

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทและบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจโดยเป็นผู้รับสัมปทานจากภาครัฐ ดังนี้ 1) ผู้รับสัมปทานในการก่อสร้างและบริหารทางพิเศษคือ ทางพิเศษศรีรัช ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร และทางพิเศษอุดรรัถยา 2) ผู้รับสัมปทานการให้บริการการเดินรถไฟฟ้าระบบขนส่งมวลชนโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน และโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง นอกจากนี้เป็นผู้รับสัมปทาน บริษัทได้ดำเนินธุรกิจพัฒนาเชิงพาณิชย์ภายใต้สัมปทานที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจุบัน บริษัทและบริษัทย่อยมีโครงสร้างรายได้ดังต่อไปนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

โครงสร้างรายได้รวม (เสมือนควบบริษัท)	ดำเนินการโดย	ร้อยละการถือหุ้นของบริษัท	ข้อมูลทางการเงินรวม					
			สำหรับรอบปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2559		สำหรับรอบปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2558 ⁽¹⁾		สำหรับรอบปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2557 ⁽¹⁾	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากธุรกิจทางพิเศษ			9,301	70.3%	8,815	67.3%	8,485	71.4%
รายได้ค่าผ่านทาง	บริษัท		7,978	60.3%	7,606	58.0%	7,352	61.9%
รายได้ค่าผ่านทาง	บริษัทย่อย (NECL)	99.99 ⁽²⁾	1,323	10.0%	1,209	9.2%	1,133	9.5%
รายได้จากธุรกิจระบบราง			3,230	24.4%	2,374	18.1%	2,248	18.9%
รายได้ค่าโดยสารและค่าบริการเดินรถไฟฟ้า	บริษัท		3,230	24.4%	2,374	18.1%	2,248	18.9%
รายได้จากธุรกิจพัฒนาเชิงพาณิชย์			573	4.3%	549	4.2%	501	4.2%
รายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์	บริษัท		78	0.6%	81	0.6%	285	2.4%
รายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์	บริษัทย่อย (BMN)	65.19	495	3.7%	468	3.6%	216	1.8%
กำไรจากเงินลงทุน ⁽³⁾			31	0.2%	1,298	9.9%	537	4.5%
รายได้อื่น ⁽⁴⁾			98	0.8%	69	0.5%	113	1.0%
รวมรายได้			13,233	100%	13,105	100%	11,884	100%

หมายเหตุ : (1) ข้อมูลทางการเงินรวมเสมือน

(2) บริษัท (เดิมคือ BECL) ได้เข้าถือหุ้น 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 เป็นโครงการในลักษณะ 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 กรมสิทธิในสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือใช้ประโยชน์ในทางพิเศษศรีรัชจะตกเป็นของ กทพ. โดย กทพ. ลงทุนก่อสร้างและบริหารทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนชั้นที่ 1) ระยะทาง 27.1 กิโลเมตร ซึ่งบริษัทรับมาซึ่งสิทธิในการเข้าบริหารทางพิเศษศรีรัช และมีสิทธิได้รับส่วนแบ่งรายได้จากค่าผ่านทางของทั้งทางพิเศษเฉลิมมหานคร และทางพิเศษศรีรัช ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ในสัญญาโครงการระบบทางด่วนชั้นที่ 2 ซึ่งมีระยะเวลาสัมปทาน 30 ปี นับจากวันที่ 1 มีนาคม 2533 และสัญญาเพื่อการต่อขยายโครงการระบบทางด่วนชั้นที่ 2 ส่วนดี ซึ่งมีระยะเวลาสัมปทาน 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 22 เมษายน 2540

2) ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร

บริษัทรับมาซึ่งสัญญาสัมปทานการลงทุนออกแบบก่อสร้างบริหารจัดการ ให้บริการ และบำรุงรักษาโครงการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร โดยมีหน้าที่ในการออกแบบและก่อสร้างจัดหาและติดตั้งอุปกรณ์และระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีหน้าที่ในการบริหารจัดการ ให้บริการและบำรุงรักษาทางพิเศษรวมทั้งการเรียกเก็บค่าผ่านทาง เพื่อแลกเปลี่ยนกับสิทธิในรายได้ค่าผ่านทางและรายได้อื่นๆ (ถ้ามี) โดยมีแนวเส้นทางเริ่มต้นที่ถนนกาญจนาภิเษก และเชื่อมต่อกับทางพิเศษศรีรัชบริเวณด้านเหนือของสถานีขนส่งหมอชิต 2 ระยะทาง 16.7 กิโลเมตร ทั้งนี้ บริษัทเป็นผู้รับภาระในการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด และแบ่งผลตอบแทนหรือให้ประโยชน์แก่ กทพ. ตามที่กำหนดไว้ในสัญญา ซึ่งมีระยะเวลาสัมปทาน 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2555 โดยเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2559

3) ทางพิเศษอุดรรัถยา

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

รายละเอียดของเครือข่ายที่เชื่อมโยงระบบทางพิเศษส่วนต่างๆ ดังนี้

ระบบทางพิเศษ	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ก่อสร้างและบริหารงาน โดย
1. ทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนชั้นที่ 1) (บางนา-ดินแดง-ดาวคะนอง)	27.1	กทพ.
2. ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนชั้นที่ 2) 2.1 ส่วนในเมือง (ประชาชื่น-พญาไท-บางโคล่-อโศก) 2.2 ส่วนนอกเมือง (ประชาชื่น-แจ้งวัฒนะ และอโศก-ศรีนครินทร์)	38.5	บริษัท
3. ทางพิเศษอุดรรัถยา (บางปะอิน-ปากเกร็ด)	32.0	NECL
4. ทางพิเศษอุดรรัถยา (ดอนเมือง-โกลด์เวย์)	28.0	บมจ. ทางยกระดับ ดอนเมือง
5. ทางพิเศษฉลองรัชรวมส่วนต่อขยาย (รวมอินทรา-อโศก-แจ้งวัฒนะ) และรวมอินทรา-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร)	42.4	กทพ.
6. ทางพิเศษบูรพาวิถี (บางนา-ชลบุรี)	56.7	กทพ.

ระบบทางพิเศษ	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ก่อสร้างและ บริหารงาน โดย
7. ทางพิเศษกาญจนาภิเษก (บางพลี-สุขสวัสดิ์) และทางหลวงหมายเลข 37 (ช่วงสุขสวัสดิ์-บางขุนเทียน) รวมทางเชื่อมต่อนวงแหวนอุตสาหกรรม	42.3	กทพ.
8. ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร	16.7	บริษัท
รวมระยะทางทั้งสิ้น	283.7	

2.1.2 ส่วนแบ่งรายได้ค่าผ่านทาง

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

ทางพิเศษ	ลักษณะโครงข่าย	ระยะทาง (กม.)	วันที่เปิด บริการ	รายได้	การแบ่งรายได้ บริษัท : กทพ.
เฉลิมมหานคร					
ดินแดง-ท่าเรือ	ในเขตเมือง	8.9	4 ม.ค. 2524	บริษัท และ กทพ.	- 9 ปีแรก 60:40 - ระยะเวลาระหว่าง 9 ปีแรก และ 9 ปี สุดท้าย 50:50 - 9 ปีสุดท้าย 40:60
บางนา-ท่าเรือ	ในเขตเมือง	7.9	17 ม.ค. 2526		
ท่าเรือ-ดาวคะนอง	ในเขตเมือง	10.3	8 ส.ค. 2530		
ศรีรัช					
ส่วนแอ พระราม 9-รัชดาภิเษก	ในเขตเมือง	12.4	2 ก.ย. 2536	บริษัท และ กทพ.	- 9 ปีแรก 60:40 - ระยะเวลาระหว่าง 9 ปีแรก และ 9 ปี สุดท้าย 50:50 - 9 ปีสุดท้าย 40:60
ส่วนบี พญาไท-บางโคล่	ในเขตเมือง	9.4	6 ต.ค. 2539		
ส่วนซี รัชดาภิเษก-แจ้งวัฒนะ	นอกเขตเมือง	8.0	2 ก.ย. 2536 ระยะที่หนึ่ง	บริษัท	- 100 : 0
ส่วนดี พระราม 9-ศรีนครินทร์	นอกเขตเมือง	8.7			
ศรีรัช-วงแหวนรอบนอก กรุงเทพมหานคร	นอกเขตเมือง	16.7	22 ส.ค. 59	บริษัท	- 100 : 0
อุดรรัถยา					
แจ้งวัฒนะ-เชียงราก	นอกเขตเมือง	22	2 ธ.ค. 2541	บริษัทย่อย (NECL)	- 100 : 0
เชียงราก-บางโพ	นอกเขตเมือง	10	1 พ.ย. 2542		

2.1.3 อัตราค่าผ่านทาง

ทางพิเศษ / ด่านเก็บค่าผ่านทาง	อัตราค่าผ่านทาง (บาท/เที่ยว)		
	4 ล้อ	6-10 ล้อ	มากกว่า 10 ล้อ
ทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนชั้นที่ 1)	50	75	110
ยกเว้น ด่านอาจนรงค์ 1 (ไปบางนา)	40 *	65 *	100 *
ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนชั้นที่ 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
ด่านประชาชื่น 1 (ขึ้นจากถนนประชาชื่น) ด่านประชาชื่น 2 (ลงสู่ถนนประชาชื่น) ด่านงามวงศ์วาน 1 (ขาออก) ด่านงามวงศ์วาน 2 (ขาเข้า)	15	20	35
ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอก กรุงเทพมหานคร	50 **	80 **	115 **
ทางพิเศษอุดรรัถยา	45	100	150
ยกเว้น ด่านเมืองทองธานี ด่านบางปะอิน	35 *** 55	90 *** 120	140 *** 180

หมายเหตุ : * อัตรานี้หลังหักส่วนลดพิเศษ 10 บาท สำหรับรถทุกประเภท จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2560
 ** อัตรานี้มีผลใช้บังคับนับแต่วันที่เปิดให้ดำเนินการโครงการเป็นต้นไปเป็นระยะเวลา 5 ปี
 *** อัตรานี้หลังหักส่วนลดพิเศษ 10 บาท สำหรับรถทุกประเภท จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2560

การปรับอัตราค่าผ่านทางของทางพิเศษเฉลิมมหานครและทางพิเศษศรีรัช เป็นไปตามสัญญาโครงการระบบทางด่วนชั้นที่ 2 ซึ่งมีการปรับทุก 5 ปี โดยจะคำนวณการปรับอัตราค่าผ่านทางบนพื้นฐานของอัตราค่าเพิ่มของดัชนีราคาผู้บริโภคสำหรับกรุงเทพมหานครที่ออกโดยกระทรวงพาณิชย์ล่าสุด ทั้งนี้จะปรับอัตราค่าผ่านทางเป็นจำนวนเต็มช่วงละ 5 บาท แต่จะปรับได้ไม่เกินครั้งละ 10 บาท ตลอดระยะเวลา 15 ปีแรกของสัญญา ในกรณีที่เกิดเงินเฟ้อสูงกว่าปกติหรือมีเหตุสุดวิสัย หรือเหตุการณ์ที่เป็นข้อยกเว้น บริษัท และ กทพ. สามารถพิจารณาปรับอัตราค่าผ่านทางตามสมควร โดยมีการปรับอัตราค่าผ่านทางครั้งล่าสุด เมื่อวันที่ 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 ล้อ ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา

และทางพิเศษอุดรรัถยา การปรับอัตราค่าผ่านทางจะมีการปรับทุก 5 ปี โดยจะคำนวณการปรับอัตราค่าผ่านทางบนพื้นฐานของอัตราค่าเพิ่มของดัชนีราคาผู้บริโภคสำหรับกรุงเทพมหานครที่ออกโดยกระทรวงพาณิชย์ล่าสุด ทั้งนี้จะปรับอัตราค่าผ่านทางเป็นจำนวนเต็มช่วงละ 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) เห็นว่าอัตราค่าผ่านทางตามประกาศดังกล่าวยังคงไม่สอดคล้องกับข้อสัญญา

2.1.4 การตลาดและการแข่งขัน

2.1.4.1 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผู้ใช้ทางพิเศษเฉลิมมหานคร ทางพิเศษศรีรัช ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอก และทางพิเศษอุดรรัถยา คือ ผู้ใช้ทางที่มุ่งหวังความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทาง ต้องการระยะเวลาทางในการเดินทางไปยังจุดหมาย รวมทั้งต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาการจราจรตามเส้นทางปกติที่การจราจรติดขัดในพื้นที่ของกรุงเทพและปริมณฑล โดยสามารถจำแนกลูกค้าซึ่งเป็นผู้ใช้ทางตามประเภทของรถที่ใช้ทางพิเศษ ได้แก่ ประเภทรถ 4 ล้อ รถ 6-10 ล้อ และรถมากกว่า 10 ล้อ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 98.02 ร้อยละ 1.74 และร้อยละ 0.24 ตามลำดับ ทั้งนี้ปริมาณจราจรตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2559 ที่ใช้ทางพิเศษสามารถจำแนกตามพื้นที่ได้ดังนี้

ระบบทางพิเศษ	ปริมาณจราจรเฉลี่ย (เที่ยว/วัน)	สัดส่วน %
1. ทางพิเศษเฉลิมมหานคร (ทางด่วนขั้นที่ 1) ⁽¹⁾ (บางนา-ดินแดง-ดาวคะนอง)	367,756	20.72
2. ทางพิเศษศรีรัช (ทางด่วนขั้นที่ 2)		
2.1 ส่วนในเมือง (ประชาชื่น-พญาไท-บางโคล่-อโศก)	324,177	18.26
2.2 ส่วนนอกเมือง (ประชาชื่น-แจ้งวัฒนะ และอโศก-ศรีนครินทร์)	368,534	20.76
3. ทางพิเศษอุดรรัถยา (บางปะอิน-ปากเกร็ด)	81,350	4.58
4. ทางพิเศษฉลองรัช (รามอินทรา-อาจณรงค์ และ รามอินทรา-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร) ⁽¹⁾	209,128	11.78
5. ทางพิเศษบูรพาวิถี (บางนา-ชลบุรี) ⁽¹⁾	139,939	7.88
6. ทางพิเศษกาญจนาภิเษก (บางพลี-สุขสวัสดิ์) ⁽¹⁾ และทางหลวงหมายเลข 37 (ช่วงสุขสวัสดิ์-บางขุนเทียน)	245,910	13.85
7. ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร (เปิดบริการ วันที่ 22 สิงหาคม 2559)	38,128	2.15
รวมปริมาณจราจรทั้งสิ้น	1,774,922	100

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ แหล่งข้อมูล กทพ. ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2559

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 ส่งผลให้ผู้ใช้บริการสามารถเดินทางไปถึงที่หมายได้สะดวกและรวดเร็วกว่าการใช้ถนนพื้นราบ

เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2559 บริษัทได้เปิดให้บริการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ซึ่งเป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ฝั่งกรุงเทพฯ-ฝั่งธนบุรี โดยเชื่อมเส้นทางออกจากทางพิเศษชั้นที่ 2 บริเวณหมอชิต จตุจักร ข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณสะพานพระราม 7 วิ่งขนานบนทางรถไฟสายใต้ โดยผ่านย่านบางพลัด บางบำหรุ ตลิ่งชัน เชื่อมต่อกับสะพานลอยบรมราชชนนีผ่านถนนราชพฤกษ์และสุดทางที่ถนนวงแหวนรอบนอก (ฝั่งตะวันตก) ทำให้ผู้ใช้ทางสามารถเดินทางเชื่อมฝั่งกรุงเทพฯ-ธนบุรีได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

จุดด้อยทางการตลาด คือ ข้อจำกัดทางด้านกายภาพทำให้ไม่สามารถระบายนครบริเวณทางลงทางพิเศษในช่วงเวลาเร่งด่วนซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพการจราจรบนถนนพื้นราบอันเป็นปัจจัยที่มีความไม่แน่นอนที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท ทั้งนี้บริษัทได้มีการประสานงานกับตำรวจจราจรของสถานีตำรวจพื้นราบ รวมทั้งการเชื่อมต่อสัญญาณภาพจากกล้อง CCTV บนทางพิเศษไปยังป้อมตำรวจพื้นราบ เพื่อช่วยระบายนครอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเพิ่มความคล่องตัวของจราจรในระบบด้วยการปรับปรุงจุดขึ้น-ลงต่างๆ ทำให้ผู้ใช้ทางสามารถประหยัดเวลา และผู้ใช้ทางได้รับความสะดวกสบายเพิ่มขึ้น มีคุณภาพชีวิตในการเดินทางในเมืองหลวงที่ดีกว่าเดิม ทำให้ผู้ใช้ทางได้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับมากกว่าการคำนึงถึงปัจจัยทางด้านราคา

ในส่วนของกลยุทธ์ทางการตลาด บริษัทได้มีการดำเนินการ คือ

1) เส้นทางพิเศษและโครงข่ายการให้บริการ (Products)

1. การมีโครงข่ายการให้บริการทางพิเศษซึ่งตั้งอยู่บนทำเลที่ดี และเชื่อมต่อกับถนนหลักของเมือง ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการในการเดินทางของผู้ใช้ทางให้เดินทางไปยังจุดหมายได้ตรงตามต้องการ บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงคุณภาพของสายทางและคุณภาพของการให้บริการที่ดี บริษัทได้ให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้าโดยได้นำมาปรับเป็นกลยุทธ์สำคัญเพื่อเสริมศักยภาพในการรองรับปริมาณจราจรที่หมุนเวียนในระบบให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น
2. การศึกษาความเหมาะสมเพื่อปรับปรุงทางขึ้น-ลงทางพิเศษเป็นอีกมาตรการที่บริษัทนำมาเพิ่มความสะดวกรวดสบายในการเดินทางและรักษาระดับคุณภาพทางพิเศษในด้านความปลอดภัยเชิงวิศวกรรมให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง
3. บริษัทมีการติดตามสถิติปริมาณจราจรอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของบริการ Easy Pass ให้เหมาะสมเพื่อปรับปรุงการให้บริการและรองรับจำนวนผู้ใช้ทางพิเศษที่เพิ่มขึ้น บริษัทได้เพิ่มจำนวนช่องบริการ Easy Pass บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษต่างๆ ในทางพิเศษศรีรัช ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ เพื่อรองรับปริมาณผู้ใช้บัตร Easy Pass ที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้บริษัทได้ดำเนินการปรับย้ายตำแหน่งช่องทาง Easy Pass เพื่อให้ผู้ใช้บริการ Easy Pass เข้าใช้บริการได้สะดวกและปลอดภัยมากขึ้น และลดการติดกระแสระจราจรระหว่างช่องเก็บค่าผ่านทางแบบเงินสดและช่องทาง Easy Pass ซึ่งบรรเทาปัญหาการจราจรคับคั่งบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทาง
4. การศึกษาแนวเส้นทางใหม่ๆ เพื่อรองรับทิศทางการเติบโตของเมือง (Urbanization) ที่จะขยายตัวในอนาคตโดยเฉพาะพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ตลอดจนการศึกษากฎกติกาการเดินทางของผู้ใช้ทางจัดเป็นการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการขยายขอบข่ายการให้บริการทางพิเศษ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มช่องทางการให้บริการที่ตอบรับกับความต้องการของผู้ใช้ทางในอนาคตได้เป็นอย่างดี

5. บริษัทได้มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการจราจรผ่านป้ายจราจรอัจฉริยะ (Smart Traffic) และป้ายสลับข้อความ (VMS) เพื่อให้ผู้ใช้ทางทราบถึงสภาพจราจรบนระบบทางพิเศษตลอดจนการแนะนำการเดินทางบนเส้นทางพิเศษให้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
6. บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงป้ายแนะนำการใช้ทางพิเศษบนถนนพื้นราบ ทั้งที่เป็นถนนสายหลักและถนนซอยในกรุงเทพและปริมณฑลอย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ทางและเพิ่มความมั่นใจในการเข้าใช้ทางพิเศษ โดยบริษัทจะเน้นการให้ข้อมูลสถานที่สำคัญในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกับทางขึ้น-ลงทางพิเศษส่วนต่างๆ ผ่านเว็บไซต์และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าที่เป็นผู้ใช้ทางได้รับความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง

2) อัตราค่าผ่านทาง (Price)

1. การกำหนดอัตราค่าผ่านทางพิเศษ ได้มีการตกลงและกำหนดอัตราค่าผ่านทาง ตลอดจนวิธีการพิจารณาการคำนวณปรับอัตราค่าผ่านทางใหม่ไว้ในสัญญาโครงการเป็นการล่วงหน้า ซึ่งอัตราดังกล่าวเป็นอัตราที่ได้มีความเห็นชอบร่วมกันว่าเป็นอัตราที่เหมาะสมตามผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของแต่ละโครงการ กล่าวคือสัญญาโครงการระบบทางด่วนขั้นที่ 2 สัญญาเพื่อการต่อขยายโครงการระบบทางด่วนขั้นที่ 2 ส่วนดี และสัญญาโครงการทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ดได้กำหนดให้มีการพิจารณาปรับอัตราค่าผ่านทางใหม่เป็นประจำทุก 5 ปี โดยอ้างอิงตามการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภคกรุงเทพฯ ที่ได้มีการออกประกาศโดยกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งการคำนวณดังกล่าวเป็นการคำนวณเพื่อรักษามูลค่าที่แท้จริงของอัตราค่าผ่านทางตามระยะเวลาที่กำหนดของสัญญา และการพิจารณาปรับอัตราค่าผ่านทางของทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ เป็นไปตามสัญญาสัมปทาน กล่าวคือ จะมีการปรับทุก 5 ปี นับแต่วันเปิดดำเนินการโครงการตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
2. บริษัทได้มอบส่วนลดค่าผ่านทางให้กับผู้ใช้ทางอย่างต่อเนื่องในบางเส้นทาง โดยมีการกำหนดระยะเวลาสิ้นสุดเป็นคราวๆ ไป เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้ทางหันมาใช้ทางพิเศษมากขึ้น โดยเฉพาะเส้นทางที่มีจุดเชื่อมต่อระหว่างระบบทางพิเศษ เช่น บริเวณด่านอากาศยาน 1 (จากทางพิเศษฉลองรัชมุ่งหน้าเข้าทางพิเศษเฉลิมมหานคร บริเวณบางนา) และด่านเมืองทองธานีของทางพิเศษอุดรรัถยา ซึ่งบริษัทร่วมกับ กทพ. ได้ให้ส่วนลดมาอย่างต่อเนื่อง และขยายเวลาการให้ส่วนลดจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2560

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

1. การชำระค่าผ่านทางพิเศษ
 - 1.1 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 คือชำระด้วยเงินสด หรือชำระผ่านระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Electronic Toll Collection System, ETCS) หรือ Easy Pass
 - 1.2 ผู้ใช้บริการทางพิเศษอุดรรัถยาที่เชื่อมต่อระบบทางพิเศษศรีรัชออกสู่ด้านทิศเหนือของกรุงเทพฯ มีระยะทาง 32 กิโลเมตร ซึ่งมีด่านเก็บค่าผ่านทางจำนวน 10 จุด โดยจะต้องชำระเงินค่าผ่านทางที่ด่านเก็บเงิน ณ จุดทางขึ้นสำหรับขาเข้าเมือง และ ณ จุดทางลงสำหรับขาออกนอกเมือง ซึ่งมีทางขึ้นจำนวน 5 จุด ทางลงจำนวน 5 จุด และผู้ใช้บริการจะต้องชำระเงินค่าผ่านทางด้วยเงินสด และชำระผ่านระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass)
 - 1.3 ผู้ใช้บริการทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ซึ่งเชื่อมต่อระบบทางพิเศษศรีรัชออกสู่ทิศตะวันตกของกรุงเทพฯ มีระยะทาง 16.7 กิโลเมตร ซึ่งมีด่านจัดเก็บค่าผ่านทางจำนวน 9 จุด

โดยจะต้องชำระเงินค่าผ่านทาง ณ จุดทางขึ้นด้วยเงินสดหรือชำระผ่านระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass)

2. การให้บริการระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ

บริษัทได้ร่วมกับ กทพ. ในการนำระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติมาใช้ในการจัดเก็บค่าผ่านทางเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้ทางเพิ่มความสะดวกรวดเร็วและประสิทธิภาพในการชำระค่าผ่านทางบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทางในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน ตลอดจนรองรับปริมาณจราจรที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต ปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้ระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติประมาณร้อยละ 40

เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บัตร Easy Pass บริษัทจัดให้มีจุดบริการติดตั้ง และตรวจสอบบัตร Easy Pass รวมถึงบริการตัดฟิล์มเพื่อติดตั้ง Easy Pass และทดสอบระบบ Easy Pass โดยผู้ใช้ทางสามารถนำรถยนต์เข้าใช้บริการ ณ จุดบริการ Easy Pass ... Fast Service โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายได้ที่ ศูนย์ควบคุมทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพฯ ถนนประชาสงเคราะห์สาย 1 ทุกวันทำการ ตั้งแต่เวลา 09.00-17.00 น. (ตั้งแต่เดือนเมษายน 2560 เป็นต้นไป)

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

4) กิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ (Promotion)

บริษัทจัดให้มีส่วนลดค่าผ่านทางในบางเส้นทางและมีกำหนดเวลาสิ้นสุด เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหันมาใช้บริการทางพิเศษอย่างสม่ำเสมอจนเกิดความเคยชินและเป็นลูกค้าประจำในที่สุด โดยในปี 2559 บริษัทยังคงให้ส่วนลด ณ จุดเชื่อมต่อจากทางพิเศษฉลองรัชมายังทางพิเศษเฉลิมมหานครที่ด่านอาจนรงค์ 1 เฉพาะไปบางนา รวมถึงทางพิเศษอุดรรัถยาของบริษัทย่อย (NECL) ยังให้ส่วนลดแก่ผู้ใช้บริการที่ด่านเมืองทองธานีอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันสงกรานต์และวันขึ้นปีใหม่ บริษัทได้ร่วมมือกับ กทพ. จัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้ทางพิเศษให้กับผู้ใช้ทางด้วยการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ใช้ทางพิเศษ รวมทั้งจัดให้มีจุดให้บริการแก่ผู้ใช้ทางเพื่อสร้างความรู้สึกผูกพันให้กับลูกค้าภายใต้แนวคิดที่ว่าเราพร้อมส่งมอบความสุขด้วยบริการที่ดีให้กับลูกค้าตลอดสายทาง

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

สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่บริษัทใช้เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ประกอบด้วย สื่อสารคดีวิทยุ-โทรทัศน์ สปอตวิทยุ เอกสารแผ่นปลิว ป้ายสลับข้อความ (VMS) เว็บไซต์ www.bemplc.co.th ตลอดจนการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย (www.facebook.com/bangkokexpresswayandmetro) รวมทั้งการจัดทำวารสารศรีรัชราย 2 เดือน เพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบริษัทกับผู้ใช้ทาง รวมทั้งเสริมสร้างความรู้ ความพึงพอใจ และยังคงเป็นการจูงใจให้ลูกค้าใหม่เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องตลอดปี จัดเป็นการสร้างความเข้าใจที่ดีทั้งต่อลูกค้าและสังคม

2.1.4.3 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในปี 2559 แม้ว่าเศรษฐกิจประเทศไทยอยู่ในภาวะที่ดีขึ้นกว่าในปีที่ผ่านมาเล็กน้อยก็ตาม อุตสาหกรรมรถยนต์ยังอยู่ในสภาวะชะงักงัน ยอดขายรถยนต์สะสม 11 เดือนแรกของปี 2559 โดยรวมอยู่ที่ประมาณ 680,000 คัน ลดลงร้อยละ 2.3 เมื่อเทียบกับปี 2558 ซึ่งมียอดขายรถยนต์เพิ่มขึ้น (หนังสือพิมพ์คมชัดลึก 10 มกราคม 2559) ทั้งนี้เนื่องจากในปี 2559 มีการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตใหม่ ทำให้รถยนต์มีราคาสูงขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่ายอดขายรถยนต์จะมีการปรับลดลงแต่ยอดรถจดทะเบียนรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นจากเดิม 1,000 คันต่อวันเป็น 1,200 คันต่อวัน ส่งผลให้มีรถยนต์จดทะเบียนสะสมรวมกันแล้วประมาณ 10 ล้านคัน ทำให้กรุงเทพมหานครมีปัญหการจราจรสะสมมากขึ้น (หนังสือพิมพ์คมชัดลึก 10 มกราคม 2560)

ในปี 2559 และปี 2560 ปัญหาการจราจรมีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากมีการก่อสร้างโครงการใหม่ๆ อีกทั้งยังไม่มีถนนและสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาแห่งใหม่ที่จะช่วยบรรเทาสภาพการจราจรได้ ส่งผลให้ในช่วงต้นปี 2560 มีความเร็วเฉลี่ยรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครลดลงเหลือ 12 กิโลเมตรต่อชั่วโมง (หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ 9 มกราคม 2560) ส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อการเติบโตของปริมาณการจราจรบนทางพิเศษโดยรวม

ทั้งนี้จากข้อมูลของกรมขนส่งระบุว่าปริมาณรถจดทะเบียนใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ณ สิ้นปี 2559 รวมทั้งสิ้น 399,479 คัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 2.87 โดยมีปริมาณรถจดทะเบียนสะสมในเขตกรุงเทพมหานครในปี 2559 ทั้งสิ้น 5,774,530 คัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 4.46 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับถนนในกรุงเทพมหานครซึ่งมีความยาวเพียง 5,400-5,500 กิโลเมตรแล้ว ส่งผลให้ความสามารถในการรองรับปริมาณรถในเขตกรุงเทพมหานครลดลง

2.1.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

2.1.5.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

กทพ. เป็นหน่วยงานหนึ่งของภาครัฐที่รับผิดชอบในการก่อสร้างทางพิเศษ สำหรับให้บริการต่อการสัญจรของรถยนต์ ให้มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย รวมทั้งการบรรเทาปัญหาการจราจรโดย 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 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. เป็นผู้กำหนดสายทางพื้นที่ที่จะใช้ในการก่อสร้าง

และทำการเวนคืนที่ดินเพื่อส่งมอบให้บริษัทภายในเวลาที่กำหนด โดยบริษัทมีหน้าที่ออกแบบและทำการก่อสร้างตามแบบที่ได้รับอนุมัติจาก กทพ. ภายใต้การควบคุมคุณภาพการก่อสร้างของวิศวกรของ กทพ. และวิศวกรอิสระ ซึ่งวิศวกรอิสระจะทำการตรวจสอบและออกหนังสือรับรองความสำเร็จสมบูรณ์ เมื่องานก่อสร้างเสร็จสิ้นตามมาตรฐานที่กำหนดพร้อมเปิดให้บริการ โดยบริษัทได้ว่าจ้าง บมจ. ช.การช่าง ซึ่งเป็นผู้มีความชำนาญ และมีประสบการณ์ในการก่อสร้างและบริหารโครงการทางพิเศษทุกสายทางที่บริษัทได้รับสัมปทานมาทำหน้าที่ผู้จัดการโครงการและผู้ทำการก่อสร้างและบริหารโครงการทางพิเศษในลักษณะ Lump Sum Turnkey

ตามสัญญาสัมปทานโครงการนี้ บริษัทมีสิทธิในการบริหารจัดการ และให้บริการ ได้แก่ การเรียกเก็บค่าผ่านทาง การกู้ภัย และการบำรุงรักษา โดยบริษัทมีสิทธิที่จะได้รับค่าผ่านทางทั้งหมดตลอดระยะเวลาสัมปทาน

2.1.1.5.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทและบริษัทย่อยได้ดำเนินกิจการธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด ทั้งนี้ แนวปฏิบัติในการดำเนินกิจการธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทและบริษัทย่อยดังกล่าว สามารถสรุปได้ดังนี้

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

ในการบริหารโครงการระบบทางพิเศษ บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อคุณภาพชีวิตของพนักงาน ผู้ใช้บริการและสังคมบริเวณโดยรอบทางพิเศษ นอกจากนี้ตั้งแต่ปี 2551 บริษัทได้มีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานภายในเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับการขอใบรับรองการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 โดยบริษัทได้รับการรับรองจากบริษัท เอสซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2551 และมีการตรวจต่ออายุใบรับรองการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นในการจัดการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมด้วยแนวทางการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

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

ในปี 2559 บริษัทยังคงรักษาไว้ซึ่งระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 อย่างต่อเนื่อง โดยได้ติดตามประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญต่างๆ ที่อาจมีโอกาสดังขึ้น รวมทั้งได้เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ด้วยมาตรการบริหารจัดการด้านพลังงาน ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทได้เปลี่ยนโคมไฟที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งบนทางพิเศษและบริเวณด้านเก็บเงินค่าผ่านทาง ดังนี้

1. เปลี่ยนโคมไฟทางลอดโซเดียมความดันสูงที่มีประสิทธิภาพดีทดแทนโคมไฟหลอดโซเดียมความดันสูงเดิมบนทางหลักของทางพิเศษศรีรัช ส่วนดี และทางขึ้น-ลงของทางพิเศษศรีรัช และทางขึ้น-ลงของทางพิเศษอุดรรัถยาบริเวณปากเกร็ดและศรีสมาน เพิ่มเติมจากที่ได้ดำเนินการไปแล้วในทางพิเศษศรีรัช ส่วนเอ บี และ ซี ทำให้ได้ความสว่างมากขึ้น และประหยัดพลังงานได้ถึงร้อยละ 35

2. เปลี่ยนโคมไฟชนิด LED ทดแทนโคมไฟ Flood Light หลอดโซเดียมความดันสูงบริเวณพื้นที่หน้าและหลังด่านเก็บเงินค่าผ่านทาง ทำให้สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ถึงร้อยละ 60 โดยที่ได้ความสว่างมากกว่าหลอดเดิม และลดการฟุ้งกระจายของแสง โดยในปี 2560 จะขยายผลไปที่ด้านในทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอก
3. โครงการนำร่องเปลี่ยนโคมไฟ LED ทดแทนโคมไฟทางหลอดโซเดียมความดันสูงทางพิเศษอุดรรัถยา บริเวณสะพานช่วงเชียงรากถึงบางปะอิน ทำให้สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ถึงร้อยละ 50
4. โครงการนำร่องเปลี่ยนโคมไฟ LED ทดแทนโคมไฟทางหลอดโซเดียมความดันสูงทางขึ้น-ลงทางพิเศษอุดรรัถยาบริเวณบางพูน เชียงราก และบางปะอิน ทำให้สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ถึงร้อยละ 60

สำหรับการจัดการด้านความปลอดภัย บริษัทมีหน่วยงานวิเคราะห์วิศวกรรมที่พร้อมด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในด้านวิศวกรรมจราจรและความปลอดภัยบนทางพิเศษ ทำหน้าที่ศึกษาผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ โดยมีการจัดทำแบบจำลอง Traffic Simulation เพื่อศึกษาความเหมาะสมในการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทาง พร้อมทั้งตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน วิเคราะห์จุดเสี่ยงอันตรายบนทางพิเศษ ศึกษาคุณสมบัติและรูปแบบการติดตั้งอุปกรณ์เสริมความปลอดภัย ทั้งนี้เพื่อพัฒนาปรับปรุงทางพิเศษให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดสำหรับผู้ใช้งาน รวมทั้งการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้นำผลการศึกษาดังกล่าวมาดำเนินการ ดังนี้

- (ก) การปรับปรุงความปลอดภัยบนทางพิเศษ โดยบริษัทได้ทำการตรวจสอบและประเมินความปลอดภัยพื้นที่หัวเกาะทางแยก (Gore Area) และติดตั้งอุปกรณ์เสริมความปลอดภัย ได้แก่ อุปกรณ์ดูดซับแรงปะทะ (Crash Cushion) ถังรับแรงปะทะ (Cushion Tank) หลักนำทางชนิดให้ตัว (Flexible Guide Post) ทาพื้นด้วยสี Cold Plastic สีแดง เพื่อกระตุ้นเตือนถึงจุดอันตรายที่อาจจะเกิดอุบัติเหตุ
- (ข) การเพิ่มช่องเก็บค่าผ่านทางระบบอัตโนมัติ (Easy Pass) จากอัตราการเติบโตของปริมาณจราจรในช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass) และหลังจากที่ กทพ.มีนโยบายยกเลิกค่ามัดจำบัตร Easy Pass ทำให้มีปริมาณการใช้ระบบเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass) เพิ่มขึ้น ทำให้ต้องมีการเพิ่มช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติเพื่อรองรับปริมาณการจราจรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้ทางสามารถประหยัดเวลาในการเดินทาง และนำมันเชื้อเพลิงได้
- (ค) ปรับช่องเก็บค่าผ่านทางระบบอัตโนมัติ (Easy Pass) ที่ด่านอโศก 4 ประชาชนเข้า และประชาชนออกให้เป็นช่องทางขวาสุด เพื่อให้ผู้ใช้ทางสามารถเข้าช่องทาง Easy Pass ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็วยิ่งขึ้น
- (ง) การปรับปรุงแนะนำจราจร ป้ายแนะนำช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ (Easy Pass) เพื่อแนะนำผู้ใช้ทางพิเศษให้ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการผ่านช่องเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติ
- (จ) ปรับปรุงช่องเก็บค่าผ่านทางระบบอัตโนมัติ (Easy Pass) ในทางพิเศษศรีรัชทั้งหมดให้เป็น Fast Lane เพื่อให้รองรับการผ่านช่องทางที่เร็วขึ้น ลดการชะลอความเร็วที่ช่องทาง Easy Pass
- (ฉ) โครงการนำร่อง เพิ่มประสิทธิภาพช่องเก็บค่าผ่านทางระบบอัตโนมัติ บริษัทได้ติดตั้งสายอากาศชุดที่ 2 (Second Antenna) ที่ช่องทาง Easy Pass ของด่านอโศก 3 ด่านอโศก 4 ด่านศรีนครินทร์ ด่านประชาชนเข้า ด่านประชาชนออก และด่านพระราม 9-1

นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานตลอดจนผู้บริหารเพื่อเสริมสร้างความรู้ และทักษะในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 ตลอดจนการจัดกิจกรรมปลูกจิตสำนึกทั่วทั้งองค์กร และการดำเนินกิจกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกับสังคมรอบข้างอีกด้วย

2.1.5.3 การประกันภัย

กรมธรรม์	มูลค่าความคุ้มครอง	ความคุ้มครอง
Property Damage, Machinery Breakdown, Business Interruption	500,000,000 เหรียญสหรัฐ	สถานที่เอาประกันภัย : สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ทางพิเศษศรีรัช ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 มกราคม 2559 - 31 ธันวาคม 2559
	500,000,000 เหรียญสหรัฐ	ทางพิเศษอุดรรัถยา ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 มกราคม 2559 - 31 ธันวาคม 2559
	500,000,000 เหรียญสหรัฐ	ทางพิเศษศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ระยะเวลาคุ้มครอง : 22 สิงหาคม 2559 - 21 สิงหาคม 2560
Public Liability Insurance	500,000,000 บาท	สถานที่เอาประกันภัย : สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ทางพิเศษศรีรัช ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 มกราคม 2559 - 31 ธันวาคม 2559
	500,000,000 บาท	ทางพิเศษอุดรรัถยา ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 มกราคม 2559 - 31 ธันวาคม 2559
	500,000,000 บาท	ทางพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ ระยะเวลาคุ้มครอง : 13 สิงหาคม 2559 - 21 สิงหาคม 2560

2.1.6 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

2.2 ธุรกิจระบบราง

2.2.1 ลักษณะบริการ

บริษัทเป็นผู้รับสัมปทานการให้บริการการเดินรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน จำนวน 2 โครงการ จาก รฟม. โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

บริษัทดำเนินโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ซึ่งเปิดให้บริการระหว่างสถานีหัวลำโพง-สถานีบางซื่อ ระยะทาง 20 กิโลเมตร รวม 18 สถานี ในลักษณะ AOT (Acquire Operate Transfer) ในรูปแบบ PPP Net Cost โดยบริษัทเป็นผู้มีสิทธิในรายได้ค่าโดยสาร รวมทั้งการดำเนินกิจกรรมและการพัฒนาเชิงพาณิชย์ ซึ่งรวมถึง การโฆษณา การให้เช่าพื้นที่ในโครงการ และธุรกิจให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมภายในสถานี และภายใน ขบวนรถไฟฟ้าเป็นระยะเวลา 25 ปี ตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม 2547 จนถึงวันที่ 1 กรกฎาคม 2572 ภายใต้สัญญาโครงการดังกล่าว บริษัทมีภาระผูกพันต้องจ่ายเงินค่าตอบแทนจากค่าโดยสารและจากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ ให้แก่ รฟม. ตามอัตราที่ระบุในสัญญา ปัจจุบันมีรถไฟฟ้าที่วิ่งบริการจำนวน 19 ขบวน มีระยะเวลาให้บริการทุกวันโดยไม่มีวันหยุดตั้งแต่เวลา 06.00-24.00 น.

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

บริษัทดำเนินโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง ซึ่งเปิดให้บริการระหว่างสถานีคลองบางไผ่-สถานีเตาปูน ระยะทาง 22 กิโลเมตร รวม 16 สถานี ในลักษณะ ATO (Acquire Transfer Operate) ในรูปแบบสัญญา PPP Gross Cost กล่าวคือ รฟม. เป็นผู้ลงทุนโครงสร้างพื้นฐานโยธาทั้งหมด และบริษัทลงทุนในงานระบบรถไฟฟ้าและขบวนรถไฟฟ้า รวมทั้งให้บริการการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษาตามมาตรฐานการให้บริการที่กำหนดไว้ในเงื่อนไขสัญญา โดย รฟม. เป็นผู้มีสิทธิในรายได้ค่าโดยสาร และรายได้เชิงพาณิชย์จากการใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานทางโยธาและระบบรถไฟฟ้าทั้งหมด และ รฟม. จะจ่ายเงินบริษัทในลักษณะค่าจ้างบริการการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษา และค่าอุปกรณ์งานระบบ ตลอดอายุสัมปทาน 30 ปี นับจากวันที่ 4 กันยายน 2556 ซึ่งเป็นวันที่ลงนามในสัญญา ปัจจุบันได้เปิดให้บริการแล้ว เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2559

โครงการรถไฟฟ้า	โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน (สถานีหัวลำโพง-สถานีบางซื่อ)	โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง (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

2.2.2 รายได้

บริษัทมีรายได้จากธุรกิจระบบราง 2 ลักษณะ คือ รายได้ค่าโดยสาร และรายได้จากการให้บริการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษาระบบรถไฟฟ้า

2.2.2.1 รายได้ค่าโดยสาร

ตามสัญญาสัมปทานโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ระหว่างบริษัท และ รฟม. บริษัทมีสิทธิในการให้บริการเดินรถและจัดเก็บรายได้ค่าโดยสาร และการพัฒนาเชิงพาณิชย์เป็นระยะเวลา 25 ปี นับตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม 2547 โดยบริษัทมีภาระผูกพันต้องจ่ายเงินค่าตอบแทนจากค่าโดยสารและจากการพัฒนาเชิงพาณิชย์ให้แก่ รฟม. ตามอัตราที่ระบุในสัญญาสัมปทาน

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

บริษัทได้ปรับอัตราค่าโดยสารตามข้อตกลงในสัญญาสัมปทานมาโดยลำดับ อัตราค่าโดยสารที่ประกาศใช้อยู่ในปัจจุบันเป็นอัตราที่ปรับเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2559 ซึ่งจะใช้จนถึงวันที่ 2 กรกฎาคม 2561

2.2.2.2 รายได้จากบริการให้บริการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษา

บริษัทได้รับค่าจ้างบริการเดินรถไฟฟ้าและซ่อมบำรุงรักษาตามสัญญาสัมปทานโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง สัญญาที่ 4 สัมปทานสำหรับการลงทุน การจัดหาระบบรถไฟฟ้า 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 การติดต่อกิจธุระ

2.2.3.2 นโยบายและกลยุทธ์การตลาด

(1) กลยุทธ์ด้านบริการและผลิตภัณฑ์

- (1.1) สร้างสรรค์และพัฒนารูปแบบการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้โดยสารในการให้บริการเดินรถไฟฟ้า MRT

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

พฤติกรรมการเดินทางของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการทำงาน รongมาเป็นการเดินทางเพื่อการศึกษา ซึ่งจะเดินทางในช่วงเวลาเร่งด่วน ขณะที่วัตถุประสงค์อื่นจะเป็นการเดินทางนอกเวลาเร่งด่วน (Off peak) ซึ่งมีอัตราการเพิ่มเที่ยวการเดินทางสูงกว่า บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มการเดินทางช่วง Off peak ที่ยังมีความสามารถในการรองรับได้ รวมถึงการเพิ่มจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางด้วยบัตร เพื่อเพิ่มรายได้และจำนวนผู้โดยสาร และเป็นการกระตุ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2556 ด้วยการทำความร่วมมือกับพันธมิตรที่อยู่รอบเส้นทาง เช่น การให้ส่วนลดหรือสิทธิประโยชน์ในการออกบัตรหรือเติมเงิน การให้ข้อมูลกิจกรรมและแนะนำสถานที่ที่คาดว่าจะมีจุดหมายปลายทางของผู้เดินทางในระบบรถไฟฟ้า MRT ในช่วงที่ผ่านมามีการทำกิจกรรมและให้ข้อมูลร่วมกับพันธมิตรรายต่างๆ เช่น ศูนย์การค้า Central Plaza Grand Rama 9 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ อาคาร Terminal 21 ศูนย์การค้าเอสพลานาด เป็นต้น

(1.2) มุ่งเน้นคุณภาพการบริการ

บริษัทมีนโยบายมุ่งเน้นคุณภาพการบริการโดยถือว่า “การบริการอยู่เหนือสิ่งอื่นใด” นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายให้รถไฟฟ้า MRT เป็น “ส่วนหนึ่งในชีวิตของคนกรุงเทพฯ” ภายใต้งานดำเนินงานอย่างมืออาชีพ โดยการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของรถไฟฟ้า MRT ที่ให้บริการการเดินทางแล้ว ยังมีการสร้างคุณค่าเพิ่มให้คนกรุงเทพฯ รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต จากนโยบายดังกล่าว บริษัทจึงกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานด้านคุณภาพการบริการ ดังนี้

- (1.2.1) ความปลอดภัย (Safety) บริษัทถือว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT เป็นความสำคัญสูงสุดที่พนักงานทุกคนต้องพึงตระหนัก และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดความปลอดภัยของบริษัทอย่างเคร่งครัด โดยที่ผ่านมา บริษัทมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องตลอดจนมีการกำกับดูแลการให้บริการมีมาตรฐานตามข้อกำหนดความปลอดภัยของประเทศไทย และเทียบเท่าระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนชั้นนำของโลก
 - (1.2.2) ความสะดวก (Convenience) บริษัทให้ความสำคัญในการดูแลการทำงานของอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ในระบบรถไฟฟ้า MRT เพื่อให้ทำงานได้ตามเป้าหมาย นอกจากนี้บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสะดวกของผู้โดยสารในช่วงการเดินทางที่แออัด เช่น ช่วงงานเทศกาลหรือการจัดนิทรรศการรายรอบเส้นทาง โดยจัดให้มีการเพิ่มจุดจำหน่ายเหรียญโดยสาร เพื่อให้ผู้โดยสารได้รับการบริการอย่างดีที่สุด
 - (1.2.3) ความรวดเร็ว (Fast) บริษัทจะควบคุมให้ความเร็วเฉลี่ยของรถไฟฟ้าและตารางการให้บริการรถไฟฟ้ารองรับกับความต้องการของผู้โดยสารในแต่ละช่วงเวลา
 - (1.2.4) ความเชื่อถือได้ (Reliability) บริษัทจะดูแลให้รถไฟฟ้าและระบบอาณัติสัญญาณอยู่ในสภาพดี และไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริการของบริษัท
 - (1.2.5) การตรงต่อเวลา (Punctuality) บริษัทจะควบคุมให้ตารางการเดินทางรถไฟฟ้าและการเทียบจอดในสถานีทั้งหมดคลาดเคลื่อนไปจากที่เวลากำหนดน้อยที่สุด
- (1.3) สร้างรูปแบบบัตรโดยสารที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม
- บริษัทมีการวิเคราะห์ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นผู้ใช้บริการประจำและใช้บริการเป็นครั้งคราว เพื่อจัดทำและวางแผนการออกบัตรโดยสารชนิดต่างๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการเป็นครั้งคราวให้หันมาใช้เดินทางด้วยบัตรรถไฟฟ้า MRT มากขึ้น การพัฒนาบัตรโดยสารรูปแบบใหม่ ให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับเทคโนโลยีและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้บัตร รวมถึงสามารถใช้บัตรร่วมกับรถไฟฟ้า MRT สายสีม่วง การประสานความร่วมมือกับสถาบันการเงินในการออกบัตรร่วมธุรกิจที่สามารถใช้ทำธุรกรรมทางการเงินและเดินทางในระบบรถไฟฟ้า MRT ได้แก่ ความร่วมมือกับธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ในการทำบัตรแจ่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ รวมถึงสถาบันหรือหน่วยงานอื่นๆ เป็นต้น

(2) กลยุทธ์ด้านราคา

บริษัทจัดเก็บค่าโดยสารตามระยะทางการเดินทาง (Distance Related Fare) เพื่อให้ทำให้เกิดความยุติธรรมต่อผู้โดยสารในการเดินทางในระยะทางที่ต่างกัน พร้อมส่วนลดแก่กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มเด็ก/ผู้สูงอายุ รวมทั้งคำนึงถึงอัตราค่าเก็บค่าโดยสารของระบบขนส่งมวลชนประเภทอื่น โดยการเก็บค่าโดยสารดังกล่าว บริษัทจะปรับอัตราค่าโดยสารตามที่กำหนดไว้ในสัญญาสัมปทาน

(3) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

บริษัทได้แบ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มต่างๆ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการขายให้เกิดประสิทธิภาพครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายโดยรวม ทั้งนี้ บริษัทได้วางแผนการส่งเสริมการขายและแผนการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- (3.1) สนับสนุนและประชาสัมพันธ์พื้นที่จอดแล้วจร (Park and Ride) เพื่อกระตุ้นให้นำรถยนต์ส่วนตัวเข้าไปจอดในจุดที่ให้บริการ เพื่อเดินทางเข้าไปในเขตธุรกิจ (Business District) เช่น ถนนสุขุมวิท ถนนสีลม ถนนรัชดาภิเษก ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการจราจรติดขัดได้อีกช่องทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญในการช่วยลดปัญหาภาวะโลกร้อน
- (3.2) การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (Credit Card) เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสาร และจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับบริษัท และธนาคารชั้นนำ เช่น AIS KTC KBANK เมืองไทยสไมล์คลับ FWD ในการมอบส่วนลด และเครดิตเงินคืน รวมถึงการแลกคะแนนสะสมของบัตรเครดิต เพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการ และเสนอสิทธิประโยชน์ในการใช้บัตรโดยสาร โดยมุ่งเน้นการกระตุ้นให้ผู้โดยสารเปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้เหรียญโดยสารเป็นการใช้บัตรโดยสารให้มากขึ้น ซึ่งลูกค้าจะได้รับความสะดวกรวดเร็วพร้อมสิทธิประโยชน์ต่างๆ
- (3.3) การเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการหรือเพิ่มจำนวนเที่ยวเดินทางในระบบ ผ่านการให้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมรอบเส้นทางรถไฟฟ้า MRT และการนำเสนอบัตรโดยสารประเภทต่างๆ แก่หน่วยงานองค์กร อาคารสำนักงาน หรือโรงแรม ทั้งที่อยู่ในและนอกเส้นทาง โดยสามารถทำหน้าบัตรที่เป็นสัญลักษณ์ขององค์กรหรือกิจกรรมสำคัญ เป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระจายของบัตรโดยสารถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นผู้ใช้บริการเดิมและกลุ่มผู้โดยสารที่ยังไม่เคยใช้บริการมาก่อนให้เกิดการตลาดผู้ใช้
- (3.4) การสร้างและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management - CRM) โดยการบริหารจัดการระบบข้อมูลลูกค้า และสร้างเครือข่ายให้เป็นไปตามกระบวนการ CRM ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการตลาดเพื่อสร้างความภักดีและการรักษาลูกค้า (Loyalty Marketing) โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการมุ่งตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยใช้กลยุทธ์การสร้าง Community ภายใต้ MRT Club เชื่อมโยงความสัมพันธ์โดยใช้ช่องทาง Social Network และการสื่อสารผ่านสื่อภายในสถานี MRT ในการนำเสนอสิทธิประโยชน์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และ Co-promotion ร่วมกับพันธมิตรทางการค้าแบบ Win-Win Strategy ในการสร้างสมาชิก MRT Club
- (3.5) การสร้างความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) และสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์การตอบแทนลูกค้าและสังคม เป็นการปลูกฝังทัศนคตินี้ให้แก่เยาวชนกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้บริการ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) อย่างต่อเนื่อง อาทิ
 - ความร่วมมือกับ AIS ในการมอบส่วนลดค่าโดยสาร MRT ภายใต้กิจกรรม “เดินทางอุ่นใจกับ MRT”
 - 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 และผู้ถือบัตรโดยสาร

(4) กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด

- (4.1) การเลือกใช้ช่องทางสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของแต่ละกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยการบริหารจัดการพื้นที่และช่องทางภายในระบบรถไฟฟ้า MRT อาทิ โปสเตอร์ ธงญี่ปุ่น Standee สื่อ Digital สื่อ Social Network เพื่อให้ข้อมูลการเดินทางในระบบแก่ผู้ใช้บริการ อีกทั้งในปี 2559 บริษัทยังมุ่งเน้นการพัฒนา Mobile Application ภายใต้ Bangkok MRT Application เพื่อรองรับการวางแผนการเดินทางของผู้โดยสาร
- (4.2) เน้นการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยการออกนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์ การทำกิจกรรมเพื่อแนะนำการใช้บัตร การนำบัตรรูปแบบเก่ามาเปลี่ยนเป็นบัตรรูปแบบใหม่ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ โดยตอกย้ำถึงความตรงเวลา สะดวก รวดเร็วในการเดินทางและมีความปลอดภัยในชีวิตร่วมกับครอบครัวมากขึ้นจากการใช้บริการ 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 ปัจจุบันบริษัทร่วมมือกับสถาบันการเงินที่จะทำให้สามารถถือบัตรหนึ่งใบที่สามารถทำธุรกรรมต่างๆ ได้หลากหลาย

(6) กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

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

2.2.3.3 ภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ระบบขนส่งมวลชนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงขนาดใหญ่ที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น และมีระบบขนส่งหลายรูปแบบ อาทิ รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทาง รถตู้โดยสาร รถไฟฟ้า รถไฟ ไม้ไคร้บัส รถแท็กซี่ ซึ่งกรุงเทพฯ ประสบปัญหาด้านการจราจรเป็นอย่างมาก อันเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรในชุมชนเมือง และความต้องการในการเดินทางของประชาชนที่สูงมากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาหลักที่เกิดขึ้นไม่แตกต่างกับเมืองหลวงทั่วโลกที่มีความหนาแน่นของประชากรสูง และจากรายงานดัชนีการจราจรประจำปี 2559 ที่จัดขึ้นโดยบริษัทผู้ให้บริการแผนที่ในเนเธอร์แลนด์พบว่า กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่รถติด

มากที่สุดเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากเม็กซิโกซิตี้ รัฐบาลจึงมีนโยบายมุ่งเน้นการพัฒนาโครงข่ายทางด้านการขนส่งสาธารณะต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาการจราจร เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรและการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ

ทั้งนี้ การเดินทางของประชาชนกรุงเทพฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระบบ คือ ระบบขนส่งส่วนบุคคลและระบบขนส่งสาธารณะ

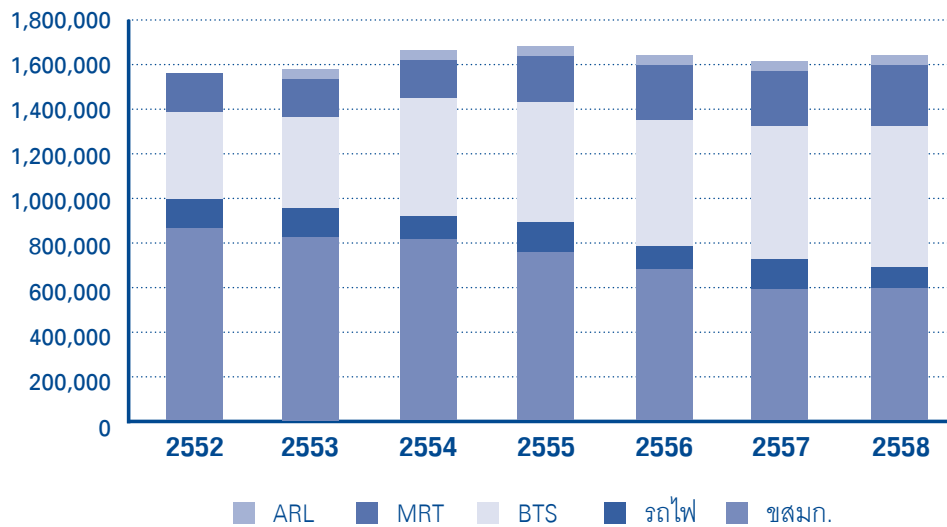
(1) ระบบขนส่งส่วนบุคคล

โครงสร้างที่อยู่อาศัยของประชากรในกรุงเทพฯ และเขตปริมณฑลที่มีการกระจายโดยรอบการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวจึงได้รับความนิยม อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของบุคคลที่มีรายได้สูงหรือชนชั้นกลาง ผสมกับความไม่เพียงพอของระบบขนส่งมวลชน และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางเมื่อเทียบกับการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ตลอดจนคุณภาพการให้บริการและความปลอดภัยส่งผลให้การใช้รถยนต์ยังเป็นสิ่งที่จำเป็นและสะดวกสบายต่อการเดินทาง ทั้งนี้ การขยายตัวของพื้นที่การจราจรในเขตกรุงเทพฯ ยังเป็นไปอย่างจำกัดและไม่เพียงพอต่อการรองรับปริมาณรถยนต์

(2) ระบบขนส่งสาธารณะ

จากจำนวนผู้โดยสารเฉลี่ยต่อวันที่เดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะทางบกประเภทต่างๆ พบว่า รถโดยสารประจำทางยังเป็นทางเลือกที่มีผู้ใช้บริการสูงสุด แต่จำนวนผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่จำนวนผู้ใช้บริการระบบรถไฟฟ้ามีอัตราการเติบโตสูงชันอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากปัญหาการจราจรที่ติดขัดโดยเฉพาะในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน และการเติบโตของจำนวนประชากรในกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่มีความหนาแน่นของประชากรมากขึ้น รวมถึงการเติบโตของโครงการก่อสร้างหริมาตรพธ์ยารอบเส้นทางรถไฟฟ้า จึงทำให้ความต้องการใช้บริการระบบรถไฟฟ้ามีมากขึ้นตามไปด้วย

จำนวนผู้โดยสารเฉลี่ยต่อวัน



2.1 รถโดยสารประจำทาง

ปัจจุบันมีรถโดยสารประจำทางหลากหลายรูปแบบให้บริการประชาชน โดยมีอัตราค่าบริการที่แตกต่างกันเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ผู้โดยสาร แต่รถโดยสารประจำทางที่ให้บริการประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการให้บริการประกอบกับ ขสมก. ได้มีการปรับขึ้นอัตราค่าโดยสารรถโดยสารประจำทางทุกประเภทขึ้นประเภทละ 1 บาท ตามต้นทุนของก๊าซ NGV ที่เพิ่มขึ้น และแม้ว่าจะยังมีรถผู้โดยสารประจำทางอีกมากกว่า 5,000 คัน ซึ่งเป็นอีกทางเลือกที่ได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทาง แต่จากปัญหาการจราจร

โดยรวมบนถนนที่ยังมีความแออัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาเร่งด่วนระหว่างเวลาในช่วงเช้า 6:30-8:30 น. และช่วงเย็น 16:30-18:30 น. การเดินทางจึงไม่มีประสิทธิภาพและใช้เวลานาน ทั้งยังได้รับผลกระทบจากปัญหาความปลอดภัยในการให้บริการและมลพิษจากระบบไอเสียของรถยนต์ จากปัจจัยดังกล่าวทำให้จำนวนผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางในปี 2558 มีผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทาง (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 614,695 เที่ยวคนต่อวัน ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 2.0 โดยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากหันมาเลือกใช้บริการระบบรถไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้นแทน

2.2 รถไฟ

ในช่วงที่ผ่านมา การรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) ได้เปิดให้บริการรถไฟในกรุงเทพฯ ในอัตราค่าโดยสารต่ำเป็นพิเศษ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีรายได้น้อยในการเดินทางจากรอบนอกกรุงเทพฯ สู่อำเภอเมือง อย่างไรก็ตาม ระบบดังกล่าวยังขาดความสะดวกสบายและความปลอดภัยเนื่องจากสภาพรถไฟที่ไม่เอื้ออำนวยและไม่มีระบบปรับอากาศ อีกทั้งเป็นการขนส่งในทิศทางที่จำกัดไม่ครอบคลุมทั้งตัวเมือง ทำให้การเดินทางโดยรถไฟมีอัตราการเติบโตที่ลดลงอย่างมาก ดังนั้น รฟท. จึงได้จัดสรรงบประมาณสำหรับลงทุนพัฒนาระบบราง สำหรับโครงการรถไฟทางคู่ ซึ่งได้ก่อสร้างไปแล้ว 2 เส้นทางจากทั้งหมด 7 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางแก่งคอย-คลองใหญ่-เชิงเตา เส้นทางชุมทางจิระ-ขอนแก่น และโครงการจัดหารถโดยสารรุ่นใหม่ เพื่อให้บริการจำนวน 115 คัน เพื่อพัฒนาระบบรางรถไฟไทยตามแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งของไทย ทั้งนี้ การให้บริการรถไฟของ รฟท. ไม่ได้เป็นคู่แข่งของบริษัทโดยตรง เนื่องจากเส้นทางการให้บริการที่มีความแตกต่างกัน โดย รฟท. จะเน้นการให้บริการนอกเมืองเป็นหลัก

2.3 รถไฟฟ้า BTS

รถไฟฟ้า BTS เป็นรถไฟฟ้าสายแรกของประเทศไทย ที่วิ่งบนรางคู่ยกระดับแยกทิศทางไปและกลับ โดยเริ่มเปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2542 ใน 2 เส้นทางคือ สายสุขุมวิทและสายสีลม ปัจจุบันระบบรถไฟฟ้า BTS มีระยะทางในการให้บริการรวม 36.3 กิโลเมตร และจำนวนสถานีทั้งสิ้น 34 สถานี โดยเดือนธันวาคม 2559 รถไฟฟ้า BTS มีจำนวนผู้โดยสารเฉลี่ยต่อวันประมาณ 641,382 เที่ยวต่อวัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 2 การเดินทางโดยรถไฟฟ้าจึงเป็นทางเลือกที่สะดวกแก่ผู้เดินทาง อีกทั้งรถไฟฟ้า BTS เป็นรถไฟฟ้าที่มุ่งสู่ใจกลางของเมืองจึงได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นอย่างมาก รวมถึงการขยายโครงข่ายรถไฟฟ้าสายสีลม การเติบโตของประชากร การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายรอบเส้นทางและการเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้า MRT ล้วนเป็นปัจจัยให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น

2.4 รถไฟฟ้า ARL

รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi Airport Rail Link, Airport Link) หรือ แอร์พอร์ตเรลลิงก์ หรือ แอร์พอร์ตลิงก์ เป็นโครงการระบบขนส่งมวลชนแบบพิเศษ ที่เป็นส่วนหนึ่งในโครงการก่อสร้างเส้นทางรถไฟฟ้าในระบบรถไฟฟ้าชานเมือง ดำเนินการก่อสร้างโดยการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) โดยรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นระบบรถไฟฟ้าที่มีทั้งโครงสร้างใต้ดินและยกระดับ มีแนวเส้นทางที่รองรับการเดินทางจากชานเมืองด้านตะวันออกและทิศเหนือ และผู้โดยสารจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เข้าสู่เขตใจกลางเมืองกรุงเทพฯ ที่สถานีพญาไท รวมทั้งสิ้น 8 สถานี ระยะทาง 28.6 กิโลเมตร เริ่มเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2553 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2559 มีผู้โดยสารเฉลี่ยต่อวัน 62,292 คนต่อวัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2558 ร้อยละ 18.7

ระบบขนส่งที่ถือเป็นคู่แข่งโดยตรง ได้แก่ รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทาง ไมโครบัส รถตู้โดยสาร และรถแท็กซี่ ซึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อัตราค่าโดยสารระบบขนส่งสาธารณะโดยเฉพาะรถโดยสารประจำทางธรรมดาหรือปรับอากาศ และรถตู้โดยสาร มีการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าโดยสารไม่มากนัก เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายตรึงราคาค่าโดยสาร โดยการเพิ่มเงินอุดหนุน และยังมีโครงการรถไฟและรถเมล์ฟรีเพื่อประชาชนของรัฐบาลที่ ดำเนินการมาตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2551 และมีการต่ออายุโครงการหลายครั้งแต่จากปัญหาทาง จรรยาที่ติดขัด และการต้องเผชิญหน้ากับมลภาวะทางอากาศและเสียง และความน่าจะเป็นใน การเกิดอุบัติเหตุ ระบบขนส่งทางรางจึงถือเป็นการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาระบบขนส่ง มวลขนภายในกรุงเทพฯ และปริมณฑลครั้งสำคัญ ซึ่งจะช่วยให้ปัญหาการจราจรบรรเทาลง และประชาชนผู้ใช้บริการมีความปลอดภัย สะดวก และรวดเร็ว มากยิ่งขึ้นในการเดินทางและ ยังส่งผลดีต่อทั้งเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ระบบรถไฟฟ้างึงเป็นรูปแบบการเดินทาง ซึ่งช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนเมือง และช่วยประหยัดการใช้ทรัพยากรของชาติ

ภาวะอุตสาหกรรมและนโยบายภาครัฐ

ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2559 ขยายตัวประมาณร้อยละ 3.2 ปรับตัวดีขึ้น จากการขยายตัวร้อยละ 2.9 ในปีก่อนหน้า และคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.0-4.0 ในปี 2560 โดยมี ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญจากการเร่งการใช้จ่ายและการลงทุนของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง และแรงขับเคลื่อน จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (ที่มา:สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

ในด้านของแผนงานยุทธศาสตร์ที่สำคัญเพื่อพัฒนาระบบคมนาคม โดยเฉพาะโครงการลงทุน ในระบบรถไฟฟ้า เพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาครัฐได้ให้ความสำคัญและได้เร่งดำเนินการให้สามารถเปิดการประมูลได้อย่างเร็วที่สุด โดยได้จัดตั้งโครงการ ร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน (พีพีพี) และให้มีการจัดตั้งคณะทำงาน พีพีพี ฟาสต์แทร็ก (PPP Fast Track) จะมุ่งเน้นไปที่โครงการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน ตามแผนยุทธศาสตร์ การให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐปี 2558 - 2562 โดยมีโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน ขนาดใหญ่ในด้านคมนาคมที่จะเข้าร่วมโครงการในระยะแรก ทั้งหมด 5 โครงการ มูลค่าลงทุน 3.4 แสนล้านบาท ซึ่งโครงการรถไฟฟ้างานที่จะเข้าโครงการพีพีพี ฟาสต์แทร็กก่อน มีทั้งสิ้น 3 โครงการ คือ โครงการรถไฟฟ้ายานสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย โครงการรถไฟฟ้ายานสีชมพู และโครงการรถไฟฟ้ายานสีเหลือง (ตามมติคณะกรรมการนโยบายการให้เอกชนเข้าร่วมลงทุนในกิจการของรัฐ (PPP) ครั้งที่ 6/2558) โดยคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2559 อนุมัติให้ดำเนินการโครงการรถไฟฟ้ายานสีชมพูและสายสีเหลือง เป็นระบบรถไฟฟ้าวางเดี่ยว (Monorail) ในรูปแบบ PPP Net Cost ในวงเงิน 53,490 ล้านบาท และวงเงิน 51,810 ล้านบาท ตามลำดับ ระยะเวลาเดินทาง 30 ปี ซึ่งทางการรถไฟฟ้างานขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย ได้เปิดการประมูลและได้ผู้ผ่านการคัดเลือกแล้ว และเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2559 คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้มีคำสั่งที่ 42/2559 โดยใช้อำนาจหัวหน้า คสช. ตามมาตรา 44 เฝ้าระวังการเจรจาคัดเลือกเอกชนเข้ามาบริหารการเดินรถไฟฟ้ายานสีน้ำเงิน ช่วงหัวลำโพง-บางแค และบางซื่อ-ท่าพระ รวมทั้งการเชื่อมต่อการเดินทาง 1 สถานี ระหว่างสถานีบางซื่อและสถานีเตาปูน และเตรียมนำเสนอผลการเจรจาเข้า ครม. ต่อไป

โครงการพีพีพี ฟาสต์แทร็ก (ระยะแรก)	วงเงิน (ล้านบาท)
โครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู (แคราย-มีนบุรี)	53,490
โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน (ส่วนต่อขยาย) (หัวลำโพง-บางแค และ บางซื่อ-ท่าพระ)	82,600
โครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง (ลาดพร้าว-สำโรง)	51,810
โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (สายบางปะอิน-นครราชสีมา)	84,600
โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (สายบางใหญ่-กาญจนบุรี)	55,620

สำหรับแผนปฏิบัติการด้านคมนาคมขนส่ง ระยะเร่งด่วน พ.ศ. 2560 (Action Plan) เพื่อขับเคลื่อนการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ มีวงเงินรวมกว่า 895,757 ล้านบาท ซึ่งเป็นโครงการที่มีขนาดใหญ่และมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจหลายโครงการ เช่น

	โครงการ	วงเงินลงทุน (ล้านบาท)
ทางอากาศ	พัฒนาท่าอากาศยานในภูมิภาค ระยะแรก	7,686
รถไฟฟ้าทางคู่	ช่วงหัวหิน-ประจวบคีรีขันธ์	10,240
	ช่วงปากน้ำโพ-เด่นชัย	56,066
	ช่วงชุมทางถนนจิระ-อุบลราชธานี	35,840
	ช่วงขอนแก่น-หนองคาย	26,066
	ช่วงชุมพร-สุราษฎร์ธานี	23,385
	ช่วงสุราษฎร์ธานี-หาดใหญ่-สงขลา	51,823
	ช่วงหาดใหญ่-ประดิ่งเบซาร์	7,942
	ช่วงเด่นชัย-เชียงใหม่	59,924
ก่อสร้างทางรถไฟ	สายเด่นชัย-เชียงใหม่-เชียงใหม่ของ	76,979
	สายบ้านไผ่-นครพนม	60,352
โครงข่ายรถไฟฟ้า	สายสีน้ำเงิน ช่วงบางแค-พุทธมณฑล สาย 4	21,197
	สายสีเขียวเข้ม ช่วงสมุทรปราการ-บางปู	12,146
	สายสีเขียวเข้ม ช่วงคูคต-ลำลูกกา	9,803
	สายสีส้ม ช่วงตลิ่งชัน-ศูนย์วัฒนธรรม	123,354
	Airport Rail Link ช่วงดอนเมือง-บางซื่อ-พญาไท	31,149
	สายสีแดงเข้ม ช่วงรังสิต-มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	7,597
	สายสีแดงอ่อน ช่วงตลิ่งชัน-ศิริราช และช่วงตลิ่งชัน-ศาลายา	19,042
	สายสีม่วงใต้ ช่วงเตาปูน-ราษฎร์บูรณะ (Action Plan 2559)	131,004
ทางหลวงพิเศษ	ช่วงนครปฐม-ชะอำ	80,600
ทางน้ำ	การพัฒนาท่าเทียบเรือแหลมฉบัง ขั้นที่ 3	35,040

ในด้านนโยบายของภาครัฐแม้ว่ารัฐบาลมีนโยบายคงมาตรการเดินทางฟรีด้วยรถโดยสารประจำทาง และรถไฟของการรถไฟแห่งประเทศไทย แต่จากการจราจรที่ติดขัดเพิ่มขึ้นทำให้ประชาชนหันมานิยมใช้ระบบรถไฟฟ้าในการเดินทางมากขึ้นเพราะมีส่วนช่วยในการสนับสนุนให้ต้นทุนในการเชื่อมต่อการเดินทางไปถึงเข้าถึงระบบรถไฟฟ้าให้มีราคาถูกลงอีกด้วย และเป็นการเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการระบบรถไฟฟ้ามากยิ่งขึ้น

ที่มา : - กระทรวงคมนาคม

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

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายรอบเส้นทางรถไฟฟ้า

การก้าวเข้าสู่ปี 2559 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลาดอสังหาริมทรัพย์ปี 2558 ที่ผ่านมามีเสถียรภาพ หลังรัฐบาลอัดมาตรการกระตุ้นด้วยการสนับสนุนเงินกู้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย และลดค่าธรรมเนียมโอน และจดทะเบียน พุทธกรรมกรรมการเดินทางของคนในกรุงเทพฯ ให้หันมานิยมใช้ระบบรถไฟฟ้ามากขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการเลือกที่อยู่อาศัยของประชากรในกรุงเทพฯ จึงกลายเป็นปัจจัยในการเร่งพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ ให้เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอสังหาริมทรัพย์รายรอบเส้นทางรถไฟฟ้า โดยพิจารณาจากการเปิดตัวของอสังหาริมทรัพย์ใหม่ๆ รายรอบเส้นทางรถไฟฟ้านั้น มีจุดขายด้านความสะดวกสบายจากตำแหน่งที่ตั้งบริเวณใกล้สถานีรถไฟฟ้า โดยจะได้รับความนิยมจากประชากรและเป็นการเพิ่มขึ้นของมูลค่าที่ดินอีกด้วย

การเติบโตอย่างรวดเร็วของอสังหาริมทรัพย์รายรอบเส้นทางรถไฟฟ้านั้นมีปัจจัยหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการขยายตัวของอาคารสำนักงานขนาดใหญ่แห่งใหม่ๆ ศูนย์การค้า ตลาดนัด สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง โรงแรม อพาร์ทเมนท์พักราคาต่ำ ร้านอาหาร หรือซูเปอร์มาร์เก็ต ล้วนส่งผลกระทบต่ออสังหาริมทรัพย์เติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังส่งผลมาถึงระบบรถไฟฟ้าในด้านการคมนาคมที่เดินทางสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย

ความคืบหน้าของการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนตามนโยบายของภาครัฐ

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
<p>สายสีแดงเข้ม (แนวเหนือ-ใต้) ระบบรถไฟฟ้าชานเมือง แบ่งเป็น 4 ระยะ รวมระยะทางประมาณ 80.5 กิโลเมตร</p> <p><u>ระยะที่ 1</u> บางซื่อ-ธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต</p> <p><u>ระยะที่ 2</u> บางซื่อ-หัวลำโพง</p> <p><u>ระยะที่ 3</u> หัวลำโพง-บางบอน</p> <p><u>ระยะที่ 4</u> บางบอน-มหาชัย</p>	<p>บางซื่อ-รังสิต ระยะทาง 26 กิโลเมตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - รฟท. อยู่ระหว่างขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้ <u>สัญญาที่ 1</u> งานโยธาสำหรับสถานีบางซื่อและศูนย์ซ่อมบำรุง รฟท. ได้มีการลงนามสัญญาว่าจ้างกิจการร่วมค้า SU (บมจ. ซีโนไทย-เอ็นจีเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น และ บมจ. ยูนิค เอ็นจีเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น) เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2556 ณ เดือนธันวาคม 2559 ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 54.62 - <u>สัญญาที่ 2</u> งานโยธา บางซื่อ-รังสิต รฟท. ได้มีการลงนามสัญญาว่าจ้าง บมจ. อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเม้นท์ เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2556 ณ เดือนธันวาคม 2559 ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 80.05 - <u>สัญญาที่ 3</u> งานระบบรถไฟฟ้าและเครื่องกลรวมงานจัดซื้อ รถไฟฟ้า - เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2559 รฟท. มีข้อเสนอในการประชุม คณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (คนร.) ว่าจะเป็นผู้เดินรถเอง ในช่วงระยะเวลา 5 ปีแรก
<p>สายสีแดงอ่อน (แนวตะวันตก-ตะวันออก) ระบบรถไฟฟ้าชานเมืองของ รฟท. ช่วงบางซื่อ-ตลิ่งชัน, ตลิ่งชัน-ศาลายา และบางซื่อ-มักกะสัน-หัวหมาก รวมระยะทางประมาณ 48 กม.</p>	<p>บางซื่อ-ตลิ่งชัน ระยะทาง 15 กิโลเมตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>บางซื่อ-พญาไท-มักกะสัน-หัวหมาก ระยะทาง 19 กิโลเมตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - 21 ตุลาคม 2557 ครม. มีมติอนุมัติให้จัดทำโครงการ โดย คาดว่าจะเริ่มดำเนินการประมูลหาผู้รับเหมาก่อสร้างในปี 2560
<p>สายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย</p>	<p>บางซื่อ-ท่าพระ และหัวลำโพง-บางแค ระยะทาง 27 กิโลเมตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความคืบหน้าในการก่อสร้างงานโยธาของผู้รับเหมาก่อสร้าง ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณ ร้อยละ 87.97 (ณ เดือนธันวาคม 2559) - 2 ธันวาคม 2557 คณะกรรมการมาตรา 13 ขอให้ BMCL นำเสนอแผนงานด้านเทคนิค เพื่อให้การเดินทางมีความเชื่อมต่อ และสร้างความสะดวกกับผู้โดยสารมากที่สุด - 11 พฤศจิกายน 2558 คณะกรรมการนโยบายการให้เอกชนร่วมลงทุนกับกิจการของรัฐ (PPP) มีมติให้โครงการเข้าสู่ PPP Fast Track ระยะแรก เพื่อเร่งรัดการดำเนินการ - 21 กรกฎาคม 2559 คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้มีคำสั่งที่ 42/2559 โดยใช้อำนาจหัวหน้า คสช. ตามมาตรา 44 เจริญการเจรจาคัดเลือกเอกชนเข้ามาบริหารการเดินรถไฟฟ้า <p>บางแค-พุทธมณฑลสาย 4 (ระยะทาง 8 กิโลเมตร)</p> <ul style="list-style-type: none"> - เตรียมนำเสนอให้ ครม. พิจารณา คาดว่าจะสามารถเริ่มก่อสร้างได้ภายในปี 2560

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
สายสี่เขียวเข้ม	<p>หมอชิต-สะพานใหม่-คูคต ระยะทาง 18.4 กิโลเมตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสำเร็จหน้าในการก่อสร้างงานโยธาของผู้รับเหมาก่อสร้างดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณ ร้อยละ 17.38 (ณ เดือนธันวาคม 2559) - รฟม. ได้ลงนามสัญญาก่อสร้างโยธา สัญญาที่ 1-4 เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2558 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <u>สัญญาที่ 1</u> (งานโยธา) ช่วงหมอชิต-สะพานใหม่ระยะทาง 12 กิโลเมตร โดย บมจ. อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ <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. ซีโน-ไทย เอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น, A.S.Associated Engineering (1964)) <u>สัญญาที่ 4</u> (งานออกแบบควบคุมการก่อสร้าง ระบบบราง) กลุ่มกิจการร่วมค้า STEC-AS (บมจ. ซีโน-ไทยเอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น, A.S.Associated Engineering (1964)) <p>แบร์จ-สมุทรปราการ ระยะทาง 12.8 กิโลเมตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสำเร็จหน้าในการก่อสร้างงานโยธาของผู้รับเหมาก่อสร้างดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 99.68 (ณ เดือนธันวาคม 2559) - สัญญาที่ 1 ทางยกระดับ และสัญญาที่ 2 ระบบบรางดำเนินการโดย บมจ. ช.การช่าง - อยู่ระหว่างเจรจากับ BTSC เป็นผู้รับจ้างเดินรถ เพื่อให้การเดินรถต่อเนื่อง คาดว่าจะเปิดให้บริการเดินรถไฟฟ้าในปี 2560
สายสี่ส้ม	<p>ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย-มีนบุรี ระยะทาง 20 กิโลเมตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - 15 กรกฎาคม 2559 รฟม. ได้ทำการเปิดขายของประกวดราคา โครงการรถไฟฟ้าสายสี่ส้มในส่วนของงานโยธาทั้ง 6 สัญญา โดยมีกำหนดยื่นซองในวันที่ 31 ตุลาคม 2559 - 9 ธันวาคม 2559 ที่ประชุม รฟม. ได้พิจารณาผลการประเมินข้อเสนอในสัญญาที่ 1, 2, 3, 4 และ 6 โดยผู้ชนะในการยื่นข้อเสนอ ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> <u>สัญญาที่ 1</u> (งานโยธา) ช่วงศูนย์วัฒนธรรมฯ-ชอยรามคำแหง 12 โดย CKST Joint-Venture (บมจ. ช.การช่าง, บมจ. ซีโน-ไทย เอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น) <u>สัญญาที่ 2</u> (งานโยธา) ช่วงชอยรามคำแหง12-หัวหมาก โดย CKST Joint-Venture (บมจ. ช.การช่าง, บมจ. ซีโน-ไทย เอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น) <u>สัญญาที่ 3</u> (งานโยธา) ช่วงหัวหมาก-คลองบ้านม้า โดย บมจ. อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ <u>สัญญาที่ 4</u> (งานโยธา) ช่วงสี่แยกบ้านม้า-สุวินทวงศ์ โดย บมจ. ยูนิค เอ็นจิเนียริงแอนด์ คอนสตรัคชั่น

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
	<p>สัญญาที่ 6 งานออกแบบและวางระบบรางทั้งหมด โดย บมจ. ยูนิค เอ็นจิเนียริงแอนด์ คอนสตรัคชั่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - 16 ธันวาคม 2559 ที่ประชุม รฟม. ได้พิจารณาผลการประเมินข้อเสนอในสัญญาที่ 5 งานก่อสร้างศูนย์ซ่อมบำรุงและอาคารจอดแล้วจร โดยผู้ชนะในการยื่นข้อเสนอ ได้แก่ CKST Joint-Venture (บมจ. ช.การช่าง, บมจ. ซีโน-ไทย เอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น) <p>ตลิ่งชัน-ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ระยะทาง 17.5 กิโลเมตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - ที่ประชุมคณะกรรมการจัดแบบการจราจรทางบก (คจร.) มีมติให้ใช้เส้นทางเดิมในการก่อสร้างช่วงศูนย์วัฒนธรรมฯ-ตลิ่งชัน ซึ่งเส้นทางดังกล่าวได้ผ่านการศึกษามลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (EIA) แล้ว
สายสีเหลือง	<p>ลาดพร้าว-สำโรง ระยะทาง 30.4 กิโลเมตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 - 6 ธันวาคม 2559 คณะกรรมการคัดเลือกตามมาตรา 35 ได้ประเมินเอกสารข้อเสนอด้านการลงทุนและผลตอบแทน โดยสรุปผลปรากฏว่ากิจการร่วมค้าบีเอสอาร์ (BSR Joint Venture) ประกอบด้วย บมจ. บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ บมจ. ผลิตไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง และ บมจ. ซีโน-ไทย เอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น เป็นผู้เสนอราคาต่ำสุดและผ่านประเมิน และได้เข้าสู่ขั้นตอนในการเจรจาต่อไป
สายสีชมพู	<p>แคราย-มีนบุรี ระยะทาง 34.5 กิโลเมตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 - 6 ธันวาคม 2559 คณะกรรมการคัดเลือกตามมาตรา 35 ได้ประเมินเอกสารข้อเสนอด้านการลงทุนและผลตอบแทน โดยสรุปผลปรากฏว่ากิจการร่วมค้าบีเอสอาร์ (BSR Joint Venture) ประกอบด้วย บมจ. บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ บมจ. ผลิตไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง และ บมจ. ซีโน-ไทย เอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น เป็นผู้เสนอราคาต่ำสุดและผ่านประเมิน และได้เข้าสู่ขั้นตอนในการเจรจาต่อไป

โครงการ	สถานะโครงการปัจจุบัน
สายสีแดง (Airport link)	<p>โครงการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิส่วนต่อขยาย ช่วงดอนเมือง-บางซื่อ-พญาไท ระยะทาง 21.8 กิโลเมตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - 25 ธันวาคม 2558 ครม. ได้เห็นชอบราชกฤษฎีกากำหนดเวนคืนที่ดินท้องที่เขตราชเทวี แขวงทุ่งพญาไท และแขวงสามเสนใน เพื่อดำเนินโครงการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิส่วนต่อขยาย ช่วงดอนเมือง-บางซื่อ-พญาไท โดยเส้นทางดังกล่าวได้ผ่านการศึกษาค่าผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (EIA) แล้ว - รฟท. อยู่ในระหว่างปรับแบบรายละเอียดเพื่อให้สามารถดำเนินการและบริหารจัดการเดินรถเข้าสถานีหัวลำโพงได้ คาดว่าจะสามารถเปิดประมูลได้ในปี 2560

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

2.2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.2.4.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนเป็นโครงการที่บริษัทได้รับสัมปทานจาก รฟม. ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งของภาครัฐที่ดำเนินงานภายใต้ “พระราชบัญญัติการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543” เพื่อทำหน้าที่ดำเนินกิจการรถไฟฟ้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมทั้งจังหวัดอื่นตามที่กำหนดให้เป็นระบบปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ โดยมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม โดยบริษัทซึ่งมีความเชี่ยวชาญในด้านการขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า ได้ศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ และเข้ายื่นข้อเสนอการลงทุน เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่มีผลตอบแทนและเงื่อนไขที่เหมาะสมสำหรับโครงการสัมปทานที่ผ่านมาเป็นลักษณะสัมปทานสำหรับการลงทุน การจัดการระบบรถไฟฟ้า การให้บริการการเดินรถไฟฟ้า และซ่อมบำรุงรักษา โดยลักษณะโครงการสัมปทาน ภาครัฐเป็นผู้ลงทุนค่างานโยธาทั้งหมด 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)

บริษัทได้ว่าจ้างกิจการร่วมค้า ซีเคอีที เป็นผู้จัดการโครงการรถไฟฟ้า MRT (Project Manager) (ตั้งแต่สิงหาคม 2543 ถึงกรกฎาคม 2552) โดยทำหน้าที่ในการดำเนินงานด้านเทคนิค อันได้แก่ การกำกับดูแลการจัดซื้อ จัดหาอุปกรณ์งานระบบที่บริษัทสั่งซื้อจากผู้ผลิต ตลอดจนการติดต่อประสานงานกับผู้รับเหมา และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการติดตั้งอุปกรณ์งานระบบ โดยภายหลังจากสัญญาจ้างบริหารโครงการกับซีเคอีทีสิ้นสุดลง บริษัทสามารถบริหารจัดการโครงการรถไฟฟ้า MRT รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในส่วนของการจัดหาและซ่อมบำรุงอุปกรณ์งานระบบรถไฟฟ้า บริษัทว่าจ้างบริษัท Lincas และ ซีเมนส์ 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 การทำงานของอุปกรณ์ งานระบบรถไฟฟ้า และระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการทดลองเดินรถไฟฟ้าให้มีความพร้อมอย่างสมบูรณ์เพื่อให้บริการแก่สาธารณชน จนสามารถเริ่มการให้บริการการเดินรถไฟฟ้าได้ ซึ่งบริษัทได้ว่าจ้าง บมจ. ช.การช่าง เป็นผู้บริหารโครงการ สำหรับการดำเนินงานระยะที่ 1 ของสัญญาสัมปทานบริษัท และ บมจ. ช.การช่าง ได้จ้างกลุ่มกิจการร่วมค้า มารูเบนิ-โตชิบา (Marubeni-Toshiba Joint Venture) MTJV ในการจัดหารถไฟฟ้า อุปกรณ์การจ่ายไฟฟ้า ระบบอาณัติสัญญาณ ระบบควบคุม และระบบติดต่อสื่อสาร รวมทั้งการบริการซ่อมบำรุงเป็นระยะเวลา 10 ปี

2.2.4.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในส่วนของธุรกิจบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า นั้น ได้ดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้มาตรฐาน ISO 14000 โดยได้มีการดำเนินการป้องกันและควบคุมมลภาวะ การลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน 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 เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วย

การดำเนินงานด้านอนุรักษ์พลังงานและด้านสิ่งแวดล้อม ในส่วนธุรกิจบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้าที่ผ่านมา บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายของภาครัฐ คือกฎหมายด้านอนุรักษ์พลังงาน และกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และนำมาตราฐานระบบการจัดการด้านพลังงาน (Energy management systems-Requirements with guidance for use) หรือ ISO 50001 รวมถึงระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามสากล (ISO 14001) มาใช้ตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการเดินรถ ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมและรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง อันนำไปสู่การสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน 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 บริษัทให้การใส่ใจดูแลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการให้บริการรถไฟฟ้า MRT เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนและชุมชนข้างเคียงเสมอมา ด้วยการดำเนินการติดตาม ป้องกัน และลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมตามแผนมาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและแผนการตรวจติดตามคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระบอบการดำเนินงานของโครงการรถไฟฟ้า MRT (Environmental Impact Mitigation Measures and Monitoring Program-EMP)

ทั้ง 2 สายที่เปิดให้บริการ ได้แก่ โครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล และโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครสายฉลองรัชธรรม พร้อมทั้งนำส่งรายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการฯ ให้กับสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) พิจารณาปีละ 2 ครั้ง ซึ่งตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมในประเด็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ดังนี้

(1) คุณภาพอากาศ

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

(2) คุณภาพอากาศภายในสถานีรถไฟฟ้าและขบวนรถไฟฟ้า

ผลการตรวจวัดคุณภาพอากาศภายในสถานีรถไฟฟ้าและขบวนรถไฟฟ้าทั้งในช่วงเวลาเร่งด่วนและช่วงเวลาปกติ พบว่า ปริมาณแบคทีเรียและเชื้อรารวม อัตราการระบายอากาศอุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์ อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานกำหนด

(3) ระดับเสียงทั่วไป

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

(4) แรงแส้สะเทือน

ผลการตรวจวัดความสั่นสะเทือน พบว่า มีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่มาตรฐานกำหนด

(5) คุณภาพน้ำทิ้ง

ผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้งในสถานีรถไฟฟ้า ศูนย์ซ่อมบำรุง และอาคารบริหาร พบว่า มีค่าอยู่ในเกณฑ์ตามมาตรฐานกำหนด และระบบบำบัดน้ำเสียสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามที่ออกแบบไว้

นอกจากการตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมแล้ว รถซ่อมบำรุงที่ใช้ภายในศูนย์ซ่อมบำรุงยังเป็นระบบเครื่องยนต์ที่เป็นไปตามมาตรฐาน EURO IV ซึ่งเป็นมาตรฐานการระบายมลพิษจากยานพาหนะ จึงมั่นใจได้ว่า การใช้งานรถซ่อมบำรุงและการบำรุงรักษาจะไม่ก่อให้เกิดมลพิษในระดับอันตราย

2.2.4.3 การประกันภัย

บริษัทได้จัดให้มีกรมธรรม์ประกันภัยกับบริษัทผู้รับประกันภัยภายในประเทศเพื่อครอบคลุมความเสียหายต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ตามความเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้าของบริษัท โดยมีสาระสำคัญของกรมธรรม์หลัก โดยสรุปดังนี้

กสออสซี่	มูลค่าความคุ้มครอง	ความคุ้มครอง
Industrial All Risks Insurance (Administration Building)	ทุนประกันภัย 366,700,000 บาท	สถานที่เอาประกันภัย : อาคารบริหารและอาคารโรงอาหาร และรอบรั้วบริเวณที่ตั้ง ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 มิถุนายน 2559 - 1 มิถุนายน 2560
Public Liability Insurance (Administration Building)	จำกัดความรับผิด 10,000,000 บาท ต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย	สถานที่เอาประกันภัย: อาคารบริหารและอาคารโรงอาหาร และรอบรั้วบริเวณที่ตั้ง ระยะเวลาคุ้มครอง: 1 มิถุนายน 2559 - 1 มิถุนายน 2560

กสรรม	มูลค่าความคุ้มครอง	ความคุ้มครอง
Property All Risks Insurance (BL - Depot & Stations)	ทุนประกันภัย 350,000,000 เหรียญสหรัฐ สำหรับความเสียหายรวมต่อครั้ง	สถานที่เอาประกันภัย: อาคารศูนย์ซ่อมบำรุงและสถานี และรอบเส้นทางบริเวณที่ตั้ง ระยะเวลาคุ้มครอง: 3 กรกฎาคม 2559 - 3 กรกฎาคม 2560
Public Liability Insurance (BL - Depot & Stations)	จำกัดความรับผิด 30,000,000 เหรียญสหรัฐ	สถานที่เอาประกันภัย: อาคารศูนย์ซ่อมบำรุงและสถานี และรอบเส้นทางบริเวณที่ตั้ง ระยะเวลาคุ้มครอง: 3 กรกฎาคม 2559 - 3 กรกฎาคม 2560
Terrorism Insurance (BL)	จำกัดความรับผิด 10,000,000 เหรียญสหรัฐ	ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย : อาคารบริหาร ศูนย์ซ่อมบำรุง สถานี อุโมงค์ และทรัพย์สินภายในอาคารและ อุโมงค์ ราง รถไฟฟ้า และทรัพย์สินอื่นๆ ของระบบรถไฟฟ้าใต้ดิน รวมถึงธุรกิจหยุดชะงัก ระยะเวลาคุ้มครอง : 3 กรกฎาคม 2559 - 3 กรกฎาคม 2560
Property All Risks Insurance (PPL - Depot & Stations)	ทุนประกันภัย 350,000,000 เหรียญสหรัฐ สำหรับความเสียหายรวมต่อครั้ง	สถานที่เอาประกันภัย: อาคารศูนย์ซ่อมบำรุงและสถานีและ รอบเส้นทางบริเวณที่ตั้ง ระยะเวลาคุ้มครอง: 1 พฤษภาคม 2559 - 1 พฤษภาคม 2560
Public Liability Insurance (PPL - Depot & Stations)	จำกัดความรับผิด 30,000,000 เหรียญสหรัฐ	สถานที่เอาประกันภัย: อาคารศูนย์ซ่อมบำรุงและสถานีและ รอบเส้นทางบริเวณที่ตั้ง ระยะเวลาคุ้มครอง: 1 พฤษภาคม 2559 - 1 พฤษภาคม 2560
Terrorism Insurance (PPL)	จำกัดความรับผิด 10,000,000 เหรียญสหรัฐ	ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย : อาคารบริหาร ศูนย์ซ่อมบำรุง สถานี อุโมงค์ และทรัพย์สินภายในอาคารและ อุโมงค์ ราง รถไฟฟ้า และทรัพย์สินอื่นๆ ของระบบรถไฟฟ้าใต้ดิน รวมถึงธุรกิจหยุดชะงัก ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 พฤษภาคม 2559 - 1 พฤษภาคม 2560

2.2.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

2.3 ธุรกิจพัฒนาเชิงพาณิชย์

2.3.1 ลักษณะบริการ

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบทางพิเศษ

สำหรับการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในเขตพื้นที่ระบบทางพิเศษ บริษัทและบริษัทย่อย คือ NECL ได้ให้บริษัทเอกชนและบุคคลเข้าพื้นที่เพื่อดำเนินการในเชิงพาณิชย์ ดังนี้

1. ติดตั้งป้ายรายงานสภาพจราจรและป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์
อนุญาตให้บริษัทเอกชนติดตั้งป้ายรายงานสภาพจราจรบนสายทางหลักและบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์บริเวณต่างๆ เช่น หน้าด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ หน้าตู้เก็บค่าผ่านทางพิเศษ เสาต่อม่อทางพิเศษ และกำแพงกันตกของทางพิเศษ เป็นต้น
2. ร้านค้าบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ
อนุญาตให้บริษัทเอกชนและบุคคลทั่วไปเช่าพื้นที่ร้านค้าเพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้ทางพิเศษบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษประชาชนชั้น ศรีนครินทร์ และบางปะอิน
3. ดำเนินธุรกิจอื่นๆ
อนุญาตให้บริษัทเอกชนใช้พื้นที่ในเขตทางพิเศษเพื่อติดตั้งระบบกระจายสัญญาณ 3G เป็นต้น

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า

ในส่วนของรายได้จากการพัฒนาเชิงพาณิชย์จากโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน บริษัทเป็นผู้ดำเนินการและให้สิทธิแก่บริษัทย่อย คือ BMN เป็นผู้ดำเนินการ ดังนี้

1. จัดทำ และ/หรือ จัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ
จัดทำ และ/หรือ จัดทำป้ายหรือสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน 18 แห่ง และภายในขบวนรถไฟฟ้า 19 ขบวน (รถไฟฟ้า MRT) ประกอบไปด้วยสื่อโฆษณาหลากหลายรูปแบบและขนาด อาทิ กล้องไฟ สื่อสติ๊กเกอร์ ป้ายโฆษณา Platform Billboard สื่อโฆษณาผ่านระบบ Passenger Information Display System (PIDs) สื่อ Digital Media นอกจากนี้ สื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ได้ผ่านการพัฒนามาจนถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการเดินทางของผู้โดยสาร ตลอดจนสร้างสีสันในการเดินทางและสภาพแวดล้อมที่สวยงามภายในสถานีรถไฟฟ้า MRT
2. ให้เช่าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT
ให้เช่าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT จำนวน 11 สถานี ประกอบด้วย สถานีคลองเตย ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ สุขุมวิท เพชรบุรี พระรามเก้า ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย รัชดาภิเษก ลาดพร้าว พหลโยธิน สวนจตุจักร กำแพงเพชร และพื้นที่ชั้นใต้ดินอาคารจอดแล้วจรที่สถานีลาดพร้าว ซึ่งคิดเป็นพื้นที่เช่าเชิงพาณิชย์รวมทั้งหมดประมาณ 19,490 ตารางเมตร (พื้นที่สำหรับร้านค้าปลีกและพื้นที่สำหรับส่งเสริมการขาย) ปัจจุบันเปิดดำเนินการไปแล้ว 6 สถานี ได้แก่ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร สถานีกำแพงเพชร สถานีพระราม 9 และสถานีคลองเตย ซึ่งเปิดเป็นสำนักงานจัดทำหนังสือเดินทาง เพื่อให้บริการจัดทำหนังสือเดินทางแก่ประชาชนทั่วไป โดยร่วมมือกับกรมการกงสุลกระทรวงต่างประเทศ เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2559 และมีแผนงานจะเปิดให้บริการอีก 2 สถานี ในไตรมาสที่ 1/2560 และไตรมาสที่ 4/2560 ได้แก่ สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย และสถานีเพชรบุรี ตามลำดับ
3. 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

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

1. จัดหา และ/หรือ จัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ

การจัดหา และ/หรือ จัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ เป็นรูปแบบของการสื่อสารข้อมูลจากเจ้าของสินค้าและบริการไปยังประชาชนผู้ใช้บริการซึ่งผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT กลุ่มหลักประกอบด้วย กลุ่มนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท ซึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ของระบบรถไฟฟ้า MRT นอกจากจะเป็นกลุ่มที่ใช้งบประมาณหลักเพื่อการประชาสัมพันธ์ในธุรกิจอุตสาหกรรมโฆษณา อาทิ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มสื่อสารโทรคมนาคม กลุ่มสถาบันการเงิน เป็นต้น แล้วยังประกอบด้วยกลุ่มที่ประกอบธุรกิจในแนวเส้นทางรถไฟฟ้า MRT อาทิ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มประกันภัยและประกันชีวิต กลุ่มอุตสาหกรรมก่อสร้าง เป็นต้น รวมถึงกลุ่มสินค้าที่อาศัยสถานที่ตั้งสำคัญของสถานีรถไฟฟ้า เช่น ใกล้ห้างสรรพสินค้า มหาวิทยาลัย ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง อาทิ กลุ่มภาพยนตร์ กลุ่มเสื้อผ้าและเครื่องประดับ การท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ให้เช่าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกันในแต่ละสถานีที่เปิดให้บริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า กลุ่มลูกค้าผู้เช่าพื้นที่ในปัจจุบันจึงมีความหลากหลาย ตั้งแต่ผู้ประกอบการ SME ไปจนถึงกลุ่มสินค้า Brand หลักๆ ที่มีการขยายสาขาควบคู่ไปกับการเปิดให้บริการพื้นที่ร้านค้าในสถานีใหม่ นอกจากนี้ ยังได้ร่วมสนับสนุน และส่งเสริมการให้บริการของภาครัฐแก่ประชาชน เปิดศูนย์สำนักงานจัดทำหนังสือเดินทางซึ่งสามารถสนองตอบต่อ Life Style ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าได้เป็นอย่างดี

3. ให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม

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

ในส่วนของโครงการพัฒนาเชิงพาณิชย์ในระบบทางพิเศษจะเป็นการให้เอกชนและบุคคลเช่าพื้นที่เพื่อดำเนินกิจการต่างๆ ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจนั้นๆ อาทิเช่น บริษัทผู้ผลิตสื่อโฆษณา บริษัทผู้ให้บริการเกี่ยวกับระบบโทรคมนาคม สำหรับร้านค้ากลุ่มลูกค้าจะเป็นบุคคลทั่วไป

2.3.2.2 นโยบายและกลยุทธ์การตลาด

(1) กลยุทธ์ด้านบริการและผลิตภัณฑ์

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบทางพิเศษ

- จัดให้มีป้ายรายงานสภาพจราจรแบบแผนที่และข้อความ เพื่อให้ข้อมูลด้านการจราจรแก่ผู้ใช้ทางพิเศษ รวมทั้งจัดให้มีป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์บริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทางพิเศษ บริเวณกำแพงกันตก บริเวณเสาต่อม่อทางพิเศษ และบริเวณหน้าตู้เก็บค่าผ่านทางพิเศษ รวมจำนวนทั้งสิ้น 292 ป้าย

- จัดให้มีร้านค้าและห้องน้ำสาธารณะเพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้ทางพิเศษ บริเวณด้านเก็บค่าผ่านทางพิเศษศรีรัชและอุดรรัถยา จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ บริเวณด้านเก็บค่าผ่านทางพิเศษศรีนครินทร์ บริเวณด้านเก็บค่าผ่านทางพิเศษประชาชื่นฝั่งขาเข้า บริเวณด้านเก็บค่าผ่านทางพิเศษบางปะอินขาเข้า และบริเวณด้านเก็บค่าผ่านทางพิเศษบางปะอินขาออก

การพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า

จัดให้มีบริการพัฒนาเชิงพาณิชย์เพื่อสร้างความสะดวกสบายและสีสันของการเดินทางให้แก่ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT รวมถึงประชาชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสถานีรถไฟฟ้า MRT ซึ่งการให้บริการพัฒนาเชิงพาณิชย์ดังกล่าวเป็นการเพิ่มรายได้ ได้แก่

- ร้านค้า (Retail Area) บนพื้นที่กว่า 25,000 ตารางเมตร (รวมพื้นที่ส่วนกลาง) มีร้านค้าและพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมเกือบ 500 ร้านค้า ภายใน 11 สถานีรถไฟฟ้า MRT ปัจจุบันเปิดบริการแล้ว 6 สถานี คือ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร สถานีกำแพงเพชร สถานีพระราม 9 และสถานีคลองเตย และเปิดให้บริการ (บางส่วน) ที่สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย
- สื่อโฆษณาแบบป้ายนิ่ง (Static Media) ที่มีหลากหลายรูปแบบ ประเภทกล่องไฟ และสติ๊กเกอร์ ติดตั้งอยู่บริเวณผนังทางเดินของสถานีรถไฟฟ้า MRT ตั้งแต่พื้นที่ทางเข้าออกสถานี จนถึงชั้นชานชาลา และ พื้นที่อื่น อาทิ เสา พื้น เพดาน ลิฟต์โดยสาร เป็นต้น และภายในขบวนรถไฟฟ้า นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับเจ้าของสินค้าและบริการ หรือผู้แทนสื่อโฆษณา ออกแบบงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ของลูกค้าให้มีมิติและสร้างความน่าสนใจมากขึ้น อาทิ การใช้ 3D-4D การบูรณาการพื้นที่ที่ใกล้เคียงกันทำเป็น Big Campaign (Integrated Media) การใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นต้น ทำให้สื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้า MRT สามารถตอบโจทย์ของลูกค้าได้หลากหลายและทำให้เกิดการจดจำที่ดี
- สื่อโฆษณาบนห่วงมือจับ (Hand Grip) ภายในขบวนรถไฟฟ้า สื่อบนเก้าอี้พักคอยที่ชั้นชานชาลา สื่อบนราวจับบันไดเลื่อน
- สื่อโฆษณาที่เคลื่อนไหวได้ (Dynamic Media) ประเภทจอดิจิทัล (Digital) ประกอบด้วยสื่อโฆษณาบนจอแสดงข้อมูลผู้โดยสาร (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
- บริการเครื่องเบิกรถเงินอัตโนมัติ (ATM) เครื่องฝากเงินของธนาคารต่างๆ และเครื่องบริการอัตโนมัติอื่นๆ เช่น เครื่องเติมเงินมือถือของ AIS Kiosk, True Kiosk และเครื่องเติมเงินของบุญเติม เป็นต้น
- บัตรแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์ขึ้นที่สถานีพระราม 9 บริเวณที่เชื่อมต่อกับศูนย์การค้า Central Plaza Grand Rama 9

(2) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การสร้างความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) และสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์การตอบแทนลูกค้าและสังคม เป็นการปลูกฝังทัศนคตินี้ให้แก่เยาวชนกลุ่มเป้าหมายและผู้ใช้บริการ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) อย่างต่อเนื่อง อาทิ ความร่วมมือกับพันธมิตรและบริษัทผู้รับสิทธิในการพัฒนาเชิงพาณิชย์ (BMN) ในการจัดกิจกรรมแนะนำการทำข้อสอบ GAT โดยคุณครูสมศรี ภายใต้กิจกรรม “MRT พาน้องพิชิต GAT” ตั้งแต่ปี 2552 การสนับสนุนการใช้พื้นที่และร้านค้าภายในศูนย์การค้า

Metro Nine สถานีพระราม 9 กับนิตยสาร “ซีวจิต” ในการทำกิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกายแบบต่างๆ เช่น โยคะ รำกระบอง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรม “M Care สุขภาพดี ซีวปลอดภัย” ให้ผู้โดยสารตรวจเช็คสุขภาพฟรี กับโรงพยาบาลและสถาบันชั้นนำ และกิจกรรม Share 2 Child สำหรับน้องๆ เยาวชน และโรงเรียนรายรอบเส้นทางรถไฟฟ้าของบริษัท มาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังได้จัดกิจกรรมร่วมกับ BMN เพื่อจัดกิจกรรมต่างๆ เช่นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการศึกษาที่ศูนย์ซ่อมบำรุงรถไฟฟ้าสายสีม่วง เป็นต้น

(3) กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายมีลักษณะแตกต่างกันตามรูปแบบการให้บริการเชิงพาณิชย์ โดยหลักๆ ซึ่งใช้การผสมผสานในรูปแบบการนำเสนอขายผ่านพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับการนำเสนอโดยตรงไปยังเจ้าของสินค้าและบริการ

2.3.2.3 ภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

การใช้งบประมาณการซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2559 ที่ผ่านมายังต่ำกว่าปีก่อนหน้าร้อยละ 5 เนื่องจากการลดลงของงบประมาณในสื่อหลักประเภททีวี Analog, Cable & Satellite และสื่อหนังสือพิมพ์รวมถึงนิตยสาร สาเหตุจากการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทั้งนี้สื่อที่มีอัตราการเติบโตสูงสุดสามอันดับแรกเมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันกับปีที่ผ่านมา ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อกลางแจ้ง และสื่อเคลื่อนที่มีอัตราการเติบโตร้อยละ 73.64, 34.17 และ 17.76 ตามลำดับ¹ เนื่องจากเป็นสื่อโฆษณาที่ใกล้ชิดกับผู้บริโภคและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนเมือง

ในปี 2559 นี้ สื่อเคลื่อนที่มีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แม้ว่าการเพิ่มขึ้นนี้สาเหตุประการหนึ่งมาจากการเปลี่ยนแปลงฐานข้อมูลเพิ่มขึ้นของประเภทสื่อเคลื่อนที่ ก็ยังแสดงให้เห็นถึงความนิยมสื่อประเภทดังกล่าวที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้บริโภค ทั้งนี้ในกลุ่มสื่อเคลื่อนที่จะมีความแตกต่างกันในลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เส้นทาง และจำนวนผู้ใช้บริการ อาทิ สื่อรถไฟฟ้า MRT, BTS สื่อสนามบิน และสื่อรถประจำทาง เป็นต้น ดังนั้นงบประมาณการซื้อสื่อในแต่ละประเภทจึงมีความแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของเจ้าของสินค้าและบริการ ปัจจุบันการใช้บริการระบบขนส่งมวลชนประเภทรถไฟฟ้า มีอัตราการเติบโตของผู้โดยสารอย่างต่อเนื่อง รวมถึงผู้โดยสารในระบบรถไฟฟ้า MRT ประกอบกับนโยบายส่งเสริม สนับสนุนการเดินทางด้วยระบบรถไฟฟ้าของภาครัฐ ที่เปิดให้บริการระบบรถไฟฟ้าไปแล้ว คือรถไฟฟ้าสายสีม่วง อีกทั้งสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยายที่จะมาเชื่อมต่อกับเส้นทางปัจจุบันในอนาคต ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้า MRT มีจำนวนมากขึ้นตามไปด้วย ส่งผลเชิงบวกต่อการให้บริการสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในอนาคต

แหล่งที่มา : ¹ สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย (aat)

พื้นที่ให้เช่าและบริการ

การเพิ่มขึ้นของพื้นที่ค้าปลีกใหม่ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นโครงการคอมมูนิตี้มอลล์ (Community Mall) การเปิดให้บริการศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ซึ่งส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นในธุรกิจพื้นที่เช่าและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจ (Central Retail District) และในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ มีอัตราค่าเช่า (Rental Rate) สูงกว่า 3,500 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน และมีอัตราการเช่าพื้นที่โดยประมาณ 97% ทั้งนี้แนวโน้มของอัตราค่าเช่าจะมีการปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ความบันเทิง และประสบการณ์ใหม่ๆ ดังนั้นกลุ่มผู้เช่าที่มีความสนใจพื้นที่ที่สำคัญ คือ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม (F&B) ซึ่งผู้พัฒนาศูนย์การค้าได้มีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ให้มีการผสมผสานกันระหว่างพื้นที่ค้าปลีกและกิจกรรมเพื่อความบันเทิง นอกจากนี้ จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงหันมาสนใจช้อปปิ้งออนไลน์ (on-line shopping) ส่งผลถึง

กลุ่มสินค้าและบริการบางประเภทที่จะลดอัตราการเช่าพื้นที่ลงได้ อย่างไรก็ตาม พื้นที่ค้าปลีกภายในสถานีรถไฟฟ้า MRT ที่อยู่ใกล้กับศูนย์กลางธุรกิจ ห้างสรรพสินค้า และจุดเชื่อมต่อการเดินทางระบบขนส่งมวลชน ยังได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการทั้งขนาด SME และ Brand มีอัตราการเช่าพื้นที่มากกว่า 90% อาทิ พื้นที่ค้าปลีก สถานีสุขุมวิท พระราม 9 สวนจตุจักร เป็นต้น

2.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

2.3.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทและบริษัทย่อย (BMN) เป็นผู้ดำเนินการธุรกิจเชิงพาณิชย์ของโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินในถาวร 1) จัดหา และ/หรือ จัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ 2) ให้เช่าพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT และ 3) ให้บริการและดูแลรักษาอุปกรณ์ระบบสื่อสารโทรคมนาคม

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

2.3.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้การใส่ใจ ดูแลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชั้นร้านค้า ในระบบรถไฟฟ้าเช่นกัน เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนและชุมชน รายละเอียดปรากฏตามหัวข้อ 2.2.4.2

2.3.3.3 การประกันภัย

นสรุปรวม	มูลค่าความคุ้มครอง	ความคุ้มครอง
Property All Risks Insurance (Retail Areas)	ทุนประกันภัย ส่วนที่ 1 393,339,259 บาท ส่วนที่ 2 552,703,593 บาท	ส่วนที่ 1 ความเสียหายต่อทรัพย์สิน ส่วนที่ 2 ธุรกิจหยุดชะงัก สถานที่เอาประกันภัย : พื้นที่พัฒนาเชิงพาณิชย์ภายในสถานีรถไฟฟ้า ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 ปี 3 กรกฎาคม 2559 – 3 กรกฎาคม 2560
Public Liability (Retail Areas)	จำกัดความรับผิด 40,000,000 บาท	สถานที่เอาประกันภัย : พื้นที่พัฒนาเชิงพาณิชย์ภายในสถานีรถไฟฟ้า ระยะเวลาคุ้มครอง : 1 ปี 3 กรกฎาคม 2559 - 3 กรกฎาคม 2560

2.3.3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -