

พื้นที่ค้าปลีกทะลุ 18 ล้านตร.ม. ชูเมืองชอปปิง-ไลฟ์สไตล์

ผู้ประกอบการศูนย์การค้าไทย เดินหน้าขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่อง มุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน คือการผลักดันไทยก้าวสู่ชอปปิงแห่งภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย เพิ่มขีดแข่งขันภาคการค้าของไทย

วัลยา จิราธิวัฒน์ นายกสมาคมศูนย์การค้าไทย (TSCA) กล่าวว่า ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาธุรกิจของกลุ่มสมาชิกผู้ประกอบการศูนย์การค้าไทยให้สอดคล้องนโยบายรัฐบาลวางโรดแมปที่ “กลุ่มนักท่องเที่ยว” ซึ่งปัจจุบันมีบทบาทสำคัญต่อรายได้ของประเทศและมีแนวโน้มที่จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นทุกปี จากปัจจุบันนักท่องเที่ยวเยือนไทยเกือบ 30 ล้านคนสร้างรายได้ 2.33 ล้านล้านบาท

โดยนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรกที่เข้ามาในไทย ได้แก่ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และลาว ใช้จ่ายเฉลี่ย 4.9 หมื่นบาทต่อคนต่อทริป โดยเป็นการใช้จ่ายในการชอปปิง 1,200 บาทต่อวันต่อคน

“แนวโน้มว่านักท่องเที่ยวและนักลงทุนจากทั่วโลกจะหลั่งไหลเข้ามาไทยอีกมหาศาล ส่งผลให้เกิดการแข่งขันเข้มข้นยิ่งขึ้นระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียน ไทยจึงต้องเร่งพัฒนาธุรกิจศูนย์การค้าให้มีความโดดเด่น เพื่อสร้างจุดแข็ง สามารถแข่งขันบนเวทีการค้าระดับภูมิภาค และระดับโลก”

สมาชิกผู้ประกอบการศูนย์การค้าต่างร่วมกันทุ่มเม็ดเงินลงทุนพัฒนาโครงการใหม่ระดับเมกะโปรเจกต์ไลฟ์สไตล์ชอปปิงมอลล์ โครงการปรับปรุงโครงการขยายพื้นที่ ทั้งในกรุงเทพฯ เมืองท่องเที่ยวหลักอย่าง ภูเก็ต พัทยา และขยายสู่หัวเมืองที่กำลังมีบทบาทสำคัญในยุคเออีซี เช่น ระยอง นครศรีธรรมราช โคราช และ

แนวทางดำเนินงานสมาคมศูนย์การค้าไทย

▶ เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยว-ขยายตลาดอินเตอร์

▶ ลงทุนและขยายพื้นที่ค้าปลีกต่อเนื่อง (ปี 2560 ศูนย์การค้าในไทยจะมีพื้นที่รวม 18.7 ล้านตร.ม.)

▶ สนับสนุนการท่องเที่ยวและเอสเอ็มอีไทยผงาดในเออีซี

▶ ผลักดันนโยบายลดภาษีสินค้าลักซ์วอร์ให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม

▶ ก้าวสู่เดสทินเนชันด้านการชอปปิงและไลฟ์สไตล์แห่งอาเซียน

“**ภารกิจสำคัญ คือ ผลักดันนโยบายลดภาษีสินค้าแบรนด์เนม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจโดยรวม**”

ชอนแก่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติ

การลงทุนของภาครัฐกิจศูนย์การค้าเฉลี่ย 1 แสนล้านบาทต่อปี นับเป็นมูลค่าการลงทุนที่สูงเมื่อเทียบการลงทุนด้านสาธารณูปโภคด้านต่างๆ ของภาครัฐ

โดยระหว่างปี 2559-2560 มีการลงทุนใหม่และปรับปรุงโครงการเก่าของกลุ่มเซ็นทรัล อาทิ เซ็นทรัล พลาซ่า นครศรีธรรมราช, นครราชสีมา, ภูเก็ต, บางนา, พระราม 3, มหาชัย, เซ็นทรัลเวิลด์ นอกจากนี้ ยังมีโครงการไอคอนสยามของกลุ่มสยามพิวรรธน์,

เดอะมาร์เก็ต ของกลุ่มเดอะ แพลทินั่ม, เทอร์มินอล 21 โคราช และเทอร์มินอล พัทยา ของกลุ่มสยามริเทลฯ, บูลพอร์ต หัวหิน และ เดอะมอลล์ โคราช ของกลุ่มเดอะมอลล์ และการปรับปรุงพื้นที่ของกลุ่มซีคอนสแควร์

การขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ “พื้นที่ค้าปลีก” ในปี 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 18.7 ล้าน ตร.ม. จาก 18 ล้านตร.ม. ในปัจจุบัน เป็นพื้นที่ค้าปลีกของศูนย์การค้าสมาชิกสมาคมฯ 8 ล้านตร.ม. เทียบปีนี้อยู่ที่ 7.6 ล้านตร.ม. หรือคิดเป็น 42% ของพื้นที่ค้าปลีกรวม 91 ศูนย์การค้า ซึ่งจะเพิ่มเป็น 94 ศูนย์การค้า ในปี 2560 มีการจ้างงานเฉลี่ย 1 หมื่นคนต่อศูนย์การค้า

สมาคมฯ ยังพร้อมสนับสนุนการพัฒนาเอสเอ็มอีไทย ผลักดันนโยบายลดภาษีสินค้าแบรนด์เนม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้ประกอบการค้าปลีกไทยในการแข่งขันบนเวทีการค้าระดับภูมิภาค เป็นแรงผลักดันสำคัญให้ประเทศไทยก้าวสู่ “เดสทินเนชันด้านการชอปปิงและไลฟ์สไตล์ที่ดีที่สุดในอาเซียน”

“ภารกิจสำคัญ คือการผลักดันนโยบายลดภาษีสินค้าแบรนด์เนม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ”

ล่าสุด สมาคมฯ ได้มีการเข้าพบหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงการคลัง และกระทรวงพาณิชย์ เพื่อหารือและผลักดันให้เกิดนโยบายนี้ขึ้นอย่างเป็นทางการ ซึ่งจะช่วยสร้างความได้เปรียบทางการค้า และเพิ่มขีดความสามารถให้ไทยเทียบชั้นจุดหมายปลายทางระดับโลกอย่าง ฮองกง สิงคโปร์ ได้ ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทั่วโลก สร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดดให้ทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ที่ผ่านมา คนไทยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและมีการใช้จ่ายสูง 1.7 แสนล้านบาทต่อปี แบ่งเป็นการใช้จ่ายในการช้อปปิ้ง 5.1 หมื่นล้านบาทต่อปี หากมีการปรับลดภาษีนำเข้าสินค้าแบรนด์เนม เชื่อว่าจะดึงดูดคนไทยใช้จ่ายในประเทศมากขึ้น หรือมีเม็ดเงินเข้าไปประเทศไม่ต่ำกว่า 2.5 หมื่นล้านบาท

สำหรับสมาชิกสมาคมฯ ประกอบด้วย บริษัท เอ็มบีเค จำกัด (มหาชน) เดอะมอลล์ กรุ๊ป บริษัท สยาม รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด บริษัท เดอะ แพลทินัม กรุ๊ป จำกัด บริษัท เค.อี.แลนด์ จำกัด บริษัท ซีคอน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท สยาม พิวเจอร์ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท รังสิตพลาซ่า จำกัด บริษัท สยาม พิวรรันท์ กรุ๊ป จำกัด และบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)