ่-ราษฎร์บูรณะ ช่วงบางใหญ่-บางซื่อ (สถานีคลองบางไผ่-สถานีเตาปูน)

บริษัทได้ลงนามสัญญาสัมปทานโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง บางใหญ่-ราษฎร์บูรณะ ช่วงบางใหญ่-บางซื่อ (สถานีคลองบางไผ่-สถานีเตาปูน) กับ รฟม. ในรูปแบบ PPP Gross Cost โดยภาครัฐลงทุนโครงสร้างพื้นฐานทางโยธาทั้งหมด บริษัทลงทุนในงานระบบรถไฟฟ้าและขบวนรถไฟฟ้า ซึ่งภาครัฐจะทยอยชำระคืนค่าอุปกรณ์งานระบบให้กับบริษัทภายหลังจากการส่งมอบกรรมสิทธิ์ ทั้งนี้ บริษัทจะเป็นผู้ให้บริการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษาตามมาตรฐานการให้บริการที่กำหนดในเงื่อนไขสัญญา และภาครัฐมีสิทธิในการจัดเก็บรายได้ค่าโดยสาร และรายได้เชิงพาณิชย์จากการใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานทางโยธาและระบบรถไฟฟ้าทั้งหมด และจะจ่ายค่าจ้างบริหารการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษาให้กับบริษัท โดยมีระยะเวลาสัญญา 30 ปี แบ่งเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การออกแบบ จัดหา ติดตั้ง ทดสอบ การทำงานของอุปกรณ์งานระบบรถไฟฟ้า และระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการทดลองเดินรถไฟฟ้าให้มีความพร้อมอย่างสมบูรณ์เพื่อให้บริการแก่สาธารณะชนจนสามารถเริ่มการให้บริการการเดินรถไฟฟ้าได้ ซึ่งบริษัทได้ว่าจ้าง บมจ. ช.การช่าง เป็นผู้บริหารโครงการ สำหรับการดำเนินงานระยะที่ 1 ของสัญญาสัมปทาน บริษัท และ บมจ.ช.การช่าง ได้จ้างกลุ่มกิจการร่วมค้า มาร์বেনิ-โตชิบา (Marubeni-Toshiba Joint Venture) MTJV ในการจัดหารถไฟฟ้า อุปกรณ์การจ่ายไฟฟ้า ระบบอาณัติสัญญาณ ระบบควบคุม และระบบติดต่อสื่อสาร รวมทั้งการบริการซ่อมบำรุงเป็นระยะเวลา 10 ปี

2.2.4.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในส่วนของบริษัทบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า นั้น ได้ดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้มาตรฐาน ISO 14000 โดยได้มีการดำเนินการป้องกันและควบคุมมลภาวะ การลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ด้าน คือด้านสังคม (Society) ด้านเศรษฐกิจ (Economy) และด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) นอกจากนี้ยังได้รายงานผลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พลังงาน และด้านสิ่งแวดล้อม ตามแนวทางของพระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2550 กฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานหลักเกณฑ์ และวิธีการจัดการพลังงานในโรงงานควบคุมและอาคารควบคุม พ.ศ.2552 รวมถึงดำเนินงานตามคู่มือการจัดการพลังงานขององค์กร เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วย

การดำเนินงานด้านอนุรักษ์พลังงานและด้านสิ่งแวดล้อม ในส่วนบริษัทบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้าที่ผ่านมา บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายของภาครัฐ คือกฎหมายด้านอนุรักษ์พลังงาน และกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และนำมาตราฐานระบบการจัดการด้านพลังงาน (Energy management systems-Requirements with guidance for use) หรือ ISO 50001 รวมถึงระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามสากล (ISO 14001) มาใช้ตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการเดินรถควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมและรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง อันนำไปสู่การสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐาน ดังนี้

- ระบบการจัดการด้านคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9001:2015
- ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001:2015
- ระบบการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยตามมาตรฐาน OHSAS 18001:2007 และตามมาตรฐาน TIS 18001:2011
- ระบบการจัดการด้านความปลอดภัยจาก Lloyd's Register Rail

นอกจากนี้ บริษัทให้การใส่ใจดูแลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการให้บริการรถไฟฟ้า MRT เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนและชุมชนข้างเคียงเสมอมา ด้วยการดำเนินการติดตาม ป้องกัน และลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมตามแผนมาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและแผนการตรวจติดตามคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระยะเวลาการดำเนินงานของโครงการรถไฟฟ้า MRT (Environmental Impact Mitigation Measures and Monitoring Program-EMP) ที่เปิดให้บริการ ได้แก่ โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายฉลองรัชธรรม และโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย ช่วงบางซื่อ-เตาปูน พร้อมทั้งนำเสนอรายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการฯ ให้กับสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) พิจารณาละ 2 ครั้ง ซึ่งตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมในประเด็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ดังนี้

(1) คุณภาพอากาศ

ผลการตรวจวัดคุณภาพอากาศในบรรยากาศบริเวณพื้นที่รอบโครงการ พบว่า ปริมาณฝุ่นละอองรวมทั้งหมด (TSP) ปริมาณฝุ่นละอองขนาดเล็ก (PM10) และปริมาณก๊าซคาร์บอนมอนนอกไซด์ (CO) ปริมาณก๊าซไนโตรเจนไดออกไซด์ (NO₂) และปริมาณก๊าซไฮโดรคาร์บอนรวม (THC) มีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่มาตรฐานกำหนด

(2) คุณภาพอากาศภายในสถานีรถไฟฟ้าและขบวนรถไฟฟ้า

ผลการตรวจวัดคุณภาพอากาศภายในสถานีรถไฟฟ้าและขบวนรถไฟฟ้าทั้งในช่วงเวลาเร่งด่วนและช่วงเวลากลางคืน พบว่า ปริมาณแบคทีเรียและเชื้อรารวม อัตราการระคายอากาศ อุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์ อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานกำหนด

(3) ระดับเสียงทั่วไป

ผลการตรวจวัดระดับเสียงทั่วไป พบว่า มีระดับเสียงทั่วไปเฉลี่ยไม่เกิน 70 เดซิเบลเอ (dBA) โดยมีระดับเสียงสูงสุดไม่เกิน 115 dBA อยู่ในเกณฑ์ที่มาตรฐานกำหนด

(4) แสงสัมผัสเทียม

ผลการตรวจวัดความสัมผัสเทียม พบว่า มีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่มาตรฐานกำหนด

(5) คุณภาพน้ำทิ้ง

ผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้งในสถานีรถไฟฟ้า ศูนย์ซ่อมบำรุง และอาคารบริหาร พบว่า มีค่าอยู่ในเกณฑ์ตามมาตรฐานกำหนด และระบบบำบัดน้ำเสียสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามที่ออกแบบไว้

นอกจากการตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมแล้ว รถซ่อมบำรุงที่ใช้ภายในศูนย์ซ่อมบำรุงยังเป็นระบบเครื่องยนต์ที่เป็นไปตามมาตรฐาน EURO IV ซึ่งเป็นมาตรฐานการระบายมลพิษจากยานพาหนะ จึงมั่นใจได้ว่าการใช้งานรถซ่อมบำรุงและการบำรุงรักษาจะไม่ก่อให้เกิดมลพิษในระดับอันตราย

2.3 ธุรกิจพัฒนาเชิงพาณิชย์

2.3.1 ลักษณะบริการ

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบทางพิเศษ

สำหรับการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในเขตพื้นที่ระบบทางพิเศษ บริษัทและบริษัทย่อย คือ NECL ได้ให้บริษัทเอกชนและบุคคลเข้าพื้นที่เพื่อดำเนินการในเชิงพาณิชย์ ดังนี้

- **ติดตั้งป้ายรายงานสภาพจราจรและป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์**

อนุญาตให้บริษัทเอกชนติดตั้งป้ายรายงานสภาพจราจรบนสายทางหลักและบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์บริเวณต่างๆ เช่น หน้าด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ หน้าตู้เก็บค่าผ่านทางพิเศษ เสาต่อมือทางพิเศษ และกำแพงกันตกของทางพิเศษ เป็นต้น

- **ร้านค้าบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ**

อนุญาตให้บริษัทเอกชนและบุคคลทั่วไปเข้าพื้นที่ร้านค้าเพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้ทางพิเศษบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษประชาชน ด่านศรีนครินทร์ และด่านบางปะอิน

- **ดำเนินธุรกิจอื่นๆ**

อนุญาตให้บริษัทเอกชนใช้พื้นที่ในเขตทางพิเศษเพื่อติดตั้งระบบกระจายสัญญาณ 3G เป็นต้น

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า

ในส่วนของการรายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์จากโครงการรถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคล บริษัทเป็นผู้ดำเนินการและให้สิทธิแก่บริษัทย่อย คือ BMN เป็นผู้ดำเนินการ ดังนี้

- จัดหา และ/หรือจัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ

จัดหา และ/หรือ จัดทำป้ายหรือสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน 18 แห่ง และภายในขบวนรถไฟฟ้า 19 ขบวน (รถไฟฟ้า MRT) ประกอบด้วยสื่อโฆษณาหลากหลายรูปแบบและขนาด อาทิ กล้องไฟ สื่อสติ๊กเกอร์ ป้ายโฆษณา Platform Billboard สื่อโฆษณาผ่านระบบ Passenger Information Display System (PIDs) สื่อ Digital Media นอกจากนี้ สื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ได้ผ่านการพัฒนามาจนถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสาร ตลอดจนสร้างสีสันในการเดินทางและสภาพแวดล้อมที่สวยงามภายในสถานีรถไฟฟ้า MRT

- ให้เช่าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT

ให้เช่าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT จำนวน 11 สถานี ประกอบด้วย สถานีคลองเตย ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ สุขุมวิท เพชรบุรี พระราม 9 ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย รัชดาภิเษก ลาดพร้าว พหลโยธิน สวนจตุจักร กำแพงเพชร และพื้นที่ชั้นใต้ดินอาคารจอดรถแล้วจรที่สถานีลาดพร้าว ซึ่งคิดเป็นพื้นที่เช่าเชิงพาณิชย์รวมทั้งหมดประมาณ 19,490 ตารางเมตร (พื้นที่สำหรับร้านค้าปลีกและพื้นที่สำหรับส่งเสริมการขาย) ปัจจุบันเปิดดำเนินการไปแล้ว 8 สถานี ได้แก่ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร สถานีกำแพงเพชร สถานีพระราม 9 สถานีเพชรบุรี สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย และสถานีคลองเตย ซึ่งเปิดเป็นสำนักงานจัดทำหนังสือเดินทาง เพื่อให้บริการจัดทำหนังสือเดินทางแก่ประชาชนทั่วไป โดยร่วมมือกับกรมการกงสุลกระทรวงต่างประเทศ และเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2560 ได้พัฒนาพื้นที่ชั้นใต้ดินอาคารจอดรถแล้วจรที่สถานีลาดพร้าวร่วมกับกลุ่มเดอะมอลล์ เปิดให้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตระดับพรีเมียมภายใต้แบรนด์ “กูร์เมต์ มาร์เก็ต” (Gourmet Market) เพื่อตอบสนองชีวิตคนเมืองและอำนวยความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการในระบบรถไฟฟ้า MRT

- ให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม

ให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม โดยเฉพาะเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone Network) ทั้งในสถานีรถไฟฟ้าและในอุโมงค์เดินรถไฟฟ้า ระบบ Hi-Speed Internet และระบบ Wi-Fi ระบบสัญญาณโทรคมนาคมในสถานีรถไฟฟ้าและในอุโมงค์เดินรถไฟฟ้า ปัจจุบันได้มีการให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมบนคลื่นความถี่ 850, 900, 1800 และ 2100 MHz

2.3.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.3.2.1 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในโครงการรถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคล ประกอบด้วย การจัดหา และ/หรือ จัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ภายในสถานีและขบวนรถไฟฟ้า การให้เช่าพื้นที่ร้านค้า และการให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งมีลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกันตามประเภทการให้บริการ ดังนั้น การพัฒนาเชิงพาณิชย์ดังกล่าว สามารถแบ่งลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดังนี้

- จัดหา และ/หรือจัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ

การจัดหา และ/หรือจัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ เป็นรูปแบบของการสื่อสารข้อมูลจากเจ้าของสินค้าและบริการไปยังประชาชนผู้ใช้บริการซึ่งผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT กลุ่มหลักประกอบด้วย กลุ่มนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท ซึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ของระบบรถไฟฟ้า MRT นอกจากจะเป็นกลุ่มที่ใช้งบประมาณหลักเพื่อการประชาสัมพันธ์ในธุรกิจอุตสาหกรรมโฆษณา อาทิ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มสื่อสารโทรคมนาคม กลุ่มสถาบันการเงิน เป็นต้นแล้วยังประกอบไปด้วยกลุ่มที่ประกอบธุรกิจในแนวเส้นทางรถไฟฟ้า MRT อาทิ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มประกันภัยและประกันชีวิต กลุ่มอุตสาหกรรมก่อสร้าง เป็นต้น รวมถึงกลุ่มสินค้าที่อาศัยสถานที่ตั้งสำคัญของสถานีรถไฟฟ้า เช่น ใกล้ห้างสรรพสินค้า มหาวิทยาลัย ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง อาทิ กลุ่มภาพยนตร์ กลุ่มเสื้อผ้าและเครื่องประดับการท่องเที่ยว เป็นต้น

- ให้เข้าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกันในแต่ละสถานที่ที่เปิดให้บริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า กลุ่มลูกค้าผู้เข้าพื้นที่ในปัจจุบันจึงมีความหลากหลาย ตั้งแต่ผู้ประกอบการ SME ไปจนถึงกลุ่มสินค้า Brand หลักๆ และซูเปอร์มาร์เก็ตระดับพรีเมียมที่มีการขยายสาขาควบคู่ไปกับการเปิดให้บริการพื้นที่ร้านค้าในสถานีใหม่ นอกจากนี้ ยังได้ร่วมสนับสนุน และส่งเสริมการให้บริการของภาครัฐแก่ประชาชน เปิดศูนย์สำนักงานจัดทำหนังสือเดินทาง ซึ่งสามารถสนองตอบต่อ Life Style ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าได้เป็นอย่างดี

- ให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม

ลักษณะลูกค้าคือผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างๆ ดังนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือผู้ประกอบการที่มีใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างๆ ประกอบด้วย AIS, DTAC, TRUE MOVE, TOT, CAT เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันเป็นลูกค้าของบริษัททุกราย

ในส่วนของการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในระบบทางพิเศษจะเป็นการให้เอกชนและบุคคลเข้าพื้นที่เพื่อดำเนินกิจการต่างๆ ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนั้นๆ อาทิ บริษัทผู้ผลิตสื่อโฆษณา บริษัทผู้ให้บริการเกี่ยวกับระบบโทรคมนาคม สำหรับร้านค้ากลุ่มลูกค้าจะเป็นบุคคลทั่วไป

2.3.2.2 นโยบายและกลยุทธ์การตลาด

(1) กลยุทธ์ด้านบริการและผลิตภัณฑ์

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบทางพิเศษ

- จัดให้มีป้ายรายงานสภาพจราจรแบบแผนที่และข้อความ เพื่อให้ข้อมูลด้านการจราจรแก่ผู้ใช้ทางพิเศษ รวมทั้งจัดให้มีป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์บริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ บริเวณกำแพงกันตก บริเวณเสาตอม่อทางพิเศษ และบริเวณหน้าตู้เก็บค่าผ่านทางพิเศษ รวมจำนวนทั้งสิ้น 208 ป้าย
- จัดให้มีร้านค้าและห้องน้ำสาธารณะเพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้ทางพิเศษ บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษศรีรัชและอุดรธิดา จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษศรีนครินทร์ บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษประชาชื่นฝั่งขาเข้า บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษบางปะอินขาเข้า และบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษบางปะอินขาออก

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า

จัดให้มีบริการพัฒนาเชิงพาณิชย์เพื่อสร้างความสะดวกสบายและสีสันของการเดินทางให้แก่ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT รวมถึงประชาชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสถานีรถไฟฟ้า MRT ซึ่งการให้บริการพัฒนาเชิงพาณิชย์ดังกล่าวเป็นการเพิ่มรายได้ ได้แก่

- ร้านค้า (Retail Area) บนพื้นที่กว่า 25,000 ตารางเมตร (รวมพื้นที่ส่วนกลาง) มีร้านค้าและพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมเกือบ 500 ร้านค้า ภายใน 11 สถานีรถไฟฟ้า MRT ปัจจุบันเปิดบริการแล้ว 8 สถานี คือ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร สถานีกำแพงเพชร สถานีพระราม 9 สถานีคลองเตย สถานีเพชรบุรี และสถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย รวมถึงพื้นที่ชั้นใต้ดินอาคารจอดแล้วจรที่สถานีลาดพร้าว ที่เปิดให้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตภายใต้แบรนด์ กูร์เมต์ มาร์เก็ต (Gourmet Market)
- สื่อโฆษณาแบบป้ายนิ่ง (Static Media) ที่มีหลากหลายรูปแบบ ประเภทกล่องไฟ และสติ๊กเกอร์ติดตั้งอยู่บริเวณผนังทางเดินของสถานีรถไฟฟ้า MRT ตั้งแต่พื้นที่ทางเข้าออกสถานี จนถึงชั้นชานชาลา และพื้นที่อื่น อาทิ เสา พื้น เพดาน ลิฟต์โดยสาร เป็นต้น และภายในขบวนรถไฟฟ้า นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับเจ้าของสินค้าและบริการ หรือผู้แทนซื้อสื่อโฆษณา ออกแบบงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ของลูกค้าให้มีมิติและสร้างความน่าสนใจมากขึ้น อาทิ การใช้ 3D-4D การบูรณาการพื้นที่ที่ใกล้เคียงกันทำเป็น Big Campaign (Integrated Media) การใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นต้น ทำให้สื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้า MRT สามารถตอบโจทย์ของลูกค้าได้หลากหลายและทำให้เกิดการจดจำที่ดี
- สื่อโฆษณานบนห่วงมือจับ (Hand Grip) ภายในขบวนรถไฟฟ้า สีสันเก๋อี้พิกคอยที่ชั้นชานชาลา สีสันราวจับบันไดเลื่อน
- สื่อโฆษณาที่เคลื่อนไหวได้ (Dynamic Media) ประเภทจอดิจิทัล (Digital) ประกอบด้วยสื่อโฆษณานบนจอแสดงข้อมูลผู้โดยสาร (Passenger Information Displays: PIDs) ติดตั้งตั้งแต่พื้นที่ทางเข้าออกสถานีไปจนถึงชั้นชานชาลา และภายในขบวนรถไฟฟ้า รวม 607 จอ และสื่อ MRT-Digital ที่มีขนาดแตกต่างกันตามพื้นที่ของแต่ละสถานี และมีการติดตั้งภายในอุโมงค์รถไฟฟ้า รวม 112 ตำแหน่ง
- บริการสื่อสารโทรคมนาคม (Communication) โดยเฉพาะเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone Network) ทั้งในสถานีรถไฟฟ้า MRT และในอุโมงค์เดินรถไฟฟ้า ซึ่งสามารถรองรับการให้บริการระบบโครงข่ายสัญญาณโทรคมนาคมรูปแบบ 3G-4G ที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบัน บนคลื่นความถี่ 850, 900, 1800 และ 2100 MHz
- บริการเครื่องเบิกถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) เครื่องฝากเงินของธนาคารต่างๆ และเครื่องบริการอัตโนมัติอื่นๆ เช่น เครื่องเติมเงินมือถือของ AIS Kiosk, True Kiosk และเครื่องเติมเงินของบุญเติม เป็นต้น
- บุธแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์ขึ้นที่สถานีพระราม 9 บริเวณที่เชื่อมต่อกับศูนย์การค้า Central Plaza Grand Rama 9

(2) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การสร้างความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) และสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์การตอบสนองลูกค้า และสังคม เป็นการปลูกฝังทัศนคตินี้ให้แก่เยาวชนกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้บริการ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) อย่างต่อเนื่อง อาทิ ความร่วมมือกับพันธมิตรและบริษัท ผู้รับสิทธิในการพัฒนาเชิงพาณิชย์ (BMN) ในการจัดกิจกรรมและแนวการทำข้อสอบ GAT โดยคุณครูสมศรี ภายใต้กิจกรรม “MRT พาน้องพิชิต GAT” ตั้งแต่ปี 2552 การสนับสนุนการใช้พื้นที่และร้านค้าภายในศูนย์การค้า Metro Nine สถานีพระราม 9 กับนิตยสาร “ชีวจิต” ในการทำกิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกายแบบต่างๆ เช่น โยคะ รำกระบอง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรม “M Care สุขภาพดี ชีวีปลอดภัย” ให้ผู้โดยสารตรวจเช็คสุขภาพฟรีกับโรงพยาบาลและสถาบันชั้นนำ และกิจกรรม Share 2 Child สำหรับน้องๆ เยาวชน และโรงเรียนรายรอบเส้นทางรถไฟฟ้าของบริษัทมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังได้จัดกิจกรรมร่วมกับ BMN เพื่อจัดกิจกรรมต่างๆ เช่นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการศึกษาที่ศูนย์ซ่อมบำรุงรถไฟฟ้าสายสีม่วง เป็นต้น

(3) กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายมีลักษณะแตกต่างกันตามรูปแบบการให้บริการเชิงพาณิชย์ โดยหลักๆ ซึ่งใช้การผสมผสานในรูปแบบการนำเสนอขายผ่านพันธมิตรทางธุรกิจรวมกับการนำเสนอโดยตรงไปยังเจ้าของสินค้าและบริการ

2.3.2.3 ภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

การใช้งบประมาณการซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในปี 2560 ที่ผ่านมา พบว่ายังต่ำกว่าปีก่อนหน้าร้อยละ 6¹ เนื่องจากการลดลงของงบประมาณในสื่อหลักประเภทสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร และสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นผลกระทบมาจากกำลังซื้อที่ชะลอตัวลง ทั้งนี้สื่อที่ยังมีความแข็งแกร่งและสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องคือสื่อนอกบ้าน สื่อในห้าง (In-store) สื่อเคลื่อนที่ (Transit) และสื่อนอกบ้านที่มีการเติบโตสูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันกับปีที่ผ่านมา

โดยการเติบโตขึ้นของสื่อเคลื่อนที่ (Transit) ที่เติบโตถึงระดับ 10%¹ เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สะท้อนถึงพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมของคนในสังคมไทย การเปลี่ยนวิถีชีวิตจากการใช้เวลาพักผ่อนอาศัยภายในบ้านเริ่มน้อยลง แต่การใช้เวลาภายนอกบ้านกลับสูงมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้เวลาจำนวนมากไปกับการเดินทาง ซึ่งการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจปรับเปลี่ยนการใช้สื่อโฆษณาให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคที่นิยมใช้สื่อโฆษณาภายนอกบ้าน โดยเฉพาะสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน ทั้งนี้ในกลุ่มสื่อเคลื่อนที่ที่มีความแตกต่างกันในลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เส้นทาง และจำนวนผู้ใช้บริการ อาทิ สื่อรถไฟฟ้า MRT BTS สื่อสนามบิน และสื่อรถประจำทาง เป็นต้น ดังนั้นงบประมาณการซื้อสื่อในแต่ละประเภทจึงมีความแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของเจ้าของสินค้าและบริการ ปัจจุบันการใช้บริการระบบขนส่งมวลชนประเภทรถไฟฟ้ามีอัตราการเติบโตของผู้โดยสารอย่างต่อเนื่อง รวมถึงผู้โดยสารในระบบรถไฟฟ้า MRT ประกอบกับนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบรถไฟฟ้าของภาครัฐที่เปิดให้บริการระบบรถไฟฟ้าไปแล้ว คือรถไฟฟ้าสายสีม่วง อีกทั้งสายสีน้ำเงิน

ส่วนต่อขยายที่จะมาเชื่อมต่อกับเส้นทางปัจจุบันในอนาคต ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้า MRT มีจำนวนมากขึ้นตามไปด้วย และส่งผลเชิงบวกต่อการให้บริการสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในอนาคต

แหล่งที่มา : ¹ ผลสำรวจอุตสาหกรรมสื่อของ The Nielsen Company (US),LLC.

พื้นที่ให้เช่าและบริการ

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและแตกต่างกันตามแต่ละกลุ่มผู้บริโภคนั้น ผู้ค้าปลีกจำเป็นต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลาเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง โดยในปัจจุบันสังคมไทยเริ่มมีการพัฒนาเป็นสังคมเมืองอย่างต่อเนื่อง ความแออัดและปัญหาการจราจรติดขัดต่างเป็นผลให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายและความรวดเร็ว โดยนิยมซื้ออาหารสำเร็จรูป และซื้อสินค้าขนาดใหญ่บ่อยลง หันมาเพิ่มความถี่ในการซื้อให้มากขึ้นแทน ดังนั้นธุรกิจค้าปลีกจึงต้องปรับตัวและพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของประชาชน หรือสอดคล้องไปกับพฤติกรรมการเดินทางของคนในสังคมเมือง อย่างเช่นการให้บริการร้านค้าปลีกในสถานีรถไฟฟ้า หรือการให้บริการร้านค้าสะดวกซื้อริมเส้นทางถนน ในลักษณะ Grab and Go ที่มีความสะดวกรวดเร็วในการจับจ่ายของผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง และสามารถเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจค้าปลีกได้

นอกจากนี้ จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงหันมาสนใจช้อปปิ้งออนไลน์ (on-line shopping) ส่งผลถึงกลุ่มสินค้าและบริการบางประเภทที่จะลดอัตราการเข้าพื้นที่ลงได้ อย่างไรก็ตามพื้นที่ค้าปลีกภายในสถานีรถไฟฟ้า MRT ที่อยู่ใกล้กับศูนย์กลางธุรกิจ ห้างสรรพสินค้า และจุดเชื่อมต่อการเดินทางระบบขนส่งมวลชน ยังได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการทั้งขนาด SME และ Brand มีอัตราการเข้าพื้นที่มากกว่า 90% อาทิ พื้นที่ค้าปลีก สถานีสุขุมวิท พระราม 9 สวนจตุจักร เป็นต้น

2.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

2.3.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทและบริษัทย่อย (BMN) เป็นผู้ดำเนินการธุรกิจเชิงพาณิชย์ของโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินในการ 1) จัดหา และ/หรือจัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ 2) ให้เช่าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT และ 3) ให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม

สำหรับในส่วนช่องทางพิเศษนั้น บริษัทและบริษัทย่อย (NECL) ได้ให้เอกชนเช่าพื้นที่ในเขตทางพิเศษเพื่อติดตั้งป้ายรายงานสภาพจราจรและป้ายโฆษณาในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งให้เช่าพื้นที่ร้านค้าบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทาง และการดำเนินธุรกิจอื่นๆ อาทิ ใช้พื้นที่ในเขตทางพิเศษเพื่อติดตั้งระบบกระจายสัญญาณ 3G เป็นต้น

2.3.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้การใส่ใจดูแลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชั้นร้านค้าในระบบรถไฟฟ้าเช่นกัน เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนและชุมชน รายละเอียดปรากฏตามหัวข้อ 2.2.4.2

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

1. โครงการทางเชื่อมต่อทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ไปยังทางพิเศษศรีรัชด้านทิศเหนือ (มุ่งไปทางแจ้งวัฒนะ)

บริษัทได้ลงนามสัญญาแก้ไขเพิ่มเติมสัญญาสัมปทานโครงการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ (ฉบับที่ 2) กับ กทพ. เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2560 เพื่อการก่อสร้างทางเชื่อมต่อทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ไปยังทางพิเศษศรีรัชด้านทิศเหนือ โดยกำหนดระยะเวลาการก่อสร้าง 18 เดือน มูลค่าโครงการ 275 ล้านบาท มีรูปแบบเป็นทางเชื่อมยกระดับขนาด 1-2 ช่องจราจร มีจุดเริ่มต้นทางแยกออกจากพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ผังขาเข้าบริเวณต่างระดับบางซื่อบริเวณศูนย์ซ่อมบำรุงรถไฟฟ้าชานเมือง (EMU Depot) เลี้ยวซ้ายมุ่งหน้าไปทางทิศเหนือ และบรรจบกับทางพิเศษศรีรัชขาออกเมืองมุ่งหน้าแจ้งวัฒนะ ระยะทางประมาณ 360 เมตร โดยความคืบหน้าโครงการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 28.256 เป็นไปตามแผนงาน คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2561

2. โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย

บริษัทได้เข้าทำสัญญาสัมปทานโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย (ช่วงสถานีหัวลำโพง-สถานีหลักสอง และสถานีบางซื่อ-สถานีท่าพระ) กับ รฟม. เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2560 ระยะเวลา 33 ปี มูลค่าโครงการ 22,036 ล้านบาท ในรูปแบบ PPP Net Cost แบ่งการดำเนินงานช่วงการจัดหาและติดตั้งอุปกรณ์งานระบบเพื่อเปิดให้บริการออกเป็น 3 ช่วง โดยช่วงที่ 1 สถานีบางซื่อ-สถานีเตาปูน ได้เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2560 ช่วงที่ 2 สถานีหัวลำโพง-สถานีหลักสอง ภายในเดือนกันยายน 2562 ช่วงที่ 3 สถานีเตาปูน-สถานีท่าพระ ภายในเดือนมีนาคม 2563 โดยมีระยะทางทั้งสิ้น 27 กิโลเมตร และมีสถานีทั้งหมด 20 สถานี โดยบริษัทมีสิทธิในรายได้ค่าโดยสารและสิทธิในการพัฒนาเชิงพาณิชย์ตลอดอายุสัมปทาน