

ลุย'เมกาซิตี'6.7หมื่นล้าน' จ่อผูก'ริมพาร์ค'เสริมแกร่ง

> 31

ลุย'เมกาซิตี'6.7หมื่นล้าน จ่อผูก'ริมพาร์ค'เสริมแกร่ง

● สริญญา จินทร์สว่าง

ศักยภาพการเติบโตโซนกรุงเทพฯ ตะวันออกเป็นปัจจัยเร่งผู้ประกอบการทุกแขนงหลัก “ลงทุน” รองรับโอกาสธุรกิจแห่งอนาคต โดยยักษ์ใหญ่ “เมกาบางนา” ยึดหัวหาดปลูกปั้นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ระดับภูมิภาค ในรูปแบบ “ซูเปอร์ริจินัลมอลล์” นับจาก 5 พ.ค.2555 เป็นเวลา 5 ปี พร้อมวางแผนพัฒนายาวต่อเนื่อง 14 ปี แจ้างเกิดโครงการเมืองสมบูรณแบบ “เมกา ซิตี้” มูลค่า 67,000 ล้านบาท ซึ่งความได้เปรียบ “คู่แข่ง” ในการสร้างฐานและมัดใจลูกค้า

คริสเตียน โอลอฟสัน กรรมการผู้จัดการ ศูนย์การค้าเมกาบางนา และโครงการเมกาซิตี บริษัท สยามฟิวเจอร์ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า เมกาบางนา มุ่งสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งรูปแบบใหม่ให้ลูกค้าผ่าน “แม่เหล็กใหม่” ที่จะทยอยพัฒนาตามแผนลงทุนโครงการเมกา ซิตี้

โดยขณะนี้อยู่ระหว่างเจรจาพันธมิตรธุรกิจ “ริมพาร์ค” หรือสวนสนุก 2 ราย จากเอเชียและอเมริกาเหนือ ซึ่งสนใจลงทุนในโปรเจกเมกาซิตี นอกจากนี้มีเซนโรงแรมอินเตอร์เนชั่นแนล 11 ราย เสนอโครงการพัฒนาในพื้นที่ต่อขยายในส่วนของโรงแรม ที่ได้วางแผนลงทุนโรงแรมขนาด 200-300 ห้อง หรือ 500 ห้อง

“สะท้อนดีมานด์และแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจโรงแรมที่ยังมีช่องว่างและโอกาสธุรกิจสูง ขณะที่ริมพาร์ค เป็นไลฟ์สไตล์และเทรนด์เข้ามาตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่”

“เมกา ซิตี้” อสังหาริมทรัพย์รูปแบบมิกซ์ยูส พื้นที่กว่า 400 ไร่ ต่อยอดโครงการ



“ริมพาร์ค เป็นไลฟ์สไตล์และเทรนด์เข้ามาตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่”
คริสเตียน โอลอฟสัน

ศูนย์การค้าเมกาบางนา แบ่งการพัฒนาเป็นหลายเฟส ประกอบด้วย โรงแรม 2 แห่ง อาคารสำนักงาน ที่พักอาศัย ส่วนต่อขยายของศูนย์การค้าและอื่นๆ เปิดกว้างพันธมิตรผู้สนใจร่วมพัฒนาทุกรูปแบบ อาทิ ร่วมทุน เข้าพื้นที่

ล่าสุดได้ตัดขายที่ดิน 5 ไร่ ให้กลุ่มอสังหาฯ เพื่อพัฒนาคอนโดมิเนียมเรียบร้อยแล้ว

โอลอฟสัน ย้ำว่า แนวทางพัฒนาธุรกิจของเมกาบางนา และเมกา ซิตี้ อิงความต้องการของลูกค้า ณ ช่วงเวลานั้นเป็นหลัก พร้อมปรับเปลี่ยนแผนตลอดเวลาหากความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องก้าวตามให้ทันลูกค้า **“เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าจะคงอยู่กับเรา”**

ช่วงปลายปีที่ผ่านมา ใช้งบ 2,550 ล้านบาท ลงทุนโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ได้แก่ ส่วนต่อขยายของศูนย์การค้า ซึ่งเพิ่มร้านอาหารอีกกว่า 40 ร้าน ในคอนเซ็ปต์ “ฟู้ด วอร์ค” อาคารจอดรถรองรับได้ 1,200 คัน ปีนี้จะลงทุนอีก 250 ล้านบาท พัฒนาส่วนต่อขยายของศูนย์การค้าอีก 2 เฟส เป็นศูนย์รวมความบันเทิง สันทนาการ กีฬา และการศึกษา ภายใต้แบรนด์ละครูดิจ จากออสเตรเลีย

“ร้านอาหารเป็นไลฟ์สไตล์ของคนไทยทำให้สัดส่วนร้านอาหารในศูนย์การค้าไทยมีถึง 20% เทียบต่างประเทศจะมีเพียง 1-3% เท่านั้น คือการปรับกลยุทธ์สอดคล้องไปกับพฤติกรรมลูกค้า”

เมกา ซิตี้ จะเป็นศูนย์กลางในการใช้ชีวิตและทำงาน ตอบโจทย์ทุกความต้องการทั้งช้อปปิ้ง พบปะสังสรรค์ บ้านพัก ไลฟ์สไตล์ โดยโครงการสร้างที่อยู่อาศัยที่รองรับได้กว่า 50,000 คนอาคารสำนักงาน 30,000 คน โรงแรม 2 แห่ง เหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเพิ่มปริมาณลูกค้าหมุนเวียนมายังเมกาบางนา ปัจจุบันมียอดลูกค้าเข้าศูนย์เฉลี่ย 3.5 ล้านคนต่อเดือนเติบโต 10% ต่อเนื่องทุกปี