



กรอบยุทธศาสตร์ รฟม. สำหรับแผนวิสาหกิจปีงบประมาณ 2566-2570 ฉบับปรับปรุงปีงบประมาณ 2567

วิสัยทัศน์ (Vision)

"ร่วมยกระดับเมืองด้วยโครงข่ายรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนและนวัตกรรม เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน"

3 SO	M : Modernize inclusively			R: Reinvent continuously		T: Transform professionally		
8 Goals	G1 เชื่อมโยงระบบการเดินทางและพัฒนาระบบบริการเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ดี	G2 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ยั่งยืนให้องค์กร	G3 พัฒนาระบบที่โครงข่ายรถไฟฟ้าควบคู่กับการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนภายใต้หลักคิด TOD	G4 พัฒนาประสิทธิภาพการกำกับดูแลระบบโครงข่ายรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน	G5 สร้างนวัตกรรมระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ต่อยอดองค์ความรู้ และสร้างคุณค่าในการดำเนินงาน	G6 ยกระดับภาพลักษณ์และบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม	G7 พัฒนาระบบดิจิทัลรองรับ การดำเนินงานและสนับสนุนระบบการให้บริการอย่างบูรณาการ	G8 พัฒนาการบริหารองค์กรให้พร้อมรับการขยายงาน และการเปลี่ยนแปลงอย่างมีธรรมาภิบาล
17 KPIs	1.1 ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงระบบการเดินทาง 1.2 อัตราการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารในแต่ละเส้นทางการเพิ่มขึ้น	2.1 ความสำเร็จและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการใหม่ (%) 2.2 ร้อยละของรายได้จากธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่เพิ่มขึ้นต่อปี	3.1 ความคืบหน้าของโครงการเพื่อสังคมในเมืองใหญ่ของประเทศไทย 3.2 ร้อยละของประชาชนและ/หรือหน่วยงานสังคมในกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์จากกิจกรรม/โครงการของ รฟม.	4.1 ร้อยละของโครงการที่สำเร็จตามแผนดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้า และการเปิดให้บริการรถไฟฟ้าสายต่างๆ 4.2 ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและชุมชนตามแนวสายทางรถไฟฟ้า รฟม. เฉลี่ยต่อปี	5.1 จำนวนนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนา และนำมาใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้นในแต่ละปี	6.1 ระดับการรับรู้ของสาธารณชนถึงบทบาทและภาพลักษณ์ของ รฟม. ที่เพิ่มขึ้น 6.2 จำนวนพันธมิตรทางยุทธศาสตร์เพิ่มขึ้นในแต่ละปี	7.1 ความสำเร็จและจำนวนการเชื่อมโยงระบบในรูปแบบดิจิทัลกับหน่วยงานภายนอก เพื่อสนับสนุนการให้บริการ 7.2 จำนวนการเชื่อมระบบการทำงานภายในองค์กรในรูปแบบดิจิทัล	8.1 ร้อยละของบุคลากรที่ผ่านเกณฑ์การประเมินสมรรถนะ 8.2 ระดับความผูกพันของบุคลากร 8.3 ผลผลิตภาพรวมขององค์กร (Productivity) 8.4 ระดับผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA)
*หมายเหตุ : หมายถึง ตัวชี้วัดที่ใช้สะท้อนความสำเร็จของวิสัยทัศน์ และปัจจัยความยั่งยืนขององค์กร (มิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม) รวมถึง UNSDG								
6 Strategies	S1 พัฒนาบริการและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนทุกกลุ่ม เพื่อสนับสนุนการยกระดับคุณภาพชีวิตในการเดินทาง	S2 พัฒนาระบบที่โครงข่ายรถไฟฟ้าตลอดสายทางของเมืองใหญ่ในประเทศไทย	S3 สร้างสรรค์ระบบโครงข่ายรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ที่มีผลิตภาพสูง และล้ำสมัย	S4 สร้างนวัตกรรมระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนที่สร้างมูลค่าเพิ่มและใช้งานได้จริง	S5 ยกระดับความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สู่การเป็นพันธมิตร และหุ้นส่วนขององค์กร	S6 ปฏิรูประบบองค์กรให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงอย่างมั่นคงและมีธรรมาภิบาล		
23 Tactics	M1 Develop the Feeder System M2 Co-generate Common Payment system M3 Redesign Service Packages & Information for all	M4 Enhance Mechanism of Assets Utilization M5 Personalize Product Packages & Promotions M6 Develop New Business M7 Generate Income from Related Businesses	M8 Co-create Inclusive Projects M9 Manage Urban Impacts & Relationships	R1 Reinforce Productivity of MRT network development R2 Balance Contracts Systematically	R3 Execute & Publicize Knowledge Assets R4 Innovate MRT Products & Services R5 Create Internal Knowledge & Innovation	T1 Strengthen the MRTA Brand & Proactive Communication T2 Stakeholder Engagement	T3 Develop & Connect Ridership Data System T4 Improve Internal IT Systems	T5 Reorganize Structure & Operations T6 Review Related Rule & Regulation T7 Boost up Financial Management T8 Enhance HR Management T9 Ensure Corporate Governance

