

|                                                                                                                         |                                                                          |                  |                       |  |             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------------|--|-------------|
| <div>ประชาชาติ<br/>ธุรกิจ</div> <div>Prachachat Turakij</div> <div>Circulation: 120,000</div> <div>Ad Rate: 1,350</div> | Section: First Section/พรีออเพอร์ตี้                                     |                  |                       |  |             |
|                                                                                                                         | วันที่: พุธที่ 28 กุมภาพันธ์ - อาทิตย์ 3 มีนาคม 2562                     |                  |                       |  |             |
|                                                                                                                         | ปีที่: 41                                                                | ฉบับที่: 5127    | หน้า: 6(ล่าง), 7      |  |             |
|                                                                                                                         | Col.Inch: 72.48                                                          | Ad Value: 97,848 | PRValue (x3): 293,544 |  | คลิป: สีสี่ |
|                                                                                                                         | หัวข้อข่าว: ข.การช่างอัปเกรดสื่อสารรถไฟฟ้าใต้ดินทุมริโนเวตค้ำปลีกแนวใหม่ |                  |                       |  |             |

# ข.การช่างอัปเกรดสื่อสารรถไฟฟ้าใต้ดินทุมรีโนเวตค้ำปลีกแนวใหม่

BEM ทุมอัปเกรดระบบสื่อสารรถไฟฟ้าใต้ดิน รองรับเปิดส่วนต่อขยายฝั่งธนฯ ลุยรีโนเวตค้ำปลีก “เมโทร มอลล์” เปิดบริการแล้วสถานีจตุจักร คิวต่อไป พหลโยธิน ปักหมุดเพิ่มสถานีลาดพร้าว รัชดาภิเษก ศูนย์สิริกิติ์ วัดมังกรฯ วัชรบุรีฯ สามยอด อีสราภาพ

นายณัฐวุฒิ ตรีวิศวะเวทย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แบงคอกเมโทรเน็ทเวิร์คส์ จำกัด (BMN) บริษัทในเครือ บมจ. ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ (BEM) ธุรกิจเครือข่าย บมจ.ข.การช่าง เปิดเผยว่า เมื่อวันที่ 23 ก.พ.ที่ผ่านมา ได้เปิดบริการอย่างเป็นทางการพื้นที่เชิงพาณิชย์ “เมโทรมอลล์” (Metro Mall) ภายในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสวนจตุจักร พื้นที่ 2,000 ตร.ม. หลังใช้งบลงทุน 30 ล้านบาท ในการรีโนเวตใหม่เพื่อให้ดูทันสมัย และตอบโจทย์ผู้ใช้บริการมากขึ้น

โดยได้ขยายกลุ่มเป้าหมาย จากเดิม เป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ มาเป็นกลุ่มเป้าหมาย ที่เน้นทุกกลุ่ม (mass) มากขึ้น แต่ ยังเน้นผู้ที่ใช้บริการรถไฟฟ้าเป็นหลัก ซึ่งได้เพิ่มเติมร้านค้าใหม่เข้ามา เช่น กูร์เมต์ ทุโก ของกลุ่มเดอะมอลล์ที่มี จุดเด่นด้านอาหารปรุงสำเร็จแบบพรีเมียม, ร้านขายของเบ็ดเตล็ดสไตล์จีน-ญี่ปุ่น มินิโซล, ห้างแว่นท็อปเจริญ, ข้าวมันไก่ ประตูนํ้า กวางเฮง, ดงกัน โดนัท เป็นต้น

ปัจจุบันสถานีจตุจักรมีผู้ใช้บริการ อยู่ที่ 40,000 คน/วัน จากผู้ใช้บริการ ระบบรถไฟฟ้า MRT เฉลี่ยอยู่ที่ 350,000



ณัฐวุฒิ ตรีวิศวะเวทย์

คน/วัน เป้าหมายต่อไปจะรีโนเวตเมโทร มอลล์สถานีพหลโยธิน พื้นที่ 1,000 ตร.ม. ใช้งบลงทุน 30 ล้านบาท ขณะนี้ได้เริ่ม ขั้นตอนไปแล้ว คาดว่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จในช่วงไตรมาส 4 ของปีนี้

ขณะเดียวกัน กำลังศึกษาความเป็นไปได้ขยายสาขาเพิ่มเติมใน 3 สถานี ได้แก่ 1.สถานีลาดพร้าว กำลังศึกษา จำนวนผู้โดยสารที่อาจจะเพิ่มขึ้นหลังจากที่รถไฟฟ้าสายสีเหลือง ช่วงลาดพร้าว - สำโรง เปิดบริการในปี 2564 2.สถานี รัชดาภิเษก จุดเด่นคือมีออฟฟิศอยู่รอบๆ เป็นจำนวนมาก กำลังศึกษาความเป็นไปได้ และ 3.สถานีศูนย์ประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ ซึ่งอยู่ระหว่างศึกษาความเป็นไปได้เช่นกัน หากพัฒนาทั้ง 3 สาขาได้ จะถือว่าทำได้ตามเป้าที่คาดไว้คือ 11 สาขา

นายณัฐวุฒิกล่าวอีกว่า นอกจากนี้ BMN ให้ความสนใจที่จะพัฒนาเมโทร มอลล์เพิ่มเติมภายในสถานีของส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินที่ BEM ได้รับสัมปทานเดินรถ โดยเฉพาะช่วง

หัวลำโพง-บางแค ระยะทาง 14 กม. จะเปิดให้บริการในเดือน ก.ย.นี้ มีพื้นที่ที่คาดว่าจะเริ่มต้นพัฒนาได้ก่อนอยู่ใน สถานีใต้ดิน 4 สถานี ได้แก่ สถานีวัดมังกร กมลาวาส สถานีวัชรบุรีฯ สถานีสามยอด และสถานีอีสราภาพ

โดยเฉพาะสถานีอีสราภาพ ที่มีพื้นที่ สำหรับพัฒนาแยกออกมาเป็น 1 ชั้น พื้นที่ประมาณ 2,000 ตร.ม. รูปแบบเดียวกับ สถานีสวนจตุจักร แต่ทั้งนี้ จะต้องรอ ดูปริมาณผู้โดยสารหลังเปิดให้บริการแล้ว และต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้วย ว่าส่วนใหญ่มีความต้องการอะไร ขณะที่ สถานีแบบลอยฟ้า อาจจะพัฒนาแบบ ร้านค้าขนาดเล็ก รูปแบบเดียวกับรถไฟฟ้า BTS

ส่วนการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์ของ รถไฟฟ้าสายสีม่วงช่วงคลองบางไผ่-เตาปูน ต้องรออนโยบายจากการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) จะมีแนวทางการดำเนินงานอย่างไร เช่น รฟม.จะดำเนินการเองหรือเปิดให้เอกชน ลงทุนพัฒนา

นายณัฐวุฒิกล่าวอีกว่า แผนการดำเนินงานในปี 2562 BMN ตั้งงบลงทุนไว้ที่ 120 ล้านบาท แบ่งเป็นด้านสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาปรับปรุง พื้นที่ร้านค้ารวมทั้งสิ้นประมาณ 80 ล้านบาท และยังได้วางงบประมาณไว้ สำหรับการพัฒนารูทอื่น ๆ เพิ่มเติม ประมาณ 40 ล้าน

นอกจากนี้ BEM บริษัทแม่ได้วางบ

|                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>ประชาชาติ<br/>ธุรกิจ</b></p> <p>Prachachat Turakij<br/>Circulation: 120,000<br/>Ad Rate: 1,350</p> | <p><b>Section:</b> First Section/พรีออเพอร์ตี</p> <p><b>วันที่:</b> พุธที่ 28 กุมภาพันธ์ - อาทิตย์ 3 มีนาคม 2562</p> <p><b>ปีที่:</b> 41      <b>ฉบับที่:</b> 5127      <b>หน้า:</b> 6(ล่าง), 7</p> <p><b>Col.Inch:</b> 72.48      <b>Ad Value:</b> 97,848      <b>PRValue (x3):</b> 293,544</p> <p><b>หัวข้อข่าว:</b> ช.การช่างอัปเกรดสื่อสารรถไฟฟ้าใต้ดินทุ่มรีโนเวตค้ำปลั๊กแนวใหม่</p> <p><b>คลิป:</b> สีสี่</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



**โฉมใหม่** - สถานีจัดจรรรถไฟฟ้าใต้ดิน หลังปิดรีโนเวตพื้นที่เชิงพาณิชย์ “เมโทรมอลล์” ล่าสุดเปิดบริการแล้ว มาพร้อมโฉมใหม่ที่โลดโผน และร้านค้าแบรนด์ดังมากมาย

ลงทุนด้านโทรคมนาคมภายในสถานีรถไฟฟ้า MRT เพิ่มเติมอีก 370 ล้านบาท แบ่งเป็นงบอัปเกรดใน 4 สถานีใต้ดินของส่วนต่อขยายหัวลำโพง-บางแค ประมาณ 167 ล้านบาท และอัปเกรดสถานีรถไฟฟ้า MRT เดิมทั้งหมด 18 สถานี ประมาณ 200 ล้านบาท ซึ่งส่วนนี้ไม่รวมกับงบลงทุนของ BMN

สำหรับรายได้ของ BMN ในปี 2561 ที่ผ่านมา มีรายได้ทั้งสิ้น 634 ล้านบาท กำไรสุทธิ 53 ล้านบาท เติบโตจากปี 2560 อยู่ที่ 3% เป็นผลมาจากการเปิดให้บริการเมโทรมอลล์สถานีสวนจตุจักร และสื่อโฆษณาภายในสถานีที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ขณะที่ปี 2562 ตั้งเป้ารายได้รวม 760 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 20% และตั้งเป้ากำไรสุทธิอยู่ที่ 85 ล้านบาท อาศัยผลจากการเปิดให้บริการส่วนต่อขยายหัวลำโพง-บางแคในเดือน ก.ย.นี้

โดยรายได้รวมสามารถแบ่งสัดส่วนรายได้เชิงพาณิชย์ประกอบด้วยสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ 56% รายได้จากการให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคม 28% และรายได้จากพื้นที่เช่าและบริการรวมกิจกรรมอีเวนต์ 17%