

ทล.รื้อแผนแม่บทมอเตอร์เวย์ทั่วประเทศ. นำร่องประมูลPPPบางปะอิน-โคราช6หมื่นล.

ASTVผู้จัดการรายวัน - ทล.จ่อประมูลมอเตอร์เวย์ บางปะอิน-โคราช 6 หมื่นล. นำร่อง รอ "คมนาคม" ไฟเขียวก่อนร่าง TOR ร่วมทุน PPP รัฐลงทุน 20% "วีระ" ซีอีโอต้องตัดสินใจลงทุนมอเตอร์เวย์ เหตุขยายทางหลวงอาจทำไม่ได้เต็มที่ เพราะถึงจุดอิ่มตัว จ้างที่ปรึกษาหรือแผนแม่บทมอเตอร์เวย์ 13 เส้นทาง 4,150 กม. จัดลำดับก่อนหลังกำหนดรูปแบบลงทุน หลัง 10 กว่าปีแค่ 2 เส้นทาง เผยปัจจุบันค่าก่อสร้างพุ่ง 300-500 ล./กม.

นายวีระ เรื่องสุขศรีวงศ์ อธิบดีกรมทางหลวง (ทล.) เปิดเผยภายหลังเป็นประธานเปิดการประชุมระดมความคิดเห็น "ทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง... ทางออกที่ท้าทายของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยอย่างยั่งยืน" วานนี้(4 ส.ค.) ว่าแผนก่อสร้างมอเตอร์เวย์ระยะเร่งด่วน 5 เส้นทาง ภายในรัศมี 250 กิโลเมตรรอบกรุงเทพมหานคร ระยะทาง 707 กิโลเมตร กำหนดแล้วเสร็จในปี 2560 นั้น เส้นทางนำร่องคือ สายบางปะอิน-สระบุรี-

นครราชสีมา ระยะทาง 199 กิโลเมตร มูลค่าการลงทุนประมาณ 60,000 ล้านบาท โดยให้เอกชนเข้าร่วมลงทุนในรูปแบบ PPP(Public Private Partnership) คือรัฐจ่ายค่าเวนคืน เอกชนลงทุนค่าก่อสร้าง ซึ่งได้เสนอรายละเอียดการลงทุนโครงการทั้งหมดไปยังกระทรวงคมนาคมแล้ว หากได้รับความเห็นชอบจะเข้าสู่กระบวนการตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการให้เอกชนเข้าร่วมงานหรือดำเนินการในกิจการของรัฐ พ.ศ.2535 (พ.ร.บ.ร่วมทุนฯ 35) คือ ตั้งคณะกรรมการตามมาตรา 13 เพื่อร่างที่ไอราร์

ทั้งนี้ เนื่องจากมอเตอร์เวย์ต้องใช้เงินลงทุนสูงมาก ดังนั้น ในหลักการร่วมทุนกับเอกชนภาครัฐต้องเข้าไปสนับสนุนในเรื่องการจัดกรรมสิทธิ์ที่ดิน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนการลงทุนประมาณ 20% และ 80% เป็นการลงทุนของเอกชน โดยอีก 4 เส้นทางเร่งด่วนนั้น อยู่ระหว่างการศึกษาทบทวนรายละเอียดและรูปแบบการลงทุนที่เหมาะสม ประกอบด้วย สาย

บางใหญ่-ราชบุรี-นครปฐม-กาญจนบุรี, สายนครปฐม-สมุทรสงคราม-ชะอำ-หัวหิน, สาย ชลบุรี-พัทยา-มาบตาพุด และสายบางปะอิน-นครสวรรค์

นายวีระกล่าวว่า แนวทางการพัฒนาถนน 4-5 ปีจากนี้ จะให้ความสำคัญกับมอเตอร์เวย์มากขึ้นโดยเฉพาะเส้นทางหลักที่เชื่อมกรุงเทพฯกับจังหวัดโดยรอบ ซึ่งปัจจุบันมีปริมาณจราจรหนาแน่นมาก ในขณะที่ทางหลวงแผ่นดินที่มีอยู่ไม่สามารถขยายช่องจราจรได้เพิ่มมากนัก ดังนั้น ทากรัฐบาลเห็นความสำคัญและประโยชน์ของมอเตอร์เวย์ ซึ่งภาพรวมแล้วมอเตอร์เวย์มีผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสูงกว่า 10% ก็จะต้องตัดสินใจเรื่องการลงทุน ในขณะที่เดียวกันก็ไม่สามารถปรับลดงบประมาณส่วนทางหลวงแผ่นดินออกได้ ต้องลงทุนควบคู่กัน เพราะปริมาณจราจรเพิ่มขึ้นทุกปี

"ที่ผ่านมามีเมื่อสร้างทางหลวงเสร็จชุมชนจะมาอยู่สองข้างทาง เกิดความแออัด และปัญหาจราจรซึ่งงบประมาณ

ก่อสร้าง เป็นภาระของประเทศ แต่มอเตอร์เวย์จะควบคุมทางเข้าออก ผู้ใช้จ่ายไม่เป็นภาระของประเทศ และทุกขั้นตอนของโครงการจะต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งยอมรับว่าสายบางปะอิน-โคราช ช่วงปากช่องยังมีประชาชนกังวลเพราะเกรงว่าจะกระทบในการเข้าออกถนนเดิมก็ต้องทำความเข้าใจและอาจต้องแก้ปัญหาทำเป็นทางยกระดับในบางช่วง" นายวีระกล่าว

นายวีระกล่าวว่า กรมฯได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาจัดทำแผนแม่บทและแผนดำเนินงานพัฒนามอเตอร์เวย์ เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และจัดลำดับความสำคัญโครงการ ระยะเวลาศึกษา 15 เดือน (มี.ย.54-ส.ค.55) วงเงินว่าจ้างประมาณ 40 ล้านบาท เนื่องจากแผนแม่บทศึกษาไว้ตั้งแต่ปี 2540 เป็นแผนระยะ 20 ปี (2540-2559) จำนวน 13 เส้นทาง รวมระยะทาง 4,150 กิโลเมตร ซึ่งสามารถดำเนินการได้เพียง 2 เส้นทาง คือ สายกรุงเทพฯ-ชลบุรี ระยะทาง 79

กิโลเมตร และสายวงแหวนรอบนอกกรุงเทพฯ ระยะทาง 65 กิโลเมตร โดยที่ปรึกษาจะจัดทำแผนแม่บทฯ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2555-2574) และจัดทำแผนงานระยะ 10 ปี (พ.ศ.2555-2564) รวมถึงประเมินความสนใจของภาคเอกชนในการเข้าร่วมลงทุน

สำหรับค่าก่อสร้างมอเตอร์เวย์ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับทางหลวงปกติโดยมอเตอร์เวย์ทางระดับดินค่าก่อสร้างต่อกิโลเมตรประมาณ 300-500 ล้านบาท ทางยกระดับ ประมาณ 800-1,000 ล้านบาท ในขณะที่ทางหลวงทั่วไปมีค่าก่อสร้างประมาณ 100 ล้านบาท แต่มอเตอร์เวย์จะช่วยลดต้นทุนภาคขนส่งประหยัดเวลา และมีความปลอดภัยสูงลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุได้ถึง 30% ซึ่งในแต่ละปีความเสียหายที่เกิดขึ้นจากอุบัติเหตุมีมูลค่าสูงถึงปีละ 2-3 แสนล้านบาท สำหรับมอเตอร์เวย์ระยะเร่งด่วน 5 เส้นทางนั้น ผลศึกษาเดิม ใช้บลงทุนประมาณ 180,000 ล้านบาท ■

แลนด์ รัฐโอเรกอน สามารถค้นหาส่วนลดจากร้านค้าในท้องถิ่นได้ตั้งแต่เดือนมิถุนายนที่ผ่านมา เพื่อหวังทำชนกับบริการค้าปลีกยักษ์ใหญ่ในสหรัฐฯอย่าง Groupon ที่ให้บริการในเมืองพอร์ตแลนด์ และเมืองใหญ่อย่างซานฟรานซิสโก และนิวยอร์ก โดยกูเกิลมีแผนจะขยายบริการไปสู่เมืองอย่างออสติน บอสตัน เดนเวอร์ ซีแอตเทิล และวอชิงตัน ดี.ซี.

ในอนาคต

แม้การซื้อกิจการครั้งนี้จะไม่มี การเปิดเผยมูลค่าการซื้อขายที่แน่นอน แต่คาดว่าจะมีมูลค่าไม่ถึง 6 พันล้านเหรียญเหมือนที่กูเกิลเคยเสนอซื้อ Groupon เมื่อปี 2010 ที่ผ่านมาแน่นอนว่าความเคลื่อนไหวนี้ทำให้กูเกิลถูกมองว่าจะกลายเป็นคู่แข่งกับบริษัท Groupon เต็มตัว ทั้งที่กูเกิลยืนยันมาตลอดว่าต้องการให้บริการจำหน่ายส่วนลดออนไลน์อย่าง Google Offers เป็นช่องทางสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถเชื่อมต่อกับธุรกิจกับผู้บริโภคในแบบที่กูเกิลไม่เคยทำได้มาก่อน บนจุดประสงค์คือการติตอวาทให้กูเกิลสามารถแข่งขันในธุรกิจโฆษณาออนไลน์ได้ดีกว่าเดิม การที่กูเกิลสามารถควมรวม Dealmap ได้ทำให้กูเกิลสามารถเพิ่มจำนวนพันธมิตรมากมายโดยเฉพาะในสหรัฐฯ และมีโอกาสการยกระดับรูปแบบ

ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ได้เร็วขึ้น โดยนักวิเคราะห์เชื่อว่า หากกูเกิลสามารถเข้าสู่สังเวียนธุรกิจจำหน่ายดีลส่วนลด ธุรกิจนี้จะสามารถทำเงินให้กูเกิลได้อีกมหาศาล โดยเฉพาะตลาดโฆษณาในท้องถิ่นที่คาดว่าจะมีมูลค่าตลาดเฉพาะในสหรัฐฯถึง 91,000 ล้านดอลลาร์

“ไลฟ์ริงโซเชี่ยล” สยายปีกเอเชีย

ไม่เพียงกูเกิล บริษัท LivingSocial ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ในวอชิงตัน ดี.ซี. ก็ประกาศเข้าซื้อเว็บไซต์จำหน่ายดีลส่วนลดเพิ่มอีก 1 แห่งเมื่อต้นสัปดาห์ที่ผ่านมา นั่นคือ TicketMonster เว็บไซต์เสนอดีลรายวันและส่วนลดค่าแพคเกจท่องเที่ยวในเกาหลีใต้และมาเลเซีย ถือเป็นก้าวซื้อเว็บไซต์ดีลรายวันต่อเนื่องหลังจากได้เข้าซื้อเว็บไซต์ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะนี้ใน 23 ประเทศ ทั้งไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

“ดีล” นั้นเป็นข้อเสนอส่วนลดราคาสินค้าและบริการซึ่งผู้ใจนักชอบด้วยคำว่า Sale 50-90% เว็บไซต์ดีลส่วนลดเหล่านี้จะเปิดให้ธุรกิจร้านค้าอย่างร้านอาหาร โรงแรม หรือสปา สามารถทำการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมอย่างเฟซบุ๊กหรือทวิตเตอร์ได้ โดยชื่อเรียกอย่างเป็นทางการของธุรกิจลักษณะนี้คือ Social Commerce เพราะชาวโซเชียลเน็ตเวิร์กคือเรี่ยวแรงสำคัญในการบอกต่อ และเผยแพร่จนทำให้มีการซื้อขายดีลและดีคองออนไลน์เข้าไปใช้บริการร้านค้าอย่างเป็นล่ำเป็นสัน ■