

ทูนักษ์ค้าปลีกเท็กทิมพื้นเชือมนั้ เติ่นแผนลงทุนแสนล้าน/อัดเคมเปญปลุกชื้อบ

10 ยัักษ์ศูนย์การค้ำผนั้ก้าลั้งเรียกความเชือมนั้-ก้าลั้งชื้อ เติ่นหน้าประกาศแผนลงทุนแสนล้าน เติ่นพื้นที่ค้ำปลีกเป็น 14 ล้าน ตร.ม. ภายในปี 2560 เติ่นแผนคั้งท้ายปลายปี ภาระหน้าเคมเปญกระตุ้นบรรยการค้ำจ้บจ่ายไทย-เทศ หวังติ่นการเติบโตให้ได้ 10%

นางสาววัลยา จิราธิวัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานพัฒนาธุรกิจและบริหารโครงการก่อสร้าง บริษัท เซ็นทรัลพัฒนาจำกัด (มหาชน) ในฐานะนายกสมาคมศูนย์การค้าไทย กล่าวว้า สมาคมตั้งเป้าที่จะให้เมืองไทยเป็นศูนย์กลางการชื้อบปั้งและท่องเทียวกั้สำคัญทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก โดยสมาคมที่ประกอบด้ว้ย 10 กลุ่มทุนค้ำปลีกหลักในธุรกิจศูนย์การค้า อาทิ เซ็นทรัลพัฒนา, เอ็มบีเค, สยามริเทล, แพลทินั้ม, เค.อี.แลนด์, ซีคอน ดีเวลลอปเม้นท์, สยามพิวเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์, รังสิต



วัลยา จิราธิวัฒน์

พลาซ่า, เดอะมอลล์กรุ๊ป และสยามพิวเธอรันได้ประกาศแผนการลงทุนต่อเนื่อง เพื่อเรียกความเชือมนั้และกระตุ้นการจ้บจ่ายให้ขยายตัวทั้งในกลุ่มนักท่องเทียวกั้บในประเทศและนักท่องเทียวกั้ต่างชาติ

โดยแผนการลงทุนสำหรับการเปิดศูนย์การค้าใหม่ของสมาชิกร ภายในปี 2560 จะมีเม็ดเงินลงทุนรวม 103,000 ล้านบาท และจะทำให้มีพื้นที่ค้ำปลีกเพิ่มเป็น 14 ล้าน ตร.ม. จากปัจจุบันที่มี 12 ล้าน ตร.ม. โดยศูนย์การค้าที่จะทยอยลงทุนและเปิดตัวจากนี้ อาทิ เซ็นทรัล อีสต์ วิลล์, คริสตัล พาร์ค เฟส 3, โครงการสเปคัล พิวเจอร์ พาร์ค รังสิต, โครงการศูนย์การค้าภูเก็ตของกลุ่มเซ็นทรัลและกลุ่มเดอะมอลล์ รวมถึงไอคอนสยาม โครงการริมน้ำของสยามพิวเธอรัน และกลุ่มซีพี เป็นต้น

ขณะเดียวกันก็จะเร่งเรียกความเชือมนั้และปลุกก้าลั้งชื้อให้กลับมามาโดยเร็ว โดยเฉพาะในช่วงหน้าขายปลายปีที้แม้ว่าตัวเลขของนักท่องเทียวกั้จะเริ่มกลับมาและติ่นขึ้น แต่ธุรกิจศูนย์การค้าต้องทำงานให้หนักขึ้น โดยจะมีเคมเปญและกิจกรรมทางการตลาดร่วมกันออกมาสร้างสิ่สนั้และปลุกก้าลั้งชื้อ

นอกจากการกระตุ้นก้าลั้งชื้อในประเทศแล้ว สมาคมยังเตรียมจะเข้าร่วมกับภาครัฐเพื่อเปิดตัวเคมเปญใหญ่ทางการตลาดร่วมกัน เพื่อสร้างความมั่นใจและดึงดูดนักท่องเทียวกั้ โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดจีน อินเดีย เวียดนาม และรัสเซีย ที้มีอำนาจการจ้บจ่ายสูง สอดคล้องกับตัวเลขนักท่องเทียวกั้ต่างชาติที้เข้ามาจ้บจ่ายในตลาดค้ำปลีก มีเม็ดเงินสะพ้ดกั้ว้า 1.6 แสนล้านบาทต่อบปี

“ตอนนี้แม้ว่ายอดขายโดยรวมจะเติบโตได้ 5% แต่ตัวเลขนี้อาจไม่สวยหรูหรือมากมายเมื่อเทียบกับการเติบโตในหลาย ๆ ปีที้ผ่านมา พวกเราจึงต้องทำงานให้หนักขึ้น ทำให้มากขึ้น เคมเปญ อีเวนต์ ทุกอย่างต้องปล้อยออกมาในช่วง 3 เดือนนี้ เพราะเรายังคงหวังเป้าหมายธุรกิจศูนย์การค้าโตไว้ 10% ในสิ่สนั้ปีนี้” นางสาววัลยา กล่าว