

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทและบริษัทย่อยเป็น 1) ผู้รับสัมปทานในการก่อสร้างและบริหารทางพิเศษ คือ ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนชั้นที่ 2) และทางพิเศษอุดรรัถยา (ทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ด) และกำลังอยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้างโครงการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร ซึ่งคาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการได้ภายในปี 2559 2) ผู้รับสัมปทานการให้บริการการเดินรถไฟฟ้าระบบขนส่งมวลชนโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน และโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง ซึ่งคาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการได้ภายในปี 2559 และ 3) ดำเนินธุรกิจพัฒนาเชิงพาณิชย์ภายใต้สัมปทานที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจุบัน บริษัทและบริษัทย่อย มีโครงสร้างรายได้ดังต่อไปนี้

	ดำเนินการโดย	ร้อยละการถือหุ้นของบริษัท	ข้อมูลทางการเงินรวมเสมือน					
			สำหรับรอบปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2558		สำหรับรอบปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2557		สำหรับรอบปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2556	
โครงสร้างรายได้รวม (เสมือนควบบริษัท)			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษ			8,815	67.3%	8,485	71.4%	8,040	58.1%
รายได้ค่าผ่านทาง	บริษัท		7,606	58.0%	7,352	61.9%	6,990	50.5%
รายได้ค่าผ่านทาง	บริษัทย่อย	99.99 ⁽¹⁾	1,209	9.2%	1,133	9.5%	1,050	7.6%
รายได้จากธุรกิจบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า			2,374	18.1%	2,248	18.9%	2,106	15.2%
รายได้ค่าโดยสาร	บริษัท		2,374	18.1%	2,248	18.9%	2,106	15.2%
รายได้จากธุรกิจพัฒนาเชิงพาณิชย์			549	4.2%	501	4.2%	451	3.3%
รายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์	บริษัท		81	0.6%	285	2.4%	256	1.8%
รายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์	บริษัทย่อย	65.19	468	3.6%	216	1.8%	195	1.4%
กำไรจากเงินลงทุน ⁽²⁾			1,298	9.9%	537	4.5%	309	2.2%
รายได้อื่น ⁽³⁾			69	0.5%	113	1.0%	2,944 ⁽⁴⁾	21.3%
รวมรายได้			13,105	100%	11,884	100%	13,850	100%

หมายเหตุ : (1) บริษัท (เดิมคือ BECL) ได้เข้าซื้อหุ้น NECL เพิ่มเติมในเดือนพฤศจิกายน 2558 ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทใน NECL เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 53.33 เป็นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน

(2) กำไรจากเงินลงทุนประกอบด้วย กำไรจากการขายเงินลงทุนใน BMCL TTW และ CKP

(3) รายได้อื่นประกอบด้วย ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการปรับมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุน และรายได้เงินชดเชยความเสียหายจากอุทกภัย

(4) รวมกำไรจากการปรับมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนจากการโอนเปลี่ยนประเภทเงินลงทุน จำนวน 2,808 ล้านบาท

2.1 ธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษ

2.1.1 ลักษณะบริการ

บริษัทและบริษัทย่อย คือ NECL เป็นผู้ก่อสร้างและบริหารทางพิเศษ ซึ่งได้แก่ ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนชั้นที่ 2) ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร และทางพิเศษอุดรรัถยา (ทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ด) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนชั้นที่ 2)

ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนชั้นที่ 2) เป็นโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่โครงการแรกในประเทศไทยที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและเอกชน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการจราจรที่คับคั่งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล เป็นโครงการในลักษณะ Build Transfer and Operate (BTO) คือ บริษัท (เดิมคือ BECL) เป็นผู้ลงทุนในการออกแบบก่อสร้างและบริหารทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนชั้นที่ 2) ซึ่งประกอบด้วยทางพิเศษ 4 ส่วน คือ ส่วนเอ (พระราม 9-รัชดาภิเษก) ส่วนบี (พญาไท-บางโคล่) ส่วนซี (รัชดาภิเษก-แจ้งวัฒนะ) และส่วนดี (พระราม 9-ศรีนครินทร์) ระยะทางทั้งสิ้น 38.5 กิโลเมตร ทั้งนี้ กรรมสิทธิ์ในสิ่งก่อสร้างถาวรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือใช้ประโยชน์ในทางพิเศษศรีรัชจะตกเป็นของ กทพ. โดย กทพ. ลงทุนก่อสร้างและบริหารทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนชั้นที่ 1) ระยะทาง 27.1 กิโลเมตร ซึ่งบริษัทรับมาซึ่งสิทธิ์ในการเข้าบริหารทางพิเศษศรีรัช และมีสิทธิ์ได้รับส่วนแบ่งรายได้จากค่าผ่านทางของทั้งทางพิเศษเฉลิมมหานคร และทางพิเศษศรีรัช ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ในสัญญาโครงการระบบทางด่วนชั้นที่ 2 ซึ่งมีระยะเวลาสัมปทาน 30 ปี นับจากวันที่ 1 มีนาคม 2533 และสัญญาเพื่อการต่อขยายโครงการระบบทางด่วนชั้นที่ 2 ส่วนดี ซึ่งมีระยะเวลาสัมปทาน 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 17 เมษายน 2540

2) ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร

บริษัทรับมาซึ่งสัญญาสัมปทานการลงทุนออกแบบก่อสร้างบริหารจัดการให้บริการ และบำรุงรักษาโครงการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร โดยมีหน้าที่ในการออกแบบและก่อสร้าง จัดหาและติดตั้งอุปกรณ์และระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีหน้าที่ในการบริหารจัดการให้บริการและบำรุงรักษาทางพิเศษรวมทั้งการเรียกเก็บค่าผ่านทาง เพื่อแลกเปลี่ยนกับสิทธิ์ในรายได้ค่าผ่านทางและรายได้อื่นๆ (ถ้ามี) โดยมีแนวเส้นทางเริ่มต้นที่ถนนกาญจนาภิเษก และเชื่อมต่อกับทางพิเศษศรีรัชบริเวณด้านเหนือของสถานีขนส่งหมอชิต 2 ระยะทาง 16.7 กิโลเมตร ทั้งนี้ บริษัทเป็นผู้รับภาระในการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด และแบ่งผลตอบแทนหรือให้ประโยชน์แก่ กทพ. ตามที่กำหนดไว้ในสัญญา ซึ่งมีระยะเวลาสัมปทาน 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2555 และระยะเวลาก่อสร้างไม่เกิน 48 เดือนนับจากวันดังกล่าว

3) ทางพิเศษอุดรรัถยา (ทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ด)

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

รายละเอียดของเครือข่ายที่เชื่อมโยงระบบทางพิเศษส่วนต่างๆ ดังนี้

ระบบทางพิเศษ	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ก่อสร้างและบริหารงานโดย
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. ทางยกระดับดอนเมือง
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 (โครงการอยู่ระหว่างการก่อสร้าง)	16.7	บริษัท
รวมระยะทางทั้งสิ้น	283.7	

2.1.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.1.2.1 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

(1) ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผู้ใช้ทางพิเศษเฉลิมมหานครและทางพิเศษศรีรัช คือ ผู้ใช้ทางที่มุ่งหวังความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทาง ต้องการร่นระยะทางในการเดินทางไปยังจุดหมาย รวมทั้งต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาการจราจรตามเส้นทางปกติที่การจราจรติดขัดในพื้นที่ของกรุงเทพและปริมณฑล โดยสามารถจำแนกลูกค้าซึ่งเป็นผู้ใช้ทางตามประเภทของรถที่ใช้ทางพิเศษ ได้แก่ ประเภทรถ 4 ล้อ รถ 6-10 ล้อ และรถมากกว่า 10 ล้อ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 97.90 ร้อยละ 1.85 และร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ทั้งนี้ปริมาณจราจรตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ที่ใช้ทางพิเศษสามารถจำแนกตามพื้นที่ได้ดังนี้

ระบบทางพิเศษ	ปริมาณจราจรเฉลี่ย (เที่ยว/วัน)	สัดส่วน %
1. ทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนขั้นที่ 1) ⁽¹⁾ (บางนา-ดินแดง-ดาวคะนอง)	375,087	21.96
2. ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนขั้นที่ 2) 2.1 ส่วนในเมือง (ประชาชื่น-พญาไท-บางโคล่-อโศก) 2.2 ส่วนนอกเมือง (ประชาชื่น-แจ้งวัฒนะ และอโศก-ศรีนครินทร์)	323,116 368,544	18.91 21.57
3. ทางพิเศษอุดรรัถยา (บางปะอิน-ปากเกร็ด)	75,078	4.40
4. ทางพิเศษฉลองรัช (รามอินทรา-อาจณรงค์ และ รามอินทรา-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร) ⁽¹⁾	200,578	11.74

ระบบทางพิเศษ	ปริมาณจราจรเฉลี่ย (เที่ยว/วัน)	สัดส่วน %
5. ทางพิเศษบูรพาวิถี (บางนา-ชลบุรี) ⁽¹⁾	139,775	8.18
6. ทางพิเศษกาญจนาภิเษก (บางพลี-สุขสวัสดิ์) ⁽¹⁾ และทางหลวงหมายเลข 37 (ช่วงสุขสวัสดิ์-บางขุนเทียน)	226,189	13.24
รวมปริมาณจราจรทั้งสิ้น	1,708,367	100.00

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ แหล่งข้อมูล กทพ.

เนื่องจากการให้บริการทางพิเศษจัดเป็นการให้บริการด้านสาธารณูปโภคต่อประชาชนผู้ใช้ทางที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการเดินทาง ซึ่งถือเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของระบบทางพิเศษ กลุ่มลูกค้าจึงมีการกระจายตัวตามจุดหมายการเดินทาง ที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน ดังนั้นรายได้ของระบบทางพิเศษจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นพิเศษแต่อย่างใด

2.1.2.2 นโยบายและกลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด

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

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

ในการนี้ เมื่อเดือนพฤษภาคม 2557 บริษัทได้เปิดให้บริการด่านอโศก 3 ส่วนต่อขยาย ซึ่งเป็นทางเชื่อมต่อทางพิเศษศรีรัช ส่วนดี (อโศก-ศรีนครินทร์) กับถนนจตุรทิศ ช่วง ค ทำให้ด่านอโศก 3 มีช่องเก็บค่าผ่านทางเพิ่มอีกจำนวน 4 ช่องทางโดยจะรับรถจากถนนจตุรทิศ ช่วง ค ทำให้สามารถบรรเทาปัญหาจราจรและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการถนนจตุรทิศที่เดินทางมาจากอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ถนนศรีอยุธยา ถนนราชปรารภ ถนนเพชรบุรี และถนนดินแดง ซึ่งมีปริมาณจราจรหนาแน่นในช่วงเร่งด่วน เพื่อเข้าสู่ทางพิเศษศรีรัช สามารถเดินทางต่อไปยังสนามบิสิเนสสุวรรณภูมิ มอเตอร์เวย์ หรือเดินทางต่อเนื่องสู่ทางพิเศษฉลองรัช เพื่อไปยังถนนลาดพร้าวและถนนรามอินทราได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

นอกจากนี้ในส่วนของ กทพ. ได้มีการปรับปรุงทางขึ้น-ลงทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนขั้นที่ 1) กับทางรถไฟสายเก่าบริเวณทางแยกต่างระดับอาจณรงค์ (อาจณรงค์ 3) เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ใช้ทางพิเศษที่เดินทางมาจากถนนทางรถไฟสายเก่าและถนนสรรพาวุธให้ได้รับความสะดวกมากขึ้น รวมทั้งช่วยบรรเทาปัญหาการจราจรในบริเวณใกล้เคียงได้เป็นอย่างดี ซึ่งด่านอาจณรงค์ 3 นี้ได้เปิดให้บริการเมื่อเดือนตุลาคม 2557

ในส่วนของกลยุทธ์ทางการตลาด บริษัทได้มีการดำเนินการ คือ

1) เส้นทางพิเศษและโครงการให้บริการ (Products)

1. การมีโครงการให้บริการทางพิเศษซึ่งตั้งอยู่บนทำเลที่ดี และเชื่อมต่อกับถนนหลักของเมืองทำให้สามารถตอบสนองความต้องการในการเดินทางของผู้ใช้ทางให้เดินทางไปยังจุดหมายได้ตรงตามต้องการ บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงคุณภาพของสายทาง และคุณภาพของการให้บริการที่ดี บริษัทได้ให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้า โดยได้นำมาปรับเป็นกลยุทธ์สำคัญเพื่อเสริมศักยภาพในการรองรับปริมาณจราจรที่หมุนเวียนในระบบให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น
2. การศึกษาความเหมาะสมเพื่อปรับปรุงทางขึ้น-ลงทางพิเศษเป็นอีกมาตรการที่บริษัทนำมาเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทางและรักษาระดับคุณภาพทางพิเศษในด้านความปลอดภัยเชิงวิศวกรรมให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง
3. บริษัทมีการติดตามสถิติปริมาณจราจรอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของบริการ Easy Pass ให้เหมาะสมเพื่อปรับปรุงการให้บริการและรองรับจำนวนผู้ใช้ทางพิเศษที่เพิ่มขึ้น บริษัทได้เพิ่มจำนวนช่องบริการ Easy Pass บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษต่างๆ ในทางพิเศษศรีรัช เพื่อรองรับปริมาณผู้ใช้บัตร Easy Pass ที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการปรับย้ายตำแหน่งช่องทาง Easy Pass เพื่อให้ผู้ใช้บริการ Easy Pass เข้าใช้บริการได้สะดวกและปลอดภัยมากขึ้น และลดการตัดกระแสดูแลจราจรระหว่างช่องเก็บค่าผ่านทางแบบเงินสด และช่องทาง Easy Pass ซึ่งบรรเทาปัญหาการจราจรคับคั่งบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทาง
4. การศึกษาแนวเส้นทางใหม่ๆ เพื่อรองรับทิศทางการเติบโตของเมือง (Urbanization) ที่จะขยายตัวในอนาคตโดยเฉพาะพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ตลอดจนการศึกษากฎติกรกรมการเดินทางของผู้ใช้ทาง จัดเป็นการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการขยายขอบข่ายการให้บริการทางพิเศษ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มช่องทางการให้บริการที่ตอบรับกับความต้องการของผู้ใช้ทางในอนาคตได้เป็นอย่างดี
5. บริษัทได้มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการจราจรผ่านป้ายจราจรอัจฉริยะ (Smart Traffic) และป้ายสลับข้อความ (VMS) เพื่อให้ผู้ใช้ทางทราบถึงสภาพจราจรบนระบบทางพิเศษ ตลอดจนการแนะนำการเดินทางบนเส้นทางพิเศษให้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
6. บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงป้ายแนะนำการใช้ทางพิเศษบนถนนพื้นราบ ทั้งที่เป็นถนนสายหลักและถนนซอยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลอย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ทางและเพิ่มความมั่นใจในการเข้าใช้ทางพิเศษ โดยบริษัทจะเน้นการให้ข้อมูลสถานที่สำคัญในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกับทางขึ้น-ลงทางพิเศษส่วนต่างๆ ผ่านเว็บไซต์และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าที่เป็นผู้ใช้ทางได้รับความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง

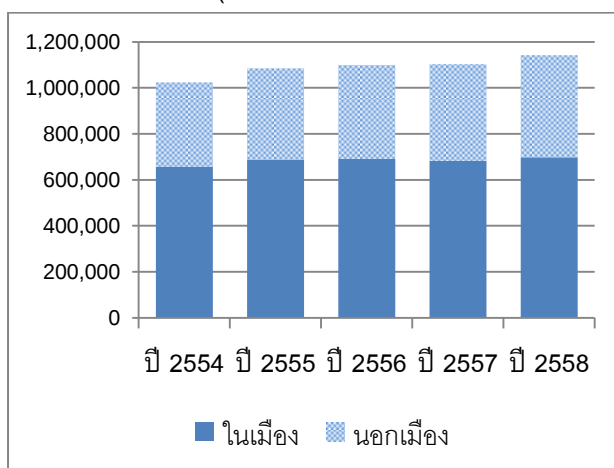
2) อัตราค่าผ่านทาง (Price)

1. การกำหนดอัตราค่าผ่านทางพิเศษ ได้มีการตกลงและกำหนดอัตราค่าผ่านทางตลอดจนวิธีการพิจารณาการคำนวณปรับอัตราค่าผ่านทางใหม่ไว้ในสัญญาโครงการเป็นการล่วงหน้า ซึ่งอัตราดังกล่าวเป็นอัตราที่ได้มีความเห็นชอบร่วมกันว่าเป็นอัตราที่เหมาะสมตามผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของแต่ละโครงการ กล่าวคือสัญญาโครงการระบบทางด่วนขั้นที่ 2 และสัญญาโครงการทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ดได้กำหนดให้มีการพิจารณาปรับอัตราค่าผ่านทางใหม่เป็นประจำทุก 5 ปี โดยอ้างอิงตามการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร ที่ได้มีการออกประกาศโดยกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งการคำนวณดังกล่าวเป็นการคำนวณเพื่อรักษามูลค่าที่แท้จริงของอัตราค่าผ่านทางตามระยะเวลาที่กำหนดของสัญญา
2. บริษัทได้มอบส่วนลดค่าผ่านทางให้กับผู้ใช้ทางอย่างต่อเนื่องในบางเส้นทาง โดยมีการกำหนดระยะเวลาสิ้นสุดเป็นคราวๆ ไป เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้ทางหันมาใช้ทางพิเศษมากขึ้น โดยเฉพาะเส้นทางที่มีจุดเชื่อมต่อระหว่างระบบทางพิเศษ เช่น บริเวณด่านอาจณรงค์ 1 (จากทางพิเศษฉลองรัชมุ่งหน้าเข้าทางพิเศษเฉลิมมหานคร บริเวณบางนา) และด่านเมืองทองธานีของทางพิเศษอุดรรัถยา ซึ่งบริษัทร่วมกับ กทพ. ได้ให้ส่วนลดมาอย่างต่อเนื่อง และขยายเวลาการให้ส่วนลดจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ปริมาณจราจรในระบบทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนขั้นที่ 1) ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนขั้นที่ 2) และทางพิเศษอุดรรัถยา (ทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ด) ที่เกิดขึ้นในปี 2558 สามารถจำแนกตามสัดส่วนพื้นที่เขตในเมืองและนอกเมืองเท่ากับ 61 : 39

กราฟปริมาณจราจรเฉลี่ยรายวัน จำแนกในเขตเมือง และนอกเขตเมือง
(ระบบทางด่วนขั้นที่ 1 ทางด่วนขั้นที่ 2 และทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ด)



(หน่วย : เที่ยว/วัน)

	ในเมือง	นอกเมือง	รวม
ปี 2554	658,276	366,317	1,024,593
ปี 2555	688,139	396,626	1,084,765
ปี 2556	691,333	408,318	1,099,651
ปี 2557	682,816	420,746	1,103,562
ปี 2558	698,203	443,622	1,141,825

1. การชำระค่าผ่านทางพิเศษ

- 1.1 ผู้ใช้บริการทางพิเศษเฉลิมมหานครและทางพิเศษศรีรัชสามารถเลือกใช้บริการทางพิเศษ ณ จุดขึ้น-ลงทางพิเศษต่างๆ ซึ่งครอบคลุมพื้นที่สำคัญในกรุงเทพฯ ตลอดระยะทาง 65.6 กิโลเมตร ทั้งเขตในเมืองและนอกเมือง โดยผู้ใช้บริการทางพิเศษจะต้องชำระเงินค่าผ่านทางที่ด่านเก็บค่าผ่านทาง ณ จุดขึ้นทางพิเศษ ซึ่งมีทั้งหมดจำนวน 48 จุด ซึ่งเป็นของทางพิเศษเฉลิมมหานครจำนวน 18 จุด (เช่น ด่านดินแดง บางนา ดาวคะนอง สุขุมวิท

พระราม 4 ฯลฯ) และทางพิเศษศรีรัชจำนวน 30 จุด (เช่น ด่านโศก พระราม 9 ศรีนครินทร์ ยมราช สุรวงศ์ หัวลำโพง คลองประปา ย่านพหลฯ ประชาชื่น พระราม 3 ฯลฯ) และผู้ใช้บริการสามารถชำระค่าผ่านทางได้ 2 วิธี คือชำระด้วยเงินสด หรือชำระผ่านระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass)

- 1.2 ผู้ใช้บริการทางพิเศษอุดรรัถยาที่เชื่อมต่อระบบทางพิเศษศรีรัชออกสู่ด้านทิศเหนือของกรุงเทพฯ มีระยะทาง 32 กิโลเมตร ซึ่งมีด่านเก็บค่าผ่านทางจำนวน 10 จุด โดยจะต้องชำระเงินค่าผ่านทางที่ด่านเก็บเงิน ณ จุดทางขึ้นสำหรับขาเข้าเมือง และ ณ จุดทางลงสำหรับขาออกนอกเมือง ซึ่งมีทางขึ้นจำนวน 5 จุด ทางลงจำนวน 5 จุด และผู้ใช้บริการจะต้องชำระเงินค่าผ่านทางด้วยเงินสดเท่านั้น

2. การให้บริการระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ

บริษัทได้ร่วมกับ กทพ. ในการนำระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติมาใช้ในการจัดเก็บค่าผ่านทาง เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้ทางเพิ่มความสะดวกรวดเร็วและประสิทธิภาพในการชำระค่าผ่านทางบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทางในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน ตลอดจนรองรับปริมาณจราจรที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

4) กิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ (Promotion)

บริษัทจัดให้มีส่วนลดค่าผ่านทางในบางเส้นทางและมีกำหนดเวลาสิ้นสุด เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหันมาใช้บริการทางพิเศษอย่างสม่ำเสมอจนเกิดความเคยชินและเป็นลูกค้าประจำในที่สุด โดยในปี 2558 บริษัทยังคงให้ส่วนลด ณ จุดเชื่อมต่อจากทางพิเศษฉลองรัชมายังทางพิเศษเฉลิมมหานครที่ด่านอาจณรงค์ 1 เฉพาะไปบางนา รวมถึงทางพิเศษอุดรรัถยาของบริษัทย่อย ยังให้ส่วนลดแก่ผู้ที่ใช้บริการที่ด่านเมืองทองธานีอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันสงกรานต์และวันขึ้นปีใหม่ บริษัทได้ร่วมมือกับ กทพ. จัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้ทางพิเศษให้กับผู้ใช้ทางด้วยการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ใช้ทางพิเศษ รวมทั้งจัดให้มีจุดให้บริการแก่ผู้ใช้ทางเพื่อสร้างความรู้สึกรักผูกพันให้กับลูกค้าภายใต้แนวคิดที่ว่าเราพร้อมส่งมอบความสุขด้วยบริการที่ดีให้กับลูกค้าตลอดสายทาง

บริษัทในฐานะเอกชนผู้ให้บริการทางพิเศษได้สนองตอบนโยบายของภาครัฐด้วยการร่วมรณรงค์ “โทรไม่ขับ” และ “เมาไม่ขับ” ผ่านกิจกรรมการขับที่ปลอดภัย ตลอดจนการให้พลังงานเพื่อการเดินทางอย่างคุ้มค่า บริษัทได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตระหนักถึงความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัยในการใช้บริการทางพิเศษให้ทราบถึงบริการที่มีคุณภาพบนทางพิเศษ และให้ทราบถึงกิจกรรมส่งเสริมการใช้บริการต่างๆ ของบริษัท อาทิ การจัดกิจกรรมพิเศษให้กับผู้ใช้ทางที่เป็นผู้โชคดี การให้ส่วนลดค่าผ่านทาง รวมถึงการต่อเชื่อมทางพิเศษกับเส้นทางต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ทาง

สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่บริษัทใช้เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประกอบด้วย สื่อสารคดีวิทยุ-โทรทัศน์ สปอตวิทยุ เอกสารแผ่นปลิว บ้ายสลับข้อความ (VMS) เว็บไซต์ www.bemplc.co.th ตลอดจนการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย (www.facebook.com/bangkokexpresswayandmetro) รวมทั้งการจัดทำวารสารศรีรัชราย 2 เดือน เพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบริษัทกับผู้ใช้ทาง รวมทั้ง

เสริมสร้างความรู้ ความพึงพอใจ และยังเป็นการจูงใจให้ลูกค้าใหม่เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องตลอดปี จัดเป็นการสร้างความเข้าใจที่ดีทั้งต่อลูกค้าและสังคม

2.1.2.3 ภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในปี 2558 ภาพรวมของเศรษฐกิจไทยยังคงอยู่ในภาวะชะลอตัวในทุกภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมรถยนต์ แม้ว่ายอดขายรถยนต์โดยรวมจะลดลงเมื่อเทียบกับปี 2557 แต่หากพิจารณาเฉพาะตัวเลขเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2558 พบว่ายอดขายรถยนต์เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นการเติบโตครั้งแรกในรอบ 31 เดือน เนื่องจากมีการเปิดตัวรถยนต์ใหม่ มีข้อเสนอพิเศษ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อรถยนต์ก่อนที่จะมีการปรับราคาขึ้นตามโครงสร้างภาษีสรรพสามิตใหม่ ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 อย่างไรก็ตามภาพรวมยอดขายรถยนต์ในปี 2558 ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2557 ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของปริมาณจราจรโดยรวมบนทางพิเศษ ทั้งนี้จากข้อมูลของกรมการขนส่งทางบก รายงานว่า ในปี 2558 มีปริมาณรถจดทะเบียนใหม่ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 388,057 คัน ต่ำกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2557 ที่มีปริมาณรถจดทะเบียนใหม่ จำนวน 425,033 คัน โดยมีปริมาณรถจดทะเบียนสะสมในเขตกรุงเทพฯ ณ สิ้นปี 2558 รวมทั้งสิ้น 5,536,477 คัน และแม้ว่าการเพิ่มขึ้นของรถยนต์จดทะเบียนใหม่ปีนี้จะน้อยกว่าปีก่อน แต่เมื่อเทียบกับถนนในกรุงเทพฯ ที่มีความยาวเพียง 5,400-5,500 กิโลเมตร แล้วส่งผลให้ความสามารถในการรองรับปริมาณรถในเขตกรุงเทพฯ ลดลง

ด้านการแข่งขันทางอ้อมจากการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะนั้น ในปัจจุบันมีระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้าทั้งจากของกรุงเทพฯ (BTS) และรถไฟฟ้าใต้ดินของ รฟม. ที่ได้เปิดดำเนินการนั้น มิได้ส่งผลกระทบทำให้ปริมาณรถที่ใช้ทางพิเศษลดลงแต่อย่างใด เหตุเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ของรถไฟฟ้าเป็นผู้ที่ใช้บริการของระบบขนส่งสาธารณะอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งเป็นลูกค้าคนละกลุ่มกับลูกค้าของระบบทางพิเศษ

2.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

2.1.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

กทพ. เป็นหน่วยงานหนึ่งของภาครัฐที่รับผิดชอบในการก่อสร้างทางพิเศษ สำหรับให้บริการต่อการสัญจรของรถยนต์ ให้มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย รวมทั้งการบรรเทาปัญหาการจราจร โดย กทพ. เชิญชวนให้ผู้สนใจเข้าร่วมจัดทำข้อเสนอการลงทุน บริษัทจึงทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ 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 บริษัทได้จ้างผู้จัดการโครงการเป็นผู้ทำการก่อสร้างและบริหารโครงการทางพิเศษในลักษณะ Lump Sum Turnkey เนื่องจากโครงการก่อสร้างทางพิเศษเป็นโครงการขนาดใหญ่อาจเกิดปัญหาในเรื่อง Cost Overrun และปัญหาการก่อสร้างไม่แล้วเสร็จทันเวลา การจ้างในลักษณะ Lump Sum Turnkey จะเป็นการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวได้ และในการว่าจ้างผู้บริหารโครงการ บริษัทคัดเลือกผู้มีความชำนาญ และมีประสบการณ์มาทำหน้าที่ผู้จัดการโครงการและผู้ทำการก่อสร้าง เพื่อผลสำเร็จของงานที่มีคุณภาพในเวลาที่กำหนด

สำหรับโครงการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร 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. เป็นผู้กำหนดสายทางพื้นที่ที่จะใช้ในการก่อสร้าง และทำการเวนคืนที่ดินเพื่อส่งมอบให้บริษัทภายในเวลาที่กำหนด โดยบริษัทมีหน้าที่ออกแบบและทำการก่อสร้างตามแบบที่ได้รับอนุมัติจาก กทพ. ภายใต้การควบคุมคุณภาพการก่อสร้างของวิศวกรของ กทพ. และวิศวกรอิสระ ซึ่งวิศวกรอิสระ จะทำการตรวจสอบและออกหนังสือรับรองความเสร็จสมบูรณ์ เมื่องานก่อสร้างเสร็จสิ้นตามมาตรฐานที่กำหนดพร้อมเปิดให้บริการ โดยบริษัทได้จ้าง บมจ. ช.การช่าง ซึ่งเป็นผู้มีความชำนาญ และมีประสบการณ์ในการก่อสร้างและบริหารโครงการทางพิเศษทุกสายทางที่บริษัทได้รับสัมปทานมาทำหน้าที่ผู้จัดการโครงการและผู้ทำการก่อสร้างและบริหารโครงการทางพิเศษในลักษณะ Lump Sum Turnkey

ตามสัญญาสัมปทานโครงการนี้ บริษัทมีสิทธิในการบริหารจัดการ และให้บริการ ได้แก่การเรียกเก็บค่าผ่านทาง การกู้ยืม และการบำรุงรักษา โดยบริษัทมีสิทธิที่จะได้รับค่าผ่านทางทั้งหมดตลอดระยะเวลาสัมปทาน

2.1.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัท (เดิมคือ BECL) และบริษัทย่อยได้ดำเนินกิจการธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด ซึ่งบริษัทจะยึดถือแนวทางปฏิบัติของ BECL และบริษัทย่อย เพื่อนำมาปฏิบัติสืบต่อไป ทั้งนี้ แนวปฏิบัติในการดำเนินกิจการธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของ BECL และบริษัทย่อยดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้

ตั้งแต่ช่วงการดำเนินการก่อสร้างทางพิเศษ BECL และบริษัทย่อยปฏิบัติตามมาตรการป้องกันมลภาวะตามมาตรฐานข้อบังคับที่กำหนดโดยคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา ทั้งนี้ BECL และบริษัทย่อยได้ใช้มาตรการรวมถึงวิธีการต่างๆ ในการปฏิบัติอย่างเหมาะสม สำหรับการก่อสร้างในเขตเมืองที่มีประชาชนอาศัยอยู่มาก โดยนำเทคนิคการก่อสร้างแบบ Segmental Box Girder มาใช้ ทำให้ BECL สามารถดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่สั้นกว่าการก่อสร้างโดยวิธีการอื่นที่ใช้กันอยู่ทั่วไปในขณะนั้น เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสังคมรอบข้าง และมีผลกระทบต่อปริมาณจราจรบนพื้นล่างให้น้อยที่สุดในช่วงระหว่างงานก่อสร้าง และ BECL ไม่เคยมีประวัติการกระทำ ความผิดที่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

ในการบริหารโครงการระบบทางพิเศษ BECL ได้ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อคุณภาพชีวิตของพนักงาน ผู้ใช้บริการและสังคมบริเวณโดยรอบทางพิเศษ นอกจากนี้ตั้งแต่ปี

2551 BECL ได้มีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานภายในเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับการขอใบรับรองการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 ในครั้งนี้ BECL ได้รับการรับรองจากบริษัท เอสจีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2551 และมีการตรวจต่ออายุใบรับรองการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยมีความมุ่งมั่นในการจัดการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวทางการดำเนินงานดังต่อไปนี้

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

ในปี 2558 BECL ยังคงรักษาไว้ซึ่งระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 อย่างต่อเนื่อง โดยได้ติดตามประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญต่าง ๆ ที่อาจมีโอกาสเกิดขึ้น รวมทั้งได้เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ด้วยมาตรการบริหารจัดการด้านพลังงาน ซึ่ง BECL ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดย BECL ได้จัดทำโครงการศึกษา และทำโครงการนำร่องใช้โคมไฟ LED ทดแทนโคมไฟฟอสฟอรัสบนทางเดิมระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตร ทำให้สามารถประหยัดพลังงานไฟฟ้าลงได้ถึงร้อยละ 15 เทียบกับการใช้หลอดไฟทางหลอดโซเดียมความดันสูง และไฟฟ้าส่องสว่างบริเวณด่านเก็บเงินค่าผ่านทางทำให้สามารถประหยัดพลังงานไฟฟ้าลงได้ถึงร้อยละ 15 โดยบริษัทได้เปลี่ยนโคมไฟที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งบนทางพิเศษและบริเวณด่านเก็บเงินค่าผ่านทาง ดังนี้

1. เปลี่ยนโคมไฟทางหลอดโซเดียมความดันสูงที่มีประสิทธิภาพดีทดแทนโคมไฟหลอดโซเดียมความดันสูงเดิมบนทางหลักของทางพิเศษศรีรัช ส่วนเอ บี และซี ระยะทางประมาณ 29 กิโลเมตร ทำให้ได้ความสว่างมากขึ้น และประหยัดพลังงานได้ถึงร้อยละ 20 โดยในปี 2559 BECL จะขยายผลไปในทางหลักของทางพิเศษศรีรัช ส่วนดี และทางขึ้น-ลงของทางพิเศษศรีรัช
2. เปลี่ยนโคมไฟชนิด LED ทดแทนโคมไฟหลอดไฮดรอก หรือหลอดแสงจันทร์ที่ด่านเก็บเงินค่าผ่านทางทุกด่าน ทำให้สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลงได้ถึงร้อยละ 70 โดยที่ได้ความสว่างมากกว่าหลอดเดิม และช่วยลดการใช้ปรอท

สำหรับการจัดการด้านความปลอดภัย BECL มีหน่วยงานวิเคราะห์วิศวกรรมที่พร้อมด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในด้านวิศวกรรมจราจรและความปลอดภัยบนทางพิเศษ ทำหน้าที่ศึกษาผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ โดยมีการจัดทำแบบจำลอง Traffic Simulation เพื่อศึกษาความเหมาะสมในการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทาง พร้อมทั้งตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน วิเคราะห์จุดเสี่ยงอันตรายบนทางพิเศษ ศึกษาคุณสมบัติและรูปแบบการติดตั้งอุปกรณ์เสริมความปลอดภัย ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาปรับปรุงทางพิเศษให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดสำหรับผู้ใช้งาน รวมทั้งการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม โดย BECL ได้นำผลการศึกษาดังกล่าวมาดำเนินการดังนี้

- (ก) การปรับปรุงความปลอดภัยบนทางพิเศษ โดย BECL ได้ทำการตรวจสอบและประเมินความปลอดภัยพื้นที่หัวเกาะทางแยก (Gore Area) และติดตั้งอุปกรณ์เสริมความปลอดภัย ได้แก่ อุปกรณ์ดูดซับแรงปะทะ (Cash Cushion) ถังรับแรงปะทะ (Cushion Tank) หลักรูทางชนิดให้ตัว (Flexible Guide Post) ทาพื้นด้วยสี Cold Plastic สีแดง เพื่อกระตุ้นเตือนถึงจุดอันตรายที่อาจเกิดอุบัติเหตุ
- (ข) การเพิ่มช่องเก็บค่าผ่านทางระบบอัตโนมัติ (Easy Pass) จากอัตราการเติบโตของปริมาณจราจรในช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass) และหลังจากที่ กทพ. มีนโยบายยกเลิกค่ามัดจำบัตร Easy Pass ทำให้มีปริมาณการใช้ระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass) เพิ่มขึ้น ทำให้ต้องมีการเพิ่มช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติเพื่อรองรับปริมาณการจราจรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้ทางสามารถประหยัดเวลาในการเดินทาง และน้ำมันเชื้อเพลิงได้
- (ค) ปรับช่องเก็บค่าผ่านทางระบบอัตโนมัติ (Easy Pass) ที่ด่านอโศก 4 ประชาชนเข้าและประชาชนออกให้เป็นช่องทางขวาสุด เพื่อให้ผู้ใช้ทางสามารถเข้าช่องทาง Easy Pass ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็วยิ่งขึ้น
- (ง) การปรับปรุงแนะนำจราจร บ้ายแนะนำช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass) เพื่อแนะนำผู้ใช้ทางพิเศษให้ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการผ่านช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ
- (จ) ปรับปรุงช่องเก็บค่าผ่านทางระบบอัตโนมัติ (Easy Pass) ที่ด่านอโศก 1 อโศก 3 และประชาชนเข้าออก ให้เป็น Fast Lane เพื่อให้รองรับการผ่านช่องทางที่เร็วขึ้น ลดการชลอความเร็วที่ช่องทาง Easy Pass

นอกจากนี้ BECL ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงาน ตลอดจนผู้บริหารเพื่อเสริมสร้างความรู้ และทักษะในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 ตลอดจนการจัดกิจกรรมปลูกจิตสำนึกทั่วทั้งองค์กร และการดำเนินกิจกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกับสังคมรอบข้างอีกด้วย

2.1.3.3 การประกันภัย

กรมธรรม์	มูลค่าความคุ้มครอง	ความคุ้มครอง
Property Damage, Machinery Breakdown, Business Interruption	500,000,000 เหรียญสหรัฐ	สถานที่เอาประกันภัย : สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทางพิเศษศรีรัช ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 มกราคม 2558 - 31 ธันวาคม 2558
Property Damage, Machinery Breakdown, Business Interruption	500,000,000 เหรียญสหรัฐ	สถานที่เอาประกันภัย : สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทางพิเศษอุดรรัถยา ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 มกราคม 2558 - 31 ธันวาคม 2558
Public Liability Insurance	500,000,000 บาท	สถานที่เอาประกันภัย : สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทางพิเศษศรีรัช ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 มกราคม 2558 - 31 ธันวาคม 2558

กรมธรรม์	มูลค่าความคุ้มครอง	ความคุ้มครอง
Public Liability Insurance	500,000,000 บาท	สถานที่เอาประกันภัย : สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ทางพิเศษอุดรรัถยา ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 มกราคม 2558 - 31 ธันวาคม 2558

2.1.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

การก่อสร้างทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร

บริษัทได้เริ่มงานก่อสร้างตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2555 มีระยะเวลาก่อสร้างไม่เกิน 48 เดือน มูลค่าโครงการ 25,491 ล้านบาท โดยความคืบหน้าของโครงการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 85.37 เป็นไปตามแผนงาน คาดว่าจะเปิดให้บริการได้ภายในปี 2559

2.2 ธุรกิจบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า

บริษัทเป็นผู้รับสัมปทานการให้บริการการเดินรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน จำนวน 2 โครงการ จาก รฟม. โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล (สายสีน้ำเงิน) (สถานีหัวลำโพง-สถานีบางซื่อ) (“โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน”)

บริษัทดำเนินโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ซึ่งเปิดให้บริการระหว่างสถานีหัวลำโพง-สถานีบางซื่อ ระยะทาง 20 กิโลเมตร รวม 18 สถานี ในรูปแบบ PPP Net Cost (AOT) โดยจะมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการจัดเก็บรายได้ค่าโดยสาร รวมทั้งการดำเนินกิจกรรมและการพัฒนาเชิงพาณิชย์ ซึ่งรวมถึงการโฆษณา การให้เช่าพื้นที่ในโครงการ และธุรกิจให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมภายในสถานี และภายในขบวนรถไฟฟ้า เป็นระยะเวลา 25 ปี ตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม 2547 จนถึงวันที่ 1 กรกฎาคม 2572 ภายใต้สัญญาโครงการดังกล่าว บริษัทมีภาระผูกพันต้องจ่ายเงินค่าตอบแทนจากค่าโดยสารและการพัฒนาเชิงพาณิชย์ให้แก่ รฟม. ตามอัตราที่ระบุในสัญญา ปัจจุบันมีรถไฟฟ้าที่วิ่งบริการจำนวน 19 ขบวน มีระยะเวลาให้บริการทุกวันโดยไม่มีวันหยุดตั้งแต่เวลา 06.00 – 24.00 น.

(2) โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง บางใหญ่-ราษฎร์บูรณะ ช่วงบางใหญ่-บางซื่อ (สถานีคลองบางไผ่-สถานีเตาปูน) (“โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง”) สัญญาที่ 4

บริษัทดำเนินโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง ซึ่งเปิดให้บริการระหว่างสถานีคลองบางไผ่-สถานีเตาปูน ระยะทาง 22 กิโลเมตร รวม 16 สถานี ในรูปแบบสัญญา PPP Gross Cost (ATO) กล่าวคือ รฟม. เป็นผู้ลงทุนโครงสร้างพื้นฐานโยธาทั้งหมด และบริษัทลงทุนในงานระบบรถไฟฟ้าและขบวนรถไฟฟ้า รวมทั้งให้บริการการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษาตามมาตรฐานการให้บริการที่กำหนดไว้ในเงื่อนไขสัญญา โดย รฟม. เป็นผู้ที่มีสิทธิในรายได้ค่าโดยสาร และรายได้เชิงพาณิชย์จากการใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานทางโยธาและระบบรถไฟฟ้าทั้งหมด และ รฟม. จะจ่ายเงินบริษัทในลักษณะค่าจ้างบริหารการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษา และค่าอุปกรณ์งานระบบ ตลอดอายุสัมปทาน 30 ปี นับจากวันที่ 4 กันยายน 2556 ซึ่งเป็นวันที่ลงนามในสัญญา ปัจจุบันอยู่ระหว่างการดำเนินการ และคาดว่าจะเปิดให้บริการได้ภายในปี 2559 โดยมีสถานีเชื่อมต่อโครงการทั้ง 2 โครงการที่สถานีเตาปูน

โครงการรถไฟฟ้า	โครงการรถไฟฟ้า สายสีน้ำเงิน (สถานีหัวลำโพง-สถานีบางซื่อ)	โครงการรถไฟฟ้า สายสีม่วง (สถานีคลองบางไผ่-สถานีเตาปูน)
ประเภทสัมปทาน	PPP Net Cost	PPP Gross Cost
ระยะเวลาสัมปทาน	25 ปี (2547- 2572)	30 ปี (2556 - 2586)
จำนวนสถานี	18 สถานี (โครงการรถไฟฟ้าใต้ดินตลอดเส้นทาง)	16 สถานี (โครงการรถไฟฟ้ายกระดับตลอดเส้นทาง)
ระยะทาง	20 กิโลเมตร	22 กิโลเมตร
อาคารจอดรถ	อาคารและลานจอดรถรวม 11 แห่ง	อาคารจอดรถ 4 แห่ง

ต่อมาเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2557 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบการดำเนินการตามมาตรา 16 แห่ง พรบ.ร่วมทุน โดยการเจรจาตรงกับบริษัท (เดิมคือ BMCL) สำหรับโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง ตามสัญญาสัมปทาน สัญญาที่ 5 ในรูปแบบ PPP Gross Cost ซึ่ง รฟม.ได้ดำเนินการตามขั้นตอนของ พรบ.ร่วมทุน และได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่พิจารณาคัดเลือกเอกชนเข้าร่วมงาน รวมทั้งเจรจาต่อรองและดำเนินการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโครงการ ปัจจุบันร่างสัญญาสัมปทานสัญญาที่ 5 อยู่ระหว่างพิจารณาทบทวนระยะเวลาของสัญญา เพื่อเสนอขอความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีต่อไป

ซึ่งหากคณะรัฐมนตรีเห็นชอบในร่างสัญญาสัมปทาน สัญญาที่ 5 ดังกล่าวแล้ว บริษัทจะเป็นผู้ดำเนินโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง สัญญาสัมปทาน สัญญาที่ 5 ซึ่งจะเปิดให้บริการระหว่างสถานีเตาปูน-สถานีบางซื่อ ระยะทาง 1.2 กิโลเมตร รวม 1 สถานี ในรูปแบบสัญญา PPP Gross Cost (ATO) โดยจะมีการดำเนินการในระยะที่ 1 การออกแบบและก่อสร้าง และในระยะที่ 2 การให้บริการการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุง

2.2.1 ลักษณะบริการ

บริษัทมีรายได้จากการให้บริการเดินรถไฟฟ้า 2 ลักษณะ คือ รายได้จากการจัดเก็บค่าโดยสาร และรายได้จากการให้บริการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษาระบบรถไฟฟ้า

2.2.1.1 รายได้จากการจัดเก็บค่าโดยสาร

ตามสัญญาสัมปทานโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ระหว่างบริษัท และ รฟม. บริษัท (เดิมคือ BMCL) มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการให้บริการเดินรถและจัดเก็บรายได้ค่าโดยสาร และการพัฒนาเชิงพาณิชย์เป็นระยะเวลา 25 ปี นับตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม 2547 ซึ่งเป็นวันที่ รฟม. ออกหนังสือไม่คัดค้านการเริ่มต้นให้บริการที่ก่อให้เกิดรายได้ โดยบริษัทมีภาระผูกพันต้องจ่ายเงินค่าตอบแทนจากค่าโดยสารและจากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ให้แก่ รฟม. ตามอัตราที่ระบุในสัญญาสัมปทาน

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

บริษัทได้ปรับอัตราค่าโดยสารตามข้อตกลงในสัญญาสัมปทานมาโดยลำดับ อัตราค่าโดยสารที่ประกาศใช้อยู่ในปัจจุบันเป็นอัตราที่ปรับเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2557 ซึ่งจะใช้นจนถึงวันที่ 2 กรกฎาคม 2559

2.2.1.2 รายได้จากการให้บริการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษาระบบรถไฟฟ้า

บริษัทได้รับค่าจ้างบริการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษาระบบรถไฟฟ้าจากสัญญาสัมปทานโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง สัญญาที่ 4 สัมปทานสำหรับการลงทุน การจัดการระบบรถไฟฟ้า การให้บริการการเดินรถ และซ่อมบำรุงรักษา (สถานีคลองบางไผ่-สถานีเตาปูน) ระยะที่ 2 (ระยะเวลาประมาณ 27 ปี) โดยคาดว่าจะเริ่มมีรายได้จากการให้บริการดังกล่าวในปี 2559

2.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.2.1 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 การติดต่อกิจธุระ

2.2.2.2 นโยบายและกลยุทธ์การตลาด

(1) กลยุทธ์ด้านบริการและผลิตภัณฑ์

- (1.1) สร้างสรรค์รูปแบบการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้โดยสารในการให้บริการเดินรถไฟฟ้า MRT

ปัจจุบันรถไฟฟ้า MRT มีเส้นทางเดินรถเริ่มต้นจากสถานีหัวลำโพง ปลายทางที่สถานีบางซื่อ ระยะทาง 20 กิโลเมตร ผ่านพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญ (Central Business District-CBD) พื้นที่ที่อยู่อาศัย (Residential Area) และมีจุดเชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนที่สำคัญซึ่งมีผลต่อการเพิ่มจำนวนผู้โดยสาร อาทิ จุดเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสายสีเขียว (BTS) ที่สถานีสวนจตุจักร สายสีแดง (Airport Rail Link) ที่สถานีเพชรบุรีซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และในปี 2559 - 2560 จะมีจุดเชื่อมต่อกับโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วงที่สถานีเตาปูน นอกจากนี้ยังมีจุดเชื่อมต่อกับสถานีรถไฟหัวลำโพงและบางซื่อ 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 กับสถานีพระราม 9 และกำลังจะมีการเชื่อมต่อกับอาคาร G Tower ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง

พฤติกรรมการเดินทางของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการทำงาน รองมาเป็นการเดินทางเพื่อการศึกษา ซึ่งจะเดินทางในช่วงเวลาเร่งด่วน ขณะที่วัตถุประสงค์อื่นจะเป็นการเดินทางนอกเวลาเร่งด่วน (Off peak) ซึ่งมีอัตราการเพิ่มเที่ยวการเดินทางสูงกว่า บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มการเดินทางช่วง Off

peak ที่ยังมีความสามารถในการรองรับได้ รวมถึงการเพิ่มจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางด้วยบัตร เพื่อเพิ่มรายได้และจำนวนผู้โดยสาร และเป็นการกระตุ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2556 ด้วยการทำความร่วมมือกับพันธมิตร ที่อยู่รอบเส้นทาง เช่น การให้ส่วนลดหรือสิทธิประโยชน์ในการออกบัตรหรือเติมเงิน การให้ข้อมูลกิจกรรมและแนะนำสถานที่ที่คาดว่าจะเป็จุดหมายปลายทางของผู้เดินทางในระบบรถไฟฟ้า MRT ในช่วงที่ผ่านมามีการทำกิจกรรมและให้ข้อมูลร่วมกับพันธมิตรรายต่างๆ เช่น ศูนย์การค้า Central Plaza Grand Rama 9 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ อาคาร Terminal 21 ศูนย์การค้าเอสพลานาด เป็นต้น

(1.2) มุ่งเน้นคุณภาพการบริการ

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

- (1.2.1) ความปลอดภัย (Safety) บริษัทถือว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT เป็นความสำคัญสูงสุดที่พนักงานทุกคนต้องพึงตระหนัก และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดความปลอดภัยของบริษัทอย่างเคร่งครัด โดยที่ผ่านมา บริษัทมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องตลอดจนมีการกำกับดูแลการให้บริการมีมาตรฐานตามข้อกำหนดความปลอดภัยของประเทศไทยและเทียบเท่าระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนชั้นนำของโลก
- (1.2.2) ความสะดวก (Convenience) บริษัทให้ความสำคัญในการดูแลการทำงานของอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆในระบบรถไฟฟ้า MRT เพื่อให้ทำงานได้ตามเป้าหมาย นอกจากนี้บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสะดวกของผู้โดยสารในช่วงการเดินทางที่แออัด เช่น ช่วงงานเทศกาลหรือการจัดนิทรรศการรายรอบเส้นทาง โดยจัดให้มีการเพิ่มจุดจำหน่ายเหรียญโดยสารเพื่อให้ผู้โดยสารได้รับการบริการอย่างดีที่สุด
- (1.2.3) ความรวดเร็ว (Fast) บริษัทจะควบคุมให้ความเร็วเฉลี่ยของรถไฟฟ้าและตารางการให้บริการรถไฟฟ้ารองรับกับความต้องการของผู้โดยสารในแต่ละช่วงเวลา
- (1.2.4) ความเชื่อถือได้ (Reliability) บริษัทจะดูแลให้รถไฟฟ้าและระบบอาณัติสัญญาณอยู่ในสภาพดี และไม่ส่งผลกระทบต่อให้บริการของบริษัท
- (1.2.5) การตรงต่อเวลา (Punctuality) บริษัทจะควบคุมให้ตารางการเดินทางรถไฟฟ้าและการเทียบจอดในสถานีทั้งหมดคลาดเคลื่อนไปจากที่เวลากำหนดน้อยที่สุด

(1.3) สร้างรูปแบบบัตรโดยสารที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

บริษัทมีการวิเคราะห์ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นผู้ใช้บริการประจำและใช้บริการเป็นครั้งคราว เพื่อจัดทำและวางแผนการออกบัตรโดยสารชนิดต่างๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใช้

บริการเป็นครั้งคราวให้หันมาใช้เดินทางด้วยบัตรรถไฟฟ้า MRT มากขึ้น เช่น การทำบัตรรูปแบบบัตรขนาดพิเศษ การทำความร่วมมือกับสถาบันการเงินในการออกบัตรร่วมกัน ที่สามารถใช้ทำธุรกรรมทางการเงินและเดินทางในระบบรถไฟฟ้า MRT ได้แก่ ความร่วมมือกับธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ในการทำบัตรแก่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ รวมถึงสถาบันหรือหน่วยงานอื่นๆ เป็นต้น

(2) กลยุทธ์ด้านราคา

บริษัทจัดเก็บค่าโดยสารตามระยะทางการเดินทาง (Distance Related Fare) เพื่อทำให้เกิดความยุติธรรมต่อผู้โดยสารในการเดินทางในระยะทางที่ต่างกัน พร้อมส่วนลดแก่กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มเด็ก/ผู้สูงอายุ รวมทั้งยังสอดคล้องกับระบบการเก็บค่าโดยสารของระบบขนส่งมวลชนประเภทอื่น โดยการเก็บค่าโดยสารดังกล่าว บริษัทจะปรับอัตราค่าโดยสารตามที่กำหนดไว้ในสัญญาสัมปทาน นอกจากนี้บริษัทยังมีส่วนลดพิเศษสำหรับบัตรโดยสารประเภทต่างๆ ในกรณีที่องค์กรหรือหน่วยงานภายนอกขอออกบัตรตามจำนวนที่บริษัทกำหนด

(3) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

บริษัทได้แบ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มต่างๆ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ การส่งเสริมการขายให้เกิดประสิทธิภาพครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายโดยรวม ทั้งนี้ บริษัทได้วางแผนการส่งเสริมการขายและแผนการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- (3.1) สนับสนุนและประชาสัมพันธ์พื้นที่จอดแล้วจร (Park and Ride) เพื่อกระตุ้นให้รถยนต์ส่วนตัวเข้าไปจอดในจุดที่ให้บริการ เพื่อเดินทางเข้าไปในเขตธุรกิจ (Business District) เช่น ถนนสุขุมวิท ถนนสีลม ถนนรัชดาภิเษก ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการจราจรติดขัดได้อีกช่องทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญในการช่วยลดปัญหาภาวะโลกร้อน
- (3.2) เพิ่มการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (Credit Card) เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสาร และจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับธนาคารชั้นนำ เช่น Citibank – ในการมอบเครดิตเงินคืน 10% KTC - ในการรับแลกคะแนนสะสมของบัตร เพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการ และเสนอสิทธิประโยชน์ในการใช้บัตรโดยสาร โดยมุ่งเน้นการกระตุ้นให้ผู้โดยสารเปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้เหรียญโดยสารเป็นการใช้บัตรโดยสารให้มากขึ้น ซึ่งลูกค้าจะได้รับความสะดวกรวดเร็วพร้อมสิทธิประโยชน์ต่างๆ
- (3.3) การเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการหรือเพิ่มจำนวนเที่ยวเดินทางในระบบ ผ่านการให้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมรอบเส้นทางรถไฟฟ้า MRT และการนำเสนอบัตรโดยสารประเภทต่างๆ แก่หน่วยงาน องค์กร อาคารสำนักงาน หรือโรงแรม ทั้งที่อยู่ในและนอกเส้นทาง โดยสามารถทำหน้าบัตรที่เป็นสัญลักษณ์ขององค์กรหรือกิจกรรมสำคัญ เป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ซึ่งจะให้เกิดการกระจายของบัตรโดยสารถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นผู้ใช้บริการเดิมและกลุ่มผู้โดยสารที่ยังไม่เคยใช้บริการมาก่อนให้เกิดการทดลองใช้

(3.4) การสร้างและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management - CRM) โดยการบริหารจัดการระบบข้อมูลลูกค้า และสร้างเครือข่ายให้เป็นไปตามกระบวนการ CRM ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการตลาดเพื่อสร้างความภักดีและการรักษาลูกค้า (Loyalty Marketing) โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการมุ่งตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยใช้กลยุทธ์การสร้าง Community ภายใต้ MRT Club เชื่อมโยงความสัมพันธ์โดยใช้ช่องทาง Social Network และการสื่อสารผ่านสื่อภายในสถานี MRT ในการนำเสนอสิทธิประโยชน์การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และ Co-promotion ร่วมกับพันธมิตรทางการค้าแบบ Win-Win Strategy ในการสร้างสมาชิก MRT Club

(3.5) การสร้างความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) และสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์การตอบแทนลูกค้าและสังคม เป็นการปลูกฝังทัศนคตินี้ให้แก่เยาวชนกลุ่มเป้าหมายและผู้ใช้บริการ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) อย่างต่อเนื่อง อาทิ

- ความร่วมมือกับ AIS ในการมอบส่วนลดค่าโดยสาร MRT ภายใต้กิจกรรม “เดินทางอุ่นใจกับ MRT”
- ความร่วมมือกับ WeChat ในการมอบส่วนลดค่าโดยสาร MRT ที่ออกบัตรหรือเติมเงินในบัตรโดยสารทุกประเภทตั้งแต่ 300 บาทขึ้นไป
- ความร่วมมือกับ K-Mobile Banking มอบส่วนลด 30 บาท ให้กับลูกค้า MRT ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน K-Mobile Banking Application และ K-Cyber Banking ที่ออกบัตรหรือเติมเงินในบัตรโดยสารทุกประเภทตั้งแต่ 300 บาทขึ้นไป
- ความร่วมมือกับ KTC โดยนำคะแนนสะสมที่ใช้จ่ายผ่านบัตรฯ ใช้แลกมูลค่าเดินทางและการออกบัตร
- ความร่วมมือกับ Major Cineplex Group, SF Cinema และ GTH ในการจัดชมภาพยนตร์รอบพิเศษหรือรับส่วนลดในการชมภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังมีความร่วมมือกับ Scenario ในการชมละครเวทีแก่สมาชิก MRT Club และผู้ที่ออกบัตรโดยสาร

(4) กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด

(4.1) การเลือกใช้ช่องทางสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของแต่ละกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยการบริหารจัดการพื้นที่และช่องทางภายในระบบรถไฟฟ้า MRT อาทิ ไปสเตอร์ ธงญี่ปุ่น Standee การแจกใบปลิวข่าวสาร สื่อ Digital สื่อ Social PR เป็นต้น ที่จะให้ข้อมูลการเดินทางในระบบแก่ผู้ให้บริการ

(4.2) เน้นการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยการออกบูธประชาสัมพันธ์ การทำกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารู้จักระบบรถไฟฟ้า MRT โดยตอกย้ำถึงความตรงเวลา สะดวก รวดเร็วในการเดินทางและมีเวลาเพื่อการใช้ชีวิตร่วมกับครอบครัวมากขึ้นจากการใช้บริการ สามารถกำหนดเวลาการเดินทางที่แน่นอนได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าใหม่สนใจเข้ามาทดลองใช้บริการ

- (4.3) การสื่อสารเพื่อสร้างจุดหมายการเดินทาง (Create Destination) เป็นการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการเดินทางรอบเส้นทางด้วยรถไฟฟ้า MRT อย่างต่อเนื่อง การจัดทำแผนที่แสดงเส้นทางและสถานที่ต่างๆ อาทิ อาคารสำนักงาน สถานศึกษา โรงแรม ศูนย์การค้า สถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่สำคัญอื่นๆ ผ่านทาง website และการเชื่อมต่อไปยังระบบขนส่งประเภทอื่นๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยนำเสนอในรูปแบบของ MRT Directory รวมถึงคำแนะนำการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า MRT จากพันธมิตรหรือผู้จัดงาน
- (4.4) การสร้างความมั่นใจในการเดินทางด้วยการประชาสัมพันธ์เรื่องความปลอดภัย (Safety) ให้กับประชาชน ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อมวลชนต่างๆ อีกทั้งจัดกิจกรรมด้านความปลอดภัยในสถานที่ต่างๆ เช่น สถานศึกษา อาคารสำนักงาน เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้และความเข้าใจในระบบความปลอดภัยของรถไฟฟ้า MRT เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ

(5) กลยุทธ์ด้านการพัฒนา

บริษัทมีกลยุทธ์ในการพัฒนาคุณภาพและบริการอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง และไม่หยุดนิ่ง เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจสูงสุดทั้งในด้านความสะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้มีผู้มาใช้บริการรถไฟฟ้า MRT ในจำนวนเพิ่มขึ้น ปัจจุบันบริษัทร่วมมือกับสถาบันการเงินที่จะทำให้สามารถถือบัตรหนึ่งใบที่สามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้หลากหลาย

(6) กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

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

2.2.2.3 ภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ระบบขนส่งมวลชนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

กรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวงขนาดใหญ่ที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น และมีระบบขนส่งหลายรูปแบบ อาทิ รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้า รถไฟ ไม่โครบัส รถแท็กซี่ ปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯ มีความรุนแรงมากขึ้น อันเป็นผลจากการกระจุกตัวของประชากรในชุมชนเมือง และความต้องการในการเดินทางของประชาชนที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาหลักที่เกิดขึ้นไม่แตกต่างกับเมืองหลวงทั่วโลกที่มีความหนาแน่นของประชากรสูง โดยรัฐบาลมีนโยบายมุ่งเน้นแผนงานด้านการพัฒนาโครงข่ายขนส่งสาธารณะต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาการจราจร และความแออัดของชุมชนเพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

การเดินทางของประชาชนกรุงเทพฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระบบ คือ ระบบขนส่งส่วนบุคคลและระบบขนส่งสาธารณะ

(1) ระบบขนส่งส่วนบุคคล

โครงสร้างที่อยู่อาศัยของประชากรในกรุงเทพฯ และเขตปริมณฑลที่มีการกระจายตัวโดยรอบ การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวจึงได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของบุคคลที่มีรายได้สูงหรือชนชั้นกลาง ผสมกับความไม่เพียงพอของระบบขนส่งมวลชน ตลอดจนคุณภาพการให้บริการและความปลอดภัย ส่งผลให้การใช้รถยนต์ยังเป็นสิ่งที่จำเป็นและสะดวกสบายต่อการเดินทาง แต่การขยายตัวของพื้นที่การจราจรในเขต กทม. ยังเป็นไปอย่างจำกัดและไม่เพียงพอต่อการรองรับปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี

(2) ระบบขนส่งสาธารณะ

จากจำนวนผู้โดยสารเฉลี่ยต่อวันที่เดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะทางบกประเภทต่างๆ พบว่า รถโดยสารประจำทางยังเป็นทางเลือกที่มีผู้ใช้บริการสูงสุด แต่จำนวนผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่จำนวนผู้ใช้บริการระบบรถไฟฟ้ามีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากปัญหาการจราจรที่ติดขัดโดยเฉพาะในช่วงโมงเร่งด่วน และการเติบโตของจำนวนประชากรในกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่มีความหนาแน่นของประชากรมากขึ้น รวมถึงการเติบโตของโครงการอสังหาริมทรัพย์รายรอบเส้นทางรถไฟฟ้า จึงทำให้ความต้องการใช้บริการระบบรถไฟฟ้ามีมากขึ้นตามไปด้วย

2.1 รถโดยสารประจำทาง

ปัจจุบันมีรถโดยสารประจำทางหลากหลายแบบให้บริการประชาชน โดยมีอัตราค่าบริการแตกต่างกัน เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ผู้โดยสาร แต่ในปัจจุบันรถโดยสารประจำทางที่ให้บริการประชาชนในเขตกรุงเทพฯ ที่นำออกมาให้บริการประชาชนกลับมีจำนวนไม่เพียงพอ และจากปัญหาการจราจรโดยรวมบนถนนที่ยังมีความแออัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาเร่งด่วนระหว่างเวลาในช่วงเช้า 6:30-8:30 น. และช่วงเย็น 16:30-18:30 น. การเดินทางจึงไม่มีประสิทธิภาพและใช้เวลานาน นอกจากนี้ผู้โดยสารยังได้รับผลกระทบจากปัญหาความปลอดภัยในการให้บริการและมลพิษจากคาร์บอนมอนนอกไซด์ของระบบไอเสีย จากปัจจัยดังกล่าวทำให้จำนวนผู้โดยสารรถประจำทาง ชสมก. มีแนวโน้มลดลง และหันมาเลือกใช้บริการระบบรถไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น

2.2 รถไฟ

ในช่วงที่ผ่านมา การรถไฟแห่งประเทศไทย (“รฟท.”) ได้เปิดให้บริการรถไฟในกรุงเทพฯ ในอัตราค่าโดยสารต่ำเป็นพิเศษ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีรายได้น้อยในการเดินทางจากรอบนอกกรุงเทพฯ สู่ตัวเมือง อย่างไรก็ตาม ระบบดังกล่าวยังขาดความสะดวกสบาย และความปลอดภัยเนื่องจากสภาพรถไฟที่ไม่เอื้ออำนวยและไม่มีการปรับปรุงอากาศ อีกทั้งเป็นการขนส่งในทิศทางที่จำกัดไม่ครอบคลุมทั้งตัวเมือง ทำให้การเดินทางโดยรถไฟมีอัตราการเติบโตที่ลดลง โดยการให้บริการรถไฟของ รฟท. ไม่ถือเป็นคู่แข่งของบริษัทโดยตรง เนื่องจากเส้นทางในการให้บริการที่มีความแตกต่างกัน โดย รฟท. จะเน้นการให้บริการนอกเมืองเป็นหลัก

2.3 รถไฟฟ้า BTS

รถไฟฟ้า BTS เป็นรถไฟฟ้าสายแรกของประเทศไทย ที่วิ่งบนรางคู่ยกระดับ แยกทิศทางไปและกลับ โดยเริ่มเปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2542 ใน 2 เส้นทาง คือ สายสุขุมวิทและสายสีลม ปัจจุบันระบบรถไฟฟ้า BTS มีระยะทางในการให้บริการรวม 36.9 กิโลเมตร และจำนวนสถานีทั้งสิ้น 34 สถานี การเดินทางโดยรถไฟฟ้าจึงเป็นทางเลือกที่สะดวกแก่ผู้เดินทาง รวมถึงการขยายโครงข่ายรถไฟฟ้าสายสีลม การเติบโตของประชากร การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายรอบเส้นทาง และการเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้า MRT ล้วนเป็นปัจจัยให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น

2.4 รถไฟฟ้า ARL

รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi Airport Rail Link, Airport Link) หรือ แอร์พอร์ตเรลลิงก์ หรือ แอร์พอร์ตลิงก์ เป็นโครงการระบบขนส่งมวลชนแบบพิเศษ ที่เป็นส่วนหนึ่งในโครงการก่อสร้างเส้นทางรถไฟฟ้าในระบบรถไฟฟ้าชานเมือง ดำเนินการก่อสร้างโดย รฟท. โดยรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นระบบรถไฟฟ้าที่มีทั้งโครงสร้างใต้ดินและยกระดับ มีแนวเส้นทางที่รองรับการเดินทางจากชานเมืองด้านตะวันออกและทิศเหนือ และผู้โดยสารจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเข้าสู่เขตใจกลางเมืองกรุงเทพฯ ที่สถานีพญาไท รวมทั้งสิ้น 8 สถานี ระยะทาง 28.6 กิโลเมตร เริ่มเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2553 โดยให้บริการ 2 ประเภท คือ รถไฟฟ้าส่วนท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Express Line) และรถไฟฟ้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (City Line) ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 14 เมษายน 2557 รถไฟฟ้าส่วนพญาไท-ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Express Line) ได้งดให้บริการชั่วคราว

ระบบขนส่งที่ถือเป็นคู่แข่งโดยตรงได้แก่ รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทาง ไมโครบัส รถตู้โดยสาร และรถแท็กซี่ ซึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อัตราค่าโดยสารระบบขนส่งสาธารณะ โดยเฉพาะรถโดยสารประจำทางธรรมดาหรือปรับอากาศ มีการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าโดยสารไม่มากนัก แม้ราคาน้ำมันจะมีแนวโน้มลดลงก็ตาม ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้ใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะทางถนน ผลกระทบจากสภาพการจราจรที่ติดขัด และการต้องเผชิญกับมลภาวะทางอากาศและเสียง และความน่าจะเป็นในการเกิดอุบัติเหตุ ระบบขนส่งมวลชนทางรางจึงถือเป็นการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนภายในกรุงเทพฯ และปริมณฑลครั้งสำคัญ ซึ่งจะช่วยให้ปัญหาการจราจรบรรเทาลง และประชาชนผู้ใช้บริการมีความปลอดภัย สะดวก และรวดเร็ว มากยิ่งขึ้นในการเดินทาง และยังส่งผลดีต่อทั้งเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นระบบรถไฟฟ้าจึงเป็นรูปแบบการเดินทาง ที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนเมือง และช่วยประหยัดการใช้ทรัพยากรของชาติ

ภาวะอุตสาหกรรมและนโยบายภาครัฐ

ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2558 ขยายตัวประมาณร้อยละ 2.9 ปรับตัวดีขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 0.9 ในปี 2557 และคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.0-4.0 ในปี 2559 โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญจากการเร่งการใช้จ่ายและการลงทุนของภาครัฐ และแรงขับเคลื่อนจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (ที่มา:สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ) โดยเฉพาะช่วงครึ่งแรกของปี 2559 นับเป็นช่วงเวลาที่สำคัญของรัฐบาลในการเร่งผลักดันโครงการลงทุนระยะเร่งด่วน เพื่อให้การลงทุนของภาครัฐยังคงเป็นเครื่องจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในโครงการที่มีความชัดเจนและได้รับอนุมัติให้ดำเนินการก่อสร้างแล้ว เช่น โครงการรถไฟฟ้าทางคู่ ช่วงชุมทางจิระ-ขอนแก่น และโครงการรถไฟฟ้าทางคู่

ช่วงชิงเซี่ยงเตา-คลองสิบเก้า-แก่งคอย เป็นต้น และพยายามเร่งรัดอนุมัติการลงทุนในโครงการใหม่ๆ ให้เกิดความต่อเนื่องและแล้วเสร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและประโยชน์ทางสังคม

ในด้านของแผนงานยุทธศาสตร์ที่สำคัญเพื่อพัฒนาระบบคมนาคม โดยเฉพาะโครงการลงทุนในระบบรถไฟฟ้า เพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาครัฐได้ให้ความสำคัญและได้เร่งดำเนินการให้สามารถเปิดการประมูลได้อย่างเร็วที่สุด โดยได้จัดตั้งโครงการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน (พีพีพี) และให้มีการจัดตั้งคณะทำงานพีพีพี ฟาสต์ แทร็ก (PPP Fast Track) ซึ่งจะรวบรวมขั้นตอนกระบวนการในการพิจารณาโครงการลงทุนสำคัญๆ ต่างๆ ของภาครัฐไว้ที่จุดเดียว เพื่อลดขั้นตอนการทำงาน จากเดิมที่ต้องใช้เวลาในการพิจารณาก่อนดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง หรือเปิดประมูลเพื่อคัดเลือกเอกชน นานถึง 1 ปี 10 เดือน จะลดเหลือ 9 เดือน ซึ่งโครงการพีพีพี ฟาสต์ แทร็ก (PPP Fast Track) จะมุ่งเน้นไปที่โครงการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน ตามแผนยุทธศาสตร์การให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐปี 2558-2562 โดยมีโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ในด้านคมนาคมที่จะเข้าร่วมโครงการในระยะแรก ทั้งหมด 5 โครงการ มูลค่าลงทุน 3.4 แสนล้านบาท ซึ่งโครงการรถไฟฟ้าที่จะเข้าโครงการพีพีพี ฟาสต์ แทร็กก่อน มีทั้งสิ้น 3 โครงการ คือ โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย โครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู และโครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง (ตามมติคณะกรรมการนโยบายการให้เอกชนเข้าร่วมลงทุนในกิจการของรัฐ (PPP) ครั้งที่ 6/2558)

โครงการพีพีพี ฟาสต์ แทร็ก (ระยะแรก)	วงเงิน (ล้านบาท)
โครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู (แคราย-มีนบุรี)	56,690
โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน (ส่วนต่อขยาย) (หัวลำโพง-บางแค และ บางซื่อ-ท่าพระ)	82,600
โครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง (ลาดพร้าว-สำโรง)	54,644
โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (สายบางปะอิน-นครราชสีมา)	84,600
โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (สายบางใหญ่-กาญจนบุรี)	55,620

และเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 คณะรัฐมนตรี (ครม.) มีมติอนุมัติแผนปฏิบัติการด้านคมนาคมขนส่ง ระยะเร่งด่วน พ.ศ. 2559 (Action Plan) เพื่อขับเคลื่อนการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ งบประมาณ 1.79 ล้านล้านบาท ประกอบด้วย

โครงการ		งบประมาณ (ล้านบาท)
ทางอากาศ	พัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ระยะที่ 2	49,476
รถไฟฟ้าทางคู่ ขนาดทาง 1 เมตร	ช่วงบَابกะเบา-ชุมทางจิระ	29,853
	ช่วงนครปฐม-หัวหิน	20,063
	ช่วงประจวบคีรีขันธ์-ชุมพร	17,290
	ช่วงลพบุรี-ปากน้ำโพ	24,918
รถไฟฟ้าทางคู่ ขนาดทาง 1.435 เมตร	กรุงเทพฯ-หนองคาย-แก่งคอย-มาบตาพุด	369,148
	กรุงเทพฯ-พิษณุโลก-เชียงใหม่	449,473
	กรุงเทพฯ-หัวหิน	94,673
	กรุงเทพฯ-ระยอง	155,774

โครงการ		งบประมาณ (ล้านบาทบาท)
โครงข่ายรถไฟฟ้า	สายสีส้ม ช่วงศูนย์วัฒนธรรม-มีนบุรี	110,116
	สายสีชมพู ช่วงแคราย-มีนบุรี	56,690
	สายสีเหลือง ช่วงลาดพร้าว-สำโรง	54,644
	สายสีแดง ช่วงบางซื่อ-พญาไท-มักกะสัน-หัวหมาก และช่วงบางซื่อ-หัวลำโพง	44,157
	สายสีม่วง (ส่วนต่อขยาย) ช่วงเตาปูน-ราษฎร์บูรณะ	131,003
มอเตอร์เวย์	ช่วงพัทยา-มาบตาพุด	20,200
	ช่วงบางปะอิน-สระบุรี-นครราชสีมา	84,600
	ช่วงบางใหญ่-บางโปรง-กาญจนาบุรี	55,620
ทางน้ำ	การพัฒนาท่าเทียบเรือชายฝั่ง (ท่าเทียบเรือ A) ท่าเรือแหลมฉบัง	1,864
	พัฒนาศูนย์การขนส่งตู้สินค้าทางรถไฟ ท่าเรือแหลมฉบัง ระยะที่ 1	2,031

ในด้านนโยบายของภาครัฐแม้ว่ารัฐบาลมีนโยบายคงมาตรการเดินทางฟรีด้วยรถโดยสารประจำทาง และรถไฟของการรถไฟแห่งประเทศไทย แต่จากการจราจรที่ติดขัดเพิ่มขึ้นทำให้ประชาชนบางส่วนหันมาใช้บริการรถไฟฟ้า MRT ที่มีความสะดวก รวดเร็ว เชื่อถือได้ และตรงเวลามากขึ้น การแข่งขันราคาของระบบรถไฟฟ้า MRT กับรถโดยสารประจำทางและรถไฟไม่มีผลลบต่อรายได้ของบริษัท แต่ในทางกลับกันการยกเว้นค่าโดยสารของรถโดยสารประจำทางและรถไฟมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ต้นทุนในการต่อเชื่อมการเดินทางเข้าถึงระบบรถไฟฟ้า MRT ให้มีราคาถูกลง และเป็นการเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบรถไฟฟ้า MRT มากขึ้น

ที่มา : - บทวิเคราะห์ศูนย์วิจัยกสิกร

- <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx>

- อุตฯ ก่อสร้างคึกคักหลังรัฐใช้เงินกระตุ้นเศรษฐกิจ วันที่ 1 มิถุนายน 2558 จาก

<http://www.naewna.com/business/160844>

- กระทรวงคมนาคม

- <http://www.efinancethai.com/LastestNews/index.aspx?ref=A&id=YMjjrWNguWE=&year=2015&month=11&lang=T>

- กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 14 ธันวาคม 2558

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายรอบเส้นทางรถไฟฟ้า

ปัจจุบันการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนโดยเฉพาะระบบรถไฟฟ้าให้ความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยต่อประชากรผู้เดินทางในเขตกรุงเทพฯ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางที่นิยมใช้ระบบรถไฟฟ้ามากขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเลือกที่อยู่อาศัยให้เกิดความสอดคล้องกันเป็นปัจจัยเร่งการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพฯ ให้เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะโครงการอสังหาริมทรัพย์รายรอบเส้นทาง ที่ยังคงมีทิศทางบวกต่อการให้บริการระบบรถไฟฟ้า MRT โดยพิจารณาจากการเปิดตัวของอสังหาริมทรัพย์ใหม่รายรอบเส้นทางรถไฟฟ้า MRT ที่มีจุดขายด้านความสะดวกจากตำแหน่งที่ตั้งบริเวณใกล้เส้นทางรถไฟฟ้า MRT โดยเฉพาะ 6 สถานีที่มี

เส้นทางผ่านถนนอโศก-รัชดา ได้แก่ สถานีรัชดาภิเษก สถานีสุทธิสาร สถานีห้วยขวาง สถานีพระราม 9 สถานีเพชรบุรี และสถานีสุขุมวิท

การเติบโตอย่างรวดเร็วของอสังหาริมทรัพย์ย่านรัชดาฯ-พระรามเก้า ที่มีความโดดเด่นมากขึ้นจากการขยายตัวของอาคารสำนักงานขนาดใหญ่แห่งใหม่ๆ ในย่านพระรามเก้ายาวไปทางถนนรัชดาภิเษก ได้แก่ การลงทุนโครงการ “เดอะ ชูเปอร์ ทาวเวอร์” อาคารสูงที่สุดในอาเซียนของบริษัท แกรนด์ คาแนล แลนด์ ประกอบกับในปลายปี 2558 ได้มีการย้ายที่ทำการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงมีการเปิดโครงการสวนลุมไนท์บาซาร์ รัชดาภิเษก ซึ่งประกอบด้วยศูนย์การค้า โรงแรม อพาร์ทเมนต์พักอาศัย ร้านอาหารและซูเปอร์มาร์เก็ต และยังมีคอนโดมิเนียมเปิดใหม่อีกหลายแห่ง ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงระบบคมนาคมที่มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการเดินทางด้วยระบบรถไฟฟ้าที่มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ยิ่งเป็นตัวเร่งให้อสังหาริมทรัพย์ขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งพื้นที่ดังกล่าวยังเป็นทำเลที่เชื่อมต่อระหว่างใจกลางเมืองกับเมืองรอบนอกของกรุงเทพฯ ผังตะวันออก ที่จะสามารถเดินทางเข้าเมืองหรือออกนอกเมืองได้อย่างสะดวก และในอนาคตยังมีโครงการรถไฟฟ้าสายสีส้ม (ศูนย์วัฒนธรรม-มีนบุรี) ผ่านเส้นทางนี้ด้วยโดยจะเชื่อมต่อกับโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ที่สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ด้วยปัจจัยดังกล่าวล้วนแต่เป็นส่วนสนับสนุนให้พื้นที่รัชดาฯ-พระรามเก้า มีศักยภาพที่จะก้าวเป็นศูนย์กลางธุรกิจแห่งใหม่ ภายใต้ระบบคมนาคมที่มีความสะดวกโดยเฉพาะโครงข่ายรถไฟฟ้าที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ความคืบหน้าของการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนตามนโยบายของภาครัฐ

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
สายสีแดงเข้ม (แนวเหนือ-ใต้) ระบบรถไฟฟ้าชานเมือง แบ่งเป็น 4 ระยะ รวมระยะทางประมาณ 80.5 กิโลเมตร <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 กิโลเมตร - รฟท. อยู่ระหว่างขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้ <u>สัญญาที่ 1</u> งานโยธาสำหรับสถานีบางซื่อและศูนย์ซ่อมบำรุง รฟท. ได้มีการลงนามสัญญาว่าจ้างกิจการร่วมค้า SU (บมจ. ซีโนไทย-เอ็นจีเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น และ บมจ. ยูนิค เอ็นจีเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น) เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2556 ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 36.86 (ณ เดือนธันวาคม 2558) <u>สัญญาที่ 2</u> งานโยธา บางซื่อ-รังสิต รฟท.ได้มีการลงนามสัญญาว่าจ้าง บมจ. อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเม้นท์ เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2556 ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณ ร้อยละ 55 (ณ เดือนธันวาคม 2558) <u>สัญญาที่ 3</u> งานระบบรถไฟฟ้าและเครื่องกลรวมงานจัดซื้อรถไฟฟ้า - เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2559 รฟท.มีข้อเสนอในการประชุมคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (คนร.) ว่าจะขอเป็นผู้เดินรถเอง ในช่วงระยะเวลา 5 ปีแรก
สายสีแดงอ่อน (แนวตะวันตก-ตะวันออก) ระบบรถไฟฟ้าชานเมืองของ รฟท. ช่วงบางซื่อ-ตลิ่งชัน, ตลิ่งชัน-ศาลายา และบางซื่อ-มักกะสัน-หัวหมาก รวมระยะทางประมาณ 48 กม.	บางซื่อ-ตลิ่งชัน ระยะทาง 15 กิโลเมตร - รฟท. ได้ว่าจ้างกิจการร่วมค้า Unique - Chun Wo เป็นผู้ดำเนินการก่อสร้าง โดยงานก่อสร้างแล้วเสร็จ 100% - ทดลองเดินรถระหว่าง 8 กันยายน ถึง 30 พฤศจิกายน 2555 วันละ 4 เที่ยว (ไป-กลับ) ด้วยรถดีเซลราง เพื่อตรวจสอบสภาพทางและระบบที่เกี่ยวข้องกับการเดินรถ

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
	- เปิดให้บริการเดินรถเป็นการชั่วคราว ตั้งแต่วันที่ 5 ธันวาคม 2555 บางซื่อ-พญาไท-มักกะสัน-หัวหมาก ระยะทาง 19 กิโลเมตร - 21 ตุลาคม 2557 ครม. มีมติอนุมัติให้จัดทำโครงการ โดยคาดว่าจะเริ่มดำเนินการประมูลหาผู้รับเหมาก่อสร้างในปี 2559
สายสีม่วง (บางใหญ่-บางซื่อ)	บางใหญ่-บางซื่อ ระยะทาง 23 กิโลเมตร ความคืบหน้าในการดำเนินการก่อสร้างงานโยธา สัญญาที่ 1-3 และ 6 แล้วเสร็จประมาณร้อยละ 100 (ณ เดือนธันวาคม 2558) <u>สัญญาที่ 1</u> งานโยธา (เตาปูน-นนทบุรี) โดย CKTC <u>สัญญาที่ 2</u> งานโยธา (พระนั่งเกล้า-บางใหญ่) โดย STEC <u>สัญญาที่ 3</u> งานโยธา (ศูนย์ซ่อมบำรุงและอาคารจอดแล้วจร) โดย PAR JV <u>สัญญาที่ 4</u> งาน M&E System และ O&M เมื่อวันที่ 4 กันยายน 2556 รฟม.ได้ลงนามสัญญาฯ กับ BMCL ความคืบหน้าแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 88.00 (ณ เดือนธันวาคม 2558) <u>สัญญาที่ 5</u> งานเดินรถรอยต่อ 1 สถานี ช่วงเตาปูน-บางซื่อ เมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2558 BMCL ได้ยื่นเอกสารข้อเสนอเพื่อรับดำเนินการสัญญาสัมปทาน สัญญาที่ 5 และปัจจุบันอยู่ระหว่างพิจารณาทบทวนระยะเวลาของสัญญา <u>สัญญาที่ 6</u> งานระบบราง รฟม. ลงนามสัญญาก่อสร้างงานโยธา สัญญาที่ 6 (งานระบบราง) กับ บมจ. อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ ในวันที่ 4 ตุลาคม 2555
สายสีน้ำเงิน	บางซื่อ-ท่าพระ และหัวลำโพง-บางแค ระยะทาง 27 กิโลเมตร - ความคืบหน้าในการก่อสร้างงานโยธาของผู้รับเหมาก่อสร้าง ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณ ร้อยละ 71 (ณ เดือนธันวาคม 2558) - 2 ธันวาคม 2557 คณะกรรมการมาตรา 13 ขอให้ BMCL นำเสนอแผนงานด้านเทคนิค เพื่อให้การเดินทางมีความเชื่อมต่อและสร้างความสะดวกกับผู้โดยสารมากที่สุด - 11 พฤศจิกายน 2558 คณะกรรมการนโยบายการให้เอกชนร่วมลงทุนกับกิจการของรัฐ (PPP) มีมติให้โครงการเข้าสู่ PPP Fast Track ระยะแรก เพื่อเร่งรัดการดำเนินการ บางแค-พุทธมณฑลสาย 4 (ระยะทาง 8 กิโลเมตร) - 25 ธันวาคม 2558 กระทรวงคมนาคมขอให้ รฟม. ทบทวน / ปรับปรุงรายงานการศึกษา
สายสีเขียวเข้ม	หมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ระยะทาง 18.4 กิโลเมตร - ความคืบหน้าในการก่อสร้างงานโยธาของผู้รับเหมาก่อสร้าง ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณ ร้อยละ 3 (ณ เดือนธันวาคม 2558) - รฟม. ได้ลงนามสัญญาก่อสร้างโยธา สัญญาที่ 1-4 เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2558 ดังนี้ <u>สัญญาที่ 1</u> (งานโยธา) ช่วงหมอชิต-สะพานใหม่ระยะทาง 12 กิโลเมตร โดย บมจ. อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
	<u>สัญญาที่ 2</u> (งานโยธา) ช่วงสะพานใหม่-คูคต ระยะทาง 7.5 กิโลเมตร กลุ่มกิจการร่วมค้า UN-SH-CH (บมจ. ยูนิค เอ็นจิเนียริงแอนด์ คอนสตรัคชั่น, Sinohydro Corporation, และ China Harbour Engineering) <u>สัญญาที่ 3</u> (งานก่อสร้างศูนย์ซ่อมบำรุงและอาคารจอดแล้วจร) กลุ่มกิจการร่วมค้า STEC-AS (บมจ.ชีโน-ไทย เอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น, A.S.Associated Engineering (1964)) <u>สัญญาที่ 4</u> (งานออกแบบควบคุมการก่อสร้าง ระบบราง) กลุ่มกิจการร่วมค้า STEC-AS (บมจ.ชีโน-ไทยเอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น, A.S.Associated Engineering (1964)) เบร้ง-สมุทรปราการ ระยะทาง 12.8 กิโลเมตร - ความคืบหน้าในการก่อสร้างงานโยธาของผู้รับเหมา ก่อสร้าง ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 75 (ณ เดือนธันวาคม 2558) - สัญญาที่ 1 ทางยกระดับ และสัญญาที่ 2 ระบบราง ดำเนินการ โดย บมจ. ช.การช่าง - อยู่ระหว่างเจรจากับ BTSC เป็นผู้รับจ้างเดินรถ เพื่อให้การเดินรถต่อเนื่อง คาดว่าจะเปิดให้บริการเดินรถไฟฟ้าในปี 2561
สายสีส้ม	ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย-มีนบุรี ระยะทาง 20 กิโลเมตร 8 ธันวาคม 2558 ครม. มีมติเห็นชอบให้ดำเนินโครงการรถไฟฟ้าสายสีส้ม ช่วงศูนย์วัฒนธรรมฯ-มีนบุรี และกำหนดให้เข้าที่ประชุม PPP และเปิดประมูลภายใน 6 เดือน ตลิ่งชัน-ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ระยะทาง 17.5 กิโลเมตร - ที่ประชุมคณะกรรมการจัดแบบการจราจรทางบก (คจร.) มีมติให้ใช้เส้นทางเดิมในการก่อสร้างช่วงศูนย์วัฒนธรรมฯ-มีนบุรี ซึ่งเส้นทางดังกล่าวได้ผ่านการศึกษาลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (EIA) แล้ว
สีเหลือง	- 11 พฤศจิกายน 2558 คณะกรรมการนโยบายการให้เอกชนร่วมลงทุนกับกิจการของรัฐ (PPP) ได้มีมติอนุมัติโครงการเข้าสู่มาตรการ PPP Fast Track ระยะแรก เพื่อเร่งเข้า ครม. พิจารณา และเปิดประมูลภายในปี 2559
สีชมพู	- 11 พฤศจิกายน 2558 คณะกรรมการนโยบายการให้เอกชนร่วมลงทุนกับกิจการของรัฐ (PPP) ได้มีมติอนุมัติโครงการเข้าสู่มาตรการ PPP Fast Track ระยะแรก เพื่อเร่งเข้า ครม. พิจารณา และเปิดประมูลภายในปี 2559
สายสีแดง (Airport link)	- 25 ธันวาคม 2558 ครม. ได้เห็นชอบราชกฤษฎีกากำหนดเวนคืนที่ดินท้องที่เขตราษฎร์เทพฯ แขวงทุ่งพญาไท และแขวงสามเสนใน เพื่อดำเนินโครงการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิส่วนต่อขยาย ช่วงดอนเมือง-บางซื่อ-พญาไท โดยเส้นทางดังกล่าวได้ผ่านการศึกษาลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (EIA) แล้ว

แหล่งที่มา : www.railway.co.th, www.mrta-purpleline.com, www.bts.co.th, www.bkkmrt.com และ
จากการรวบรวมข้อมูล

2.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนเป็นโครงการที่บริษัทได้รับสัมปทานจาก รฟม. ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งของภาครัฐที่ดำเนินงานภายใต้ “พระราชบัญญัติการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543” เพื่อทำหน้าที่ดำเนินกิจการรถไฟฟ้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมทั้งจังหวัดอื่นตามที่กำหนดให้เป็นระบบ ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ โดยมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม โดยบริษัทซึ่งมีความเชี่ยวชาญในด้านการขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า ได้ศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ และเข้ายื่นข้อเสนอการลงทุน เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่มีผลตอบแทนและเงื่อนไขที่เหมาะสม สำหรับโครงการสัมปทานที่ผ่านมาเป็นลักษณะสัมปทานสำหรับการลงทุน การจัดการระบบรถไฟฟ้า การให้บริการการเดินรถไฟฟ้า และซ่อมบำรุงรักษา โดยลักษณะโครงการสัมปทานภาครัฐเป็นผู้ลงทุนค่างานโยธาทั้งหมด ได้แก่ สถานีรถไฟฟ้าและสิ่งอำนวยความสะดวก อุโมงค์ ระบบระบายอากาศ และรางรถไฟฟ้า เป็นต้น ส่วนบริษัทจะลงทุนค่างานระบบรถไฟฟ้า ได้แก่ ขบวนรถไฟฟ้า (Rolling Stock) ระบบอาณัติสัญญาณและควบคุมการเดินรถไฟฟ้า (Signalling) ระบบสื่อสารและระบบควบคุมและเก็บข้อมูล (Communications & SCADA) ระบบไฟฟ้ากำลัง (Power Supply) ระบบจัดเก็บค่าโดยสารอัตโนมัติ (Automatic Fare Collection) ระบบประตูกันชานชาลา (Platform Screen Door) อุปกรณ์ซ่อมบำรุงภายในและภายนอกศูนย์ซ่อมบำรุง (Depot Workshop Systems) เป็นต้น

โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล (“สายสีน้ำเงิน”) (สถานีหัวลำโพง-สถานีบางซื่อ)

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

โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง 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 การทำงานของอุปกรณ์ งานระบบรถไฟฟ้า และระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการทดลองเดินรถไฟฟ้าให้มีความพร้อมอย่างสมบูรณ์เพื่อให้บริการแก่สาธารณะชน จนสามารถเริ่มการให้บริการการเดินรถไฟฟ้าได้ ซึ่งบริษัทได้จ้าง บมจ. ช.การช่าง เป็นผู้บริหารโครงการ สำหรับการดำเนินงานระยะที่ 1 ของสัญญาสัมปทาน บริษัท และ บมจ. ช.การช่าง ได้จ้างกลุ่มกิจการร่วมค้า มารูเบน-โตชิบา (Marubeni-Toshiba Joint Venture) MTJV ในการจัดการรถไฟฟ้า อุปกรณ์การจ่ายไฟฟ้า ระบบอาณัติสัญญาณ ระบบควบคุม และระบบติดต่อสื่อสาร รวมทั้งการบริการซ่อมบำรุงเป็นระยะเวลา 10 ปี

2.2.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในส่วนของรัฐกิจบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้านั้น ได้ดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้มาตรฐาน ISO 14000 โดยได้มีการดำเนินการป้องกันและควบคุมมลภาวะ การลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของการพัฒนายั่งยืน 3 ด้าน คือด้านสังคม (Society) ด้านเศรษฐกิจ (Economy) และด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) นอกจากนี้ยังได้รายงานผลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พลังงาน และด้านสิ่งแวดล้อม ตามแนวทางของพระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2550 กฎกระทรวง กำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์ และวิธีการจัดการพลังงาน ในโรงงานควบคุมและอาคารควบคุม พ.ศ. 2552 รวมถึงดำเนินงานตามคู่มือการจัดการพลังงานขององค์กร เพื่อการพัฒนายั่งยืนด้วย

การดำเนินงานด้านอนุรักษ์พลังงานและด้านสิ่งแวดล้อม ในส่วนรัฐกิจบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้านั้น บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายของภาครัฐ คือกฎหมายด้านอนุรักษ์พลังงาน และกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และนำมาตรฐานระบบการจัดการด้านพลังงาน (Energy management systems-Requirements with guidance for use) หรือ ISO 50001 รวมถึงระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามสากล (ISO 14001) มาใช้ตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการเดินรถ ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วม และรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง อันนำไปสู่การสร้างการพัฒนายั่งยืน ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐาน ดังนี้

- 1) ระบบการจัดการด้านคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9001:2008
- 2) ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐาน ISO 14001:2004
- 3) ระบบการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยตามมาตรฐาน OHSAS 18001:2007 และตามมาตรฐาน TIS 18001:2011
- 4) ระบบการจัดการด้านความปลอดภัยจาก Lloyd's Register Rail

นอกจากนี้ บริษัทให้การใส่ใจ ดูแลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการให้บริการรถไฟฟ้า MRT เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนและชุมชนข้างเคียงเสมอมา ด้วยการดำเนินการติดตาม ป้องกัน และลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมตามแผนมาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและแผนการตรวจติดตามคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระหว่างการดำเนินงานของโครงการรถไฟฟ้า MRT (Environmental Impact Mitigation Measures and Monitoring Program-EMP) พร้อมทั้งนำส่งรายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการฯ ให้กับสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.)

พิจารณาปีละ 2 ครั้ง ซึ่งผลการตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ครั้ง มีผลการปฏิบัติตามแผนในประเด็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ดังนี้

(1) คุณภาพอากาศ

ผลการตรวจวัดคุณภาพอากาศบริเวณพื้นที่อ่อนไหวรอบเส้นทาง จำนวน 6 จุด ด้วยความถี่ในการตรวจวัดทุก 4 เดือนพบว่า ปริมาณฝุ่นละอองรวมทั้งหมด (TSP) ปริมาณฝุ่นละอองขนาดเล็ก (PM10) และปริมาณก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ (CO) ในทุกพื้นที่มีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่มาตรฐานกำหนด

(2) คุณภาพอากาศภายในสถานีรถไฟฟ้าและขบวนรถไฟฟ้า

ผลการตรวจวัดคุณภาพอากาศภายในสถานีรถไฟฟ้าและขบวนรถไฟฟ้าทั้งในช่วงเวลาเร่งด่วนและช่วงเวลาปกติ ซึ่งดำเนินการตรวจวัดคุณภาพอากาศ ทุก 4 เดือน พบว่า ปริมาณแบคทีเรียและเชื้อรารวม อัตราการระบายอากาศ อุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์ อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานทั้งหมด

(3) ระดับเสียงทั่วไปและระดับการรบกวนบริเวณศูนย์ซ่อมบำรุง

ผลการตรวจวัดระดับเสียง 1 ครั้งต่อปี พบว่า มีระดับเสียงทั่วไปเฉลี่ยไม่เกิน 70 เดซิเบล เอ (dBA) โดยมีระดับเสียงสูงสุดไม่เกิน 115 dBA อยู่ในเกณฑ์ที่มาตรฐานกำหนด และระดับการรบกวนบริเวณศูนย์ซ่อมบำรุงมีค่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานและไม่เป็นเสียงรบกวน

(4) แสงสีสะท้อนและระดับเสียงภายในสถานีรถไฟฟ้า

ผลการตรวจวัดความสั่นสะเทือนและระดับเสียงภายในสถานีรถไฟฟ้า พบว่า มีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่มาตรฐานกำหนด

(5) คุณภาพน้ำทิ้ง

ผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้งในสถานีรถไฟฟ้า 18 สถานี ศูนย์ซ่อมบำรุง และอาคารบริหาร/อาคารโรงอาหาร พบว่า มีค่าอยู่ในเกณฑ์ตามมาตรฐานกำหนด และระบบบำบัดน้ำเสียสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามที่ออกแบบไว้

นอกจากจะมีการตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมแล้ว รถซ่อมบำรุงที่ใช้ภายในศูนย์ซ่อมบำรุงยังเป็นระบบเครื่องยนต์ที่เป็นไปตามมาตรฐาน EURO IV ซึ่งเป็นมาตรฐานการระบายมลพิษจากยานพาหนะ จึงมั่นใจได้ว่าการใช้งานรถซ่อมบำรุงและการบำรุงรักษาจะไม่ก่อให้เกิดมลพิษในระดับอันตราย

2.2.3.3 การประกันภัย

บริษัทได้จัดให้มีกรมธรรม์ประกันภัยกับบริษัทผู้รับประกันภัยภายในประเทศเพื่อครอบคลุมความเสียหายต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ตามความเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้าของบริษัทโดยมีสาระสำคัญของกรมธรรม์หลักโดยสรุป ดังนี้

กรมธรรม์	มูลค่าความคุ้มครอง	ความคุ้มครอง
Industrial All Risks Insurance (Administration Building)	ทุนประกันภัย 366,700,000 บาท	สถานที่เอาประกันภัย: อาคารบริหารและอาคารโรงอาหารและ รอบรั้วบริเวณที่ตั้ง ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 มิถุนายน 2558 - 1 มิถุนายน 2559

กรมธรรม์	มูลค่าความคุ้มครอง	ความคุ้มครอง
Public Liability Insurance (Administration Building)	จำกัดความรับผิด 10,000,000 บาท ต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้งและตลอด ระยะเวลาเอาประกันภัย	สถานที่เอาประกันภัย: อาคารบริหารและอาคารโรงอาหารและ รอบรั้วบริเวณที่ตั้ง ระยะเวลาคุ้มครอง: 1 มิถุนายน 2558 - 1 มิถุนายน 2559
Property All Risks Insurance (Depot & Stations)	ทุน ป ระ กั น ภัย 350,000,000 เหรียญสหรัฐ สำหรับความเสียหาย รวมต่อครั้ง	สถานที่เอาประกันภัย: อาคารศูนย์ซ่อมบำรุงและสถานีและ รอบเส้นทางบริเวณที่ตั้ง ระยะเวลาคุ้มครอง: 3 กรกฎาคม 2558 - 3 กรกฎาคม 2559
Public Liability Insurance (Depot & Stations)	จำกัดความรับผิด 40,000,000 เหรียญสหรัฐ	สถานที่เอาประกันภัย: อาคารศูนย์ซ่อมบำรุงและสถานีและ รอบเส้นทางบริเวณที่ตั้ง ระยะเวลาคุ้มครอง: 3 กรกฎาคม 2558 - 3 กรกฎาคม 2559
Terrorism Insurance	จำกัดความรับผิด 10,000,000 เหรียญสหรัฐ	ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย : อาคารบริหาร ศูนย์ซ่อมบำรุง สถานี อุโมงค์ และทรัพย์สินภายในอาคารและ อุโมงค์ ราง รถไฟฟ้า และทรัพย์สินอื่นๆ ของระบบรถไฟฟ้าใต้ดิน รวมถึงธุรกิจ หยุดชะงัก ระยะเวลาคุ้มครอง : 3 กรกฎาคม 2558 - 3 กรกฎาคม 2559

2.2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

งานสัญญาโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง บางใหญ่-ราษฎร์บูรณะ ช่วงบางใหญ่-บางซื่อ (สถานีคลอง
บางไผ่-สถานีเตาปูน) สัญญาที่ 4 สัมปทานสำหรับการลงทุน การจัดการระบบรถไฟฟ้า
การให้บริการการเดินรถและซ่อมบำรุงรักษา

งานระยะที่ 1 : การออกแบบ จัดหาดัดตั้ง ทดสอบการทำงานของอุปกรณ์งานระบบรถไฟฟ้า และระบบ
อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการทดลองเดินรถไฟฟ้าให้มีความพร้อมอย่างสมบูรณ์เพื่อให้บริการแก่
สาธารณะชนจนสามารถเริ่มการให้บริการการเดินรถไฟฟ้าได้ โดยมีระยะเวลารวมทั้งสิ้นไม่เกิน 1,200 วัน
นับจากวันลงนามในสัญญาสัมปทาน (วันที่ 4 กันยายน 2556) มูลค่างานรวม 20,011 ล้านบาท
โดยความคืบหน้าของโครงการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 88 และคาดว่าจะเปิด
ให้บริการได้ภายในปี 2559

2.3 ธุรกิจพัฒนาเชิงพาณิชย์

2.3.1 ลักษณะบริการ

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า

ในส่วนของการรายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์จากโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน บริษัทเป็นผู้ดำเนินการ และให้สิทธิแก่บริษัทย่อย คือ BMN เป็นผู้ดำเนินการ ดังนี้

1. จัดหา และ/หรือ จัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ

จัดหา และ/หรือ จัดทำป้ายหรือสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน 18 แห่ง และ ภายในขบวนรถไฟฟ้า 19 ขบวน (รถไฟฟ้า MRT) ประกอบด้วยสื่อโฆษณาหลากหลายรูปแบบและ ขนาด อาทิ กล้องไฟ สื่อสติ๊กเกอร์ ป้ายโฆษณา Platform Billboard สื่อโฆษณาผ่านระบบ Passenger Information Display System (PIDs) สื่อ Digital Media

2. ให้เช่าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT

ให้เช่าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT จำนวน 11 สถานี ประกอบด้วย สถานีคลองเตย ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ สุขุมวิท เพชรบุรี พระรามเก้า ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย รัชดาภิเษก ลาดพร้าว พหลโยธิน สวนจตุจักร กำแพงเพชร และพื้นที่ชั้นใต้ดินอาคารจอดรถที่สถานีลาดพร้าว ซึ่งคิดเป็นพื้นที่เช่าเชิงพาณิชย์รวมทั้งหมดประมาณ 14,236 ตารางเมตร (พื้นที่สำหรับร้านค้าปลีกและพื้นที่สำหรับส่งเสริมการขาย) ปัจจุบันเปิดดำเนินการไปแล้ว 5 สถานี ได้แก่ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร สถานีกำแพงเพชร และสถานีพระราม 9

3. ให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม

ให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม โดยเฉพาะเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone Network) ทั้งในสถานีรถไฟฟ้าและในอุโมงค์เดินรถไฟฟ้า ระบบ Hi-Speed Internet และระบบ Wi-Fi ระบบสัญญาณโทรคมนาคมในสถานีรถไฟฟ้าและในอุโมงค์เดินรถไฟฟ้า ในรูปแบบระบบ 2G และ 3G โดยจะมีการพัฒนาการให้บริการเทคโนโลยีเป็นสัญญาณโทรศัพท์และ อินเทอร์เน็ต 4G ในอนาคต

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบทางพิเศษ

สำหรับการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในเขตพื้นที่ระบบทางพิเศษ บริษัทและบริษัทย่อย คือ NECL ได้ให้ บริษัทเอกชนและบุคคลเช่าพื้นที่เพื่อดำเนินการในเชิงพาณิชย์ ดังนี้

1. ติดตั้งป้ายรายงานสภาพจราจรและป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์

อนุญาตให้บริษัทเอกชนติดตั้งป้ายรายงานสภาพจราจรบนสายทางหลักและบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์บริเวณต่างๆ เช่น หน้าด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ หน้าตู้เก็บค่าผ่านทางพิเศษ เสาต่อม่อทางพิเศษ และกำแพงกันตกของทางพิเศษ เป็นต้น

2. ร้านค้าบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ

อนุญาตให้บริษัทเอกชนและบุคคลทั่วไปเช่าพื้นที่ร้านค้าเพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้ทางพิเศษบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษประชาชน ศรีนครินทร์ และบางปะอิน

3. ดำเนินธุรกิจอื่นๆ

อนุญาตให้บริษัทเอกชนใช้พื้นที่ในเขตทางพิเศษเพื่อติดตั้งระบบกระจายสัญญาณ 3G เป็นต้น

2.3.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.3.2.1 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ประกอบด้วย การจัดหาและ/หรือ จัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ภายในสถานีและขบวนรถไฟฟ้า การให้เช่าพื้นที่ร้านค้า และการให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งมีลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกันตามประเภทการให้บริการ ดังนั้น การพัฒนาเชิงพาณิชย์ดังกล่าวสามารถแบ่งลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดังนี้

1. จัดหา และ/หรือ จัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ

การจัดหา และ/หรือ จัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ เป็นรูปแบบของการสื่อสารข้อมูลจากเจ้าของสินค้าและบริการไปยังประชาชนผู้ใช้บริการซึ่งผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT กลุ่มหลักประกอบด้วย กลุ่มนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท ดังนั้น กลุ่มลักษณะลูกค้าของบริษัทหลักๆ ได้แก่ กลุ่มสื่อสารโทรคมนาคม อาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มภาพยนตร์ กลุ่มสินค้าความสวยงาม กลุ่มเสื้อผ้าและเครื่องประดับ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มการท่องเที่ยว กลุ่มประกันชีวิตและประกันภัย กลุ่มสินค้าเทคโนโลยี กลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค กลุ่มสถาบันการเงิน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องไปกับกลุ่มสินค้าและบริการที่ใช้งบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในธุรกิจอุตสาหกรรมโฆษณา

2. ให้เช่าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกันในแต่ละสถานีที่เปิดให้บริการ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการวาง Concept ของแต่ละสถานีซึ่งจะถูกวางให้สอดคล้องกับจุดเด่นที่ตั้งของสถานี พฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และปัจจัยทางกายภาพภายนอก ดังนั้น กลุ่มลูกค้าผู้เช่าพื้นที่ในปัจจุบันจึงมีตั้งแต่ผู้ประกอบการ SME ไปจนถึงกลุ่มสินค้า Brand หลักๆ ที่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคที่สามารถสนองตอบต่อ Life Style ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าได้

3. ให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม

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

ในส่วนของการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในระบบทางพิเศษจะเป็นการให้เอกชนและบุคคลเช่าพื้นที่เพื่อดำเนินกิจการต่างๆ ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนั้นๆ อาทิเช่น บริษัทผู้ผลิตสื่อโฆษณา บริษัทผู้ให้บริการเกี่ยวกับระบบโทรคมนาคม สำหรับร้านค้ากลุ่มลูกค้าจะเป็นบุคคลทั่วไป

2.3.2.2 นโยบายและกลยุทธ์การตลาด

(1) กลยุทธ์ด้านบริการและผลิตภัณฑ์

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า

จัดให้มีบริการพัฒนาเชิงพาณิชย์เพื่อสร้างความสะดวกสบายและสีสันของการเดินทางให้แก่ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT รวมถึงประชาชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสถานีรถไฟฟ้า MRT ซึ่งการให้บริการพัฒนาเชิงพาณิชย์ดังกล่าวเป็นการเพิ่มรายได้ ได้แก่

- ร้านค้า (Retail Area) บนพื้นที่กว่า 25,000 ตารางเมตร (รวมพื้นที่ส่วนกลาง) มีร้านค้าและพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมเกือบ 500 ร้านค้า ภายใน 11 สถานีรถไฟฟ้า MRT ปัจจุบันเปิดบริการแล้ว 5 สถานี คือ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร สถานีกำแพงเพชร และสถานีพระราม 9 และเริ่มทดลองเปิดให้บริการ (บางส่วน) ที่สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย
- สื่อโฆษณาแบบป้ายนิ่ง (Advertising Panel) ที่มีหลากหลายรูปแบบติดตั้งอยู่ทั่วบริเวณของสถานีรถไฟฟ้า MRT และภายในขบวนรถไฟฟ้า เช่น รูปแบบสติ๊กเกอร์ที่ผนังกระจกที่ชั้นชานชาลาเป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสื่อโฆษณาที่มีความน่าสนใจในลักษณะที่เป็นสื่อ Product Showcase สื่อโฆษณา Out of Box สื่อมีกลิ่น โดยสามารถนำสื่อหลายประเภทมาผสมผสานสร้างความแตกต่าง ความหลากหลาย
- สื่อโฆษณาบนห่วงมือจับ (Hand Grip) ภายในขบวนรถไฟฟ้า สื่อบนเก้าอี้พักคอยที่ชั้นชานชาลา สื่อบนราวจับบันไดเลื่อน
- สื่อโฆษณาแบบมีเดีย (Advertising Media) ติดตั้งบริเวณชั้นชานชาลาของสถานีรถไฟฟ้า MRT และภายในขบวนรถไฟฟ้า (Passenger Information Display - PID) รวมถึงสื่อ Digital Media ที่เป็นการพัฒนาพื้นที่ติดตั้งสื่อกลางแจ้งและป้ายในอุโมงค์เดิมให้มีความทันสมัย และเป็นการสร้างความน่าสนใจให้กับสื่อ
- บริการสื่อสารโทรคมนาคม (Communication) โดยเฉพาะเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone Network) ทั้งในสถานีรถไฟฟ้า MRT และในอุโมงค์เดินรถไฟฟ้า รองรับ 4G รวมถึงการติดตั้งระบบโทรศัพท์สาธารณะในสถานีต่างๆ ด้วย
- บริการเครื่องเบิกถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) เครื่องฝากเงินของธนาคารต่างๆ และเครื่องบริการอัตโนมัติอื่นๆ เช่น เครื่องเติมเงินมือถือของ AIS Kiosk, True Kiosk และเครื่องเติมเงินของบุญเติม เป็นต้น
- บุธแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์ขึ้นที่สถานีพระราม 9 บริเวณที่เชื่อมต่อกับศูนย์การค้า Central Plaza Grand Rama 9

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบทางพิเศษ

- จัดให้มีป้ายรายงานสภาพจราจรแบบแผนที่และข้อความ เพื่อให้ข้อมูลด้านการจราจรแก่ผู้ใช้ทางพิเศษ รวมทั้งจัดให้มีป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์บริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ บริเวณกำแพงกันตก บริเวณเสาดมอทางพิเศษ และบริเวณหน้าตู้เก็บค่าผ่านทางพิเศษ รวมจำนวนทั้งสิ้น 292 ป้าย
- จัดให้มีร้านค้าและห้องน้ำสาธารณะเพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้ทางพิเศษ บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษศรีรัชและอุดรรัถยา จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษศรีนครินทร์ บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษประชาชื่นฝั่งขาเข้า บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษบางปะอินขาเข้า และบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษบางปะอินขาออก

(2) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การสร้างความรักในตราสินค้า (Brand Loyalty) และสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์การตอบแทนลูกค้า และสังคม เป็นการปลูกฝังทัศนคตินี้ให้แก่เยาวชนกลุ่มเป้าหมายและผู้ใช้บริการ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) อย่างต่อเนื่อง อาทิ ความร่วมมือกับพันธมิตรและบริษัทผู้รับสิทธิในการพัฒนาเชิงพาณิชย์ (BMN) ในการจัดกิจกรรมแนะนำการทำข้อสอบ GAT โดยคุณครูสมศรี ภายใต้กิจกรรม “ MRT พาน้องพิชิต GAT “ ตั้งแต่ปี 2552 การ

สนับสนุนการใช้พื้นที่และร้านค้าภายในศูนย์การค้า Metro Nine สถานีพระราม 9 กับ นิตยสาร “ชีวจิต” ในการทำกิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกายแบบต่างๆ เช่น โยคะ รำกระบอง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรม “M Care สุขภาพดี ชีวิตปลอดภัย ปี 6” ให้ผู้โดยสารตรวจเช็คสุขภาพฟรี! กับโรงพยาบาลและสถาบันชั้นนำ และกิจกรรม Share 2 Child สำหรับน้องๆ เยาวชน และโรงเรียนรายรอบเส้นทางรถไฟฟ้าของบริษัท มาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 และในปี 2558 ในโอกาสครบรอบ 11 ปี การเปิดให้บริการรถไฟฟ้า MRT บริษัทได้จัดโครงการ “MRT 11 ปี ส่งความสุข รับผิดชอบต่อสังคม” ซึ่งรางวัลถ้วยเกียรติยศ การศึกษา และทัศนศึกษาที่ประเทศญี่ปุ่น นอกจากนี้ยังได้จัดกิจกรรมร่วมกับ BMN เพื่อจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรม “Metro Mall Summer Trip ชีวิตดีดีเที่ยวฟรีทั่วไทย” ที่สถานีพระราม 9 และ นิทรรศการ “นิทรรศน์ พัสดารมณีนครราชินี” เทิดพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น

(3) กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายมีลักษณะแตกต่างกันตามรูปแบบการให้บริการเชิงพาณิชย์ โดยหลักๆ แบ่งเป็นการนำเสนอและติดต่อโดยตรงกับลูกค้าที่สนใจ และขายผ่านพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัท

2.3.2.3 ภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

ในปี 2558 ภาพเศรษฐกิจโดยรวมยังมีแนวโน้มฟื้นตัวไม่มากนัก แต่เม็ดเงินในอุตสาหกรรมโฆษณายังสามารถเติบโตได้ โดยมีเม็ดเงินโฆษณาในปี 2558 รวม 132,358 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ที่ใช้งบไป 127,335 ล้านบาท หรือเติบโตขึ้นประมาณ 4% โดยสื่อที่ได้รับความนิยมและเติบโตสูงสุดได้แก่ สื่อกลุ่มดิจิทัลทีวีและสื่อกลุ่มทรานสิท โดยดิจิทัลทีวีมีรายได้รวมในปี 2557 อยู่ที่ 8,580 ล้านบาท และเมื่อสิ้นสุดปี 2558 มีรายได้เพิ่มขึ้นถึง 20,931 ล้านบาท หรือมีการเติบโตสูงขึ้น 144% และสื่อกลุ่มทรานสิทมีรายได้ในปี 2557 รวมแล้ว 3,813 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 4,478 ล้านบาท ในปี 2558 หรือเติบโตขึ้นถึง 17.44% เนื่องมาจากผู้ประกอบการมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ ที่สามารถโฆษณาสอดแทรกไปกับชีวิตประจำวันของผู้คนได้อย่างกลมกลืนและมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น ความนิยมชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ การใช้เวลาบนท้องถนนจากการจราจรที่ติดขัด การใช้รถไฟฟ้าใต้ดิน หรือรถโดยสารสาธารณะ เป็นต้น

จากภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ ทำให้รายได้ต่อครัวเรือนของประชากรลดลง ส่งผลถึงการใช้จ่ายของประชาชนน้อยลงจากเดิม ผู้ประกอบการจึงต้องใช้งบประมาณโฆษณาที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างคุ้มค่า โดยถึงแม้งบประมาณโฆษณาจะเติบโตขึ้นไม่มากนัก แต่สื่อกลุ่มทรานสิทยังสามารถเติบโตได้อย่างโดดเด่น และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2559 ด้วยเหตุนี้ จึงส่งผลดีกับบริษัทที่เป็นผู้ให้บริการระบบรถไฟฟ้า MRT เนื่องจากในอนาคตจำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้าและโครงข่ายรถไฟฟ้าที่เพิ่มมากขึ้น จะสะท้อนให้เห็นถึงจำนวนผู้ชมสื่อโฆษณาเคลื่อนที่ในกลุ่มรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้า MRT ที่มีจำนวนมากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้จากการที่พื้นที่บริเวณสถานีที่มีลักษณะปิดจากภายนอก จึงส่งผลให้ผู้ให้บริการให้ความสนใจสื่อโฆษณาในระบบมากขึ้น เนื่องจากโอกาสที่จะถูกดึงดูดสายตาสิ่งอื่นนั้นน้อยในระดับต่ำ โดยเฉพาะสื่อประเภทดิจิทัลทีวีที่มีภาพลักษณ์ที่ดูทันสมัย อีกทั้งยังเป็นการขยายฐานลูกค้าให้กับทางบริษัทช่วยให้เพิ่มมากขึ้นด้วย

แหล่งที่มา : - เดอะเนชั่นคอมปะนี (ประเทศไทย)
- สมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT)

พื้นที่ให้เช่าและบริการ

โครงการพื้นที่ค้าปลีกในประเทศไทย จำแนกเป็นศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์สโตร์ มอลล์ สเปเชียลตี้สโตร์เอนเตอร์เทนเมนต์คอมเพล็กซ์ คอมมูนิตี้มอลล์ และพื้นที่ค้าปลีก สนับสนุนโดยแนวโน้มอุตสาหกรรมค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีการแข่งขันที่สูงขึ้น จะเห็นได้จากการเกิดคอมมูนิตี้มอลล์ในเมืองที่เพิ่มขึ้นและมีการขยายตัวรวดเร็วที่สุด โดยเฉพาะพื้นที่ศูนย์การค้าและคอมมูนิตี้มอลล์ที่เปิดตัวตั้งแต่ต้นปี 2558 ที่ผ่านมาสูงเกิน 1 ล้านตารางเมตร กรุงเทพฯ ยังคงเป็นเมืองที่แบรนด์หรือร้านค้าต่างชาติให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ของเอเชียอยู่ ร้านเหล่านี้เข้ามาเปิดร้าน หรือสาขาในกรุงเทพฯ และหัวเมือง ท้องที่ต่างๆ ต่อเนื่อง และจะยังคงมีต่อไปในอนาคต อัตราการเช่าของโครงการพื้นที่ค้าปลีก ต่างๆ ในกรุงเทพฯ และพื้นที่โดยรอบค่อนข้างสูง

2.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

2.3.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทและบริษัทย่อยเป็นผู้ดำเนินการธุรกิจเชิงพาณิชย์ของโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ในการ 1) จัดหา และ/หรือ จัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ 2) ให้เช่าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT และ 3) ให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม

สำหรับในส่วนของการโฆษณา บริษัทและบริษัทย่อยได้ให้เอกชนเช่าพื้นที่ในเขตทางพิเศษเพื่อติดตั้งป้ายรายงานสภาพจราจรและป้ายโฆษณาในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งให้เช่าพื้นที่ร้านค้า บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทาง และการดำเนินธุรกิจอื่นๆ อาทิ ใช้พื้นที่ในเขตทางพิเศษเพื่อติดตั้งระบบกระจายสัญญาณ 3G เป็นต้น

2.3.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้การใส่ใจ ดูแลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชั้นร้านค้า ในระบบรถไฟฟ้าเช่นกัน เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนและชุมชน รายละเอียดปรากฏตามหัวข้อ 2.2.3.2

2.3.3.3 การประกันภัย

กรมธรรม์	มูลค่าความคุ้มครอง	ความคุ้มครอง
Property All Risks Insurance (Retail Areas)	ทุนประกันภัยส่วนที่ 1 372,086,193 บาท ทุนประกันภัยส่วนที่ 2 151,431,097 บาท	ส่วนที่ 1 ความเสียหายต่อทรัพย์สิน ส่วนที่ 2 ธุรกิจหยุดชะงัก สถานที่เอาประกันภัย : พื้นที่พัฒนาเชิงพาณิชย์ภายในสถานีรถไฟฟ้า ระยะเวลาคุ้มครอง : 3 กรกฎาคม 2558 – 3 กรกฎาคม 2559
Public Liability (Retail Areas)	จำกัดความรับผิด 40,000,000 บาท	สถานที่เอาประกันภัย : พื้นที่พัฒนาเชิงพาณิชย์ภายในสถานีรถไฟฟ้า ระยะเวลาคุ้มครอง : 3 กรกฎาคม 2558 – 3 กรกฎาคม 2559

2.3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -