

จัดแถวศูนย์การค้าไทยรับเออีซี อีอีซีหนุนกลับมาเลเซียฯชงหน้า

5 ประเภทศูนย์การค้า

1 รีเจียนอล มอลล์ (Regional Mall)

- พื้นที่ 4 หมื่น - 1 แสนตร.ม.
- รัศมีลูกค้า 10 กม. เช่น เดอะมอลล์ เซ็นทรัล และฟิวเจอร์พาร์ค

ที่มา: สมาคมศูนย์การค้าไทย

2 เมกะ มอลล์ (Mega Mall)

- พื้นที่ 2.6 แสนตร.ม.
- รัศมีลูกค้า 10 กม. เช่น เมกะ บางนา สยามพารากอนและเซ็นทรัลเวิลด์

3 คอมมูนิตี มอลล์ (Community Mall)

- พื้นที่ 5,000 - 4 หมื่น ตร.ม.
- รัศมีลูกค้า 4-6 กม. เช่น อะเวนิว ของ สยามพิวเจอร์

4 สเปเชียลตี้ มอลล์ (Specialty Mall)

- พื้นที่ตั้งแต่ 5,000-37,500 ตร.ม.
- กลุ่มเป้าหมายกว้าง เน้นขายสินค้าปลีกและส่ง เช่น แพลทินัม

5 ลักซ์ชัวรี มอลล์ (Luxury Mall)

- พื้นที่ตั้งแต่ 1 แสน ตร.ม.ขึ้นไป
- กลุ่มลูกค้าระดับเอบวก เช่น ดี เอ็มโพเรียม และเซ็นทรัลเอ็มบาassy

โพสต์กราฟฟิค

กาSเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ เออีซี ในปี 2558 ทำให้ทุกธุรกิจ ต้องปรับตัวรับมือ รวมไปถึงสมาคม ศูนย์การค้าไทย ที่มีสมาชิกปัจจุบัน 10 ราย ได้แก่ บริษัท เอ็มบีเค, เดอะมอลล์ กรุ๊ป, สยาม รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์, เดอะแพลทินัม แพชั่นมอลล์, เค.อี.แลนด์, ซีคอน ดีเวลลอปเม้นท์, เซ็นทรัลพัฒนา, สยาม พิวเจอร์ดีเวลลอปเม้นท์, ริงสิต พลาซ่า และ สยามพิวรรธน์ กรุ๊ป ต้องเร่งระดมความคิด เพื่อรับมือการแข่งขันที่ รุนแรงขึ้นในอนาคต

ขณะที่ผู้ประกอบการต่างชาติเตรียมเข้ามาลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น ส่งผลให้สมาคมศูนย์การค้า

ไทยต้องออกมาเตรียมพร้อม ด้วยการกำหนดกรอบพร้อม แบ่งประเภทของศูนย์การค้าให้เป็นหมวดหมู่ ออกเป็น 5 ประเภท เพื่อให้การดูแลสมาชิกง่ายขึ้น

สำหรับ 5 หมวดหมู่ของศูนย์การค้า ประกอบด้วย หมวดที่ 1 รีเจินอล มอลล์ เป็นศูนย์การค้าที่มีพื้นที่ตั้งแต่ 4 หมื่น ถึง 1 แสนตารางเมตร (ตร.ม.) รัศมีลูกค้าระยะ 10 กม. เช่น เดอะมอลล์, เซ็นทรัล และฟิวเจอร์พาร์ค หมวดที่ 2 เมกะ มอลล์ มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 2.6 แสน ตร.ม.ขึ้นไป รัศมีลูกค้าใน 10 กม. เช่น เมกาบางนา, สยามพารากอน และ เซ็นทรัลเวิลด์

หมวดที่ 3 คอมมูนิตี มอลล์ มีพื้นที่ให้บริการ 5,000 ถึง 4 หมื่น ตร.ม. รัศมีลูกค้า 4-6 กม. เช่น อะเวนิว ของ สยาม พิวเจอร์ หมวดที่ 4 สเปเชียลตี้ มอลล์ พื้นที่ให้บริการ 5,000 ถึง 37.5 หมื่น ตร.ม. กลุ่มเป้าหมายค่อนข้างกว้าง เน้นขาย สินค้าปลีกและส่ง เช่น แพลทินัม และหมวดที่ 5 ลักซ์ชัวรี มอลล์ พื้นที่ให้บริการตั้งแต่ 1 แสน ตร.ม. ขึ้นไป เน้นลูกค้า ระดับ A+ จำหน่ายสินค้าแบรนด์หรู เช่น ดี เอ็มโพเรียม

และเซ็นทรัลเอ็มบาซี

นอกจากนี้ สมาคมยังได้รวบรวมข้อมูลของสมาชิก เพื่อนำมาประเมินผลและวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน เพราะเชื่อมั่นว่าธุรกิจศูนย์การค้าของไทยยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก โดยปัจจุบันจำนวนศูนย์การค้าในกลุ่มสมาชิกมีทั้งหมด 74 แห่งทั่วประเทศ หากนำมาเทียบกับอัตราส่วนประชากรทั้งประเทศจะอยู่ที่ 1 แห่งต่อประชากรเฉลี่ยที่ 9 แสนคน ซึ่งถือว่าสูงมาก เมื่อเทียบกับประเทศญี่ปุ่นที่ศูนย์การค้า 1 แห่งเฉลี่ยต่อประชากร 4.3 หมื่นคน

จากช่องว่างที่ยังมีโอกาสให้เข้าไปทำตลาดอีกมาก ส่งผลให้ปัจจุบันเริ่มมีทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนธุรกิจศูนย์การค้าในประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นทุนจากประเทศสวีเดน เปิดศูนย์การค้าเมกาบางนา หรือทุนจากเนเธอร์แลนด์ เปิดศูนย์การค้าพรอมเมนาดา จากก่อนหน้านี้มีเพียงทุนจากประเทศญี่ปุ่นมาลงทุนซูเปอร์มาร์เก็ตอโอน

นริศ เขยกลิน นายสมาคมศูนย์การค้าไทย กล่าวว่า ในแง่ของการแข่งขันผู้ประกอบการศูนย์การค้าไทยคงหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งสิ่งที่น่าเป็นห่วงมากที่สุดขณะนี้ คือ ความพร้อม

หากมีทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในไทยมากขึ้น ผู้ประกอบการจะอย่างไร ซึ่งช่วงนี้เงินอาจจะแผ่วๆ ในเรื่องของการลงทุนในต่างประเทศ เพราะยังมีปัญหาภายในประเทศ แต่ถ้าแก้ไขปัญหาคาดว่าจะเข้ามาลงทุนในภูมิภาคอาเซียนแน่นอน

ขณะเดียวกัน สมาคมยังเตรียมขอแรงสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐ 3 ข้อ คือ 1.สนับสนุนการลงทุนอาคารประหยัดพลังงานทั้งศูนย์การค้าเก่าและใหม่ รวมทั้งช่วยหาแหล่งพลังงานทดแทน เพื่อลดการใช้พลังงานหลัก 2.อยากให้ภาครัฐเข้ามาดูอัตราภาษีนำเข้าสินค้าแบรนด์เนม เพราะปัจจุบันกำแพงภาษียังอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ปัจจุบันมาเลเซียแข่งหน้าด้านการท่องเที่ยวและช้อปปิ้งของไทยไปเรียบร้อยแล้ว และ 3.อยากให้รัฐเข้ามาสนับสนุนระบบสาธารณูปโภคเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

จากการขยายตัวของศูนย์การค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยเฉพาะในต่างจังหวัด โดยคาดการณ์ว่าในอีก 5 ปีข้างหน้าจะมีมูลค่าการลงทุนศูนย์การค้าไม่ต่ำกว่า 1.2 แสนล้านบาท มีศูนย์การค้าที่เปิดให้บริการเพิ่มเป็นกว่า 100 แห่งทั่วประเทศ ■