

เอาต์เล็ตหนุนค้าปลีก



โครงการใหญ่
ผุดปี 2562 ยังคึก
ทั้งเซ็นทรัล วิลเลจ
ของกลุ่มเซ็นทรัล
และพรีเมียมเอาต์เล็ต
จากสยามพิวรรณ์

B3

กำลังซื้อกลาง-บนยังคึก เอาต์เล็ตใหม่หนุนค้าปลีกโต

จ:เรียม สารวจ

แม้ว่าภาพรวมกำลังซื้อของผู้บริโภคในขณะนี้ก็ยังดูทรงๆ ทำให้ภาพรวมธุรกิจค้าปลีกจะดูซึ่มๆ ไปบ้าง แต่หากมองใน

ด้านการเปิดตัวโครงการใหญ่ที่จะเกิดขึ้นในปลายปี 2562 นี้ ถือว่ายังมีความคึกคักมากอยู่พอสมควร โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของเอาต์เล็ตใหม่ขนาดใหญ่ที่จะเกิดขึ้นทางด้านทิศตะวันออกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งขณะนี้กำลังก่อสร้าง

กันอย่างขันแข็ง เพื่อให้แล้วเสร็จทันแผนการเปิดตัวในช่วงปลายปีที่จะถึงนี้ เริ่มจากโครงการเซ็นทรัล วิลเลจของบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา หรือซีพีเอ็น ที่ได้ใช้งบลงทุนสูงถึง 5,000 ล้านบาทในการก่อสร้างโครงการดังกล่าว เพื่อ



เป็นแหล่งช้อปปิ้งแห่งใหม่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บนพื้นที่ 4 หมื่นตารางเมตร ใกล้สนามบินสุวรรณภูมิ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักที่ต้องการเจาะเข้าไปทำตลาด คือ Young Affluent นักช้อปปิ้งแบรนด์เนมในเอเชีย แบ่งเป็นชาวช้อปปิ้งชาวไทย 65% และต่างชาติ 35%

ภายในโครงการเซ็นทรัล วิลเลจ จะประกอบไปด้วยร้านค้ากว่า 235 ร้านค้า แบ่งเป็นแบรนด์เนมระดับโลกและแบรนด์ไทย ส่วนสินค้าที่จำหน่ายก็มีความหลากหลาย ทั้งแฟชั่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้ในครัว ของเล่น อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน และอื่นๆ อีกมากมาย ที่จะพร้อมใจกันนำมาลดราคาสูงสุด 35-70% ทุกวันตลอดปีแบบไม่ต้องรอช้อปปิ้งเซลส์ หรือบินไปช้อปปิ้งที่ต่างประเทศ

นอกจากนี้ ยังมีร้านอาหาร จุดบริการนักท่องเที่ยว เพลย์กราวด์ โรงแรม และซูเปอร์มาร์เก็ต ไว้คอยบริการลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างชาติ

ในส่วนของจุดเด่นโครงการ ซีพีเอ็น ได้มีการออกแบบอาคารออกมาในสไตล์ไทยโมเดิร์นรูปแบบของเอาต์ดอร์ มอลล์ ซึ่งขณะนี้การก่อสร้างถือว่ามีความคืบหน้าไปพอสมควร ทำให้ซีพีเอ็นมั่นใจว่าไตรมาส 3 ปี 2562 นี้จะพร้อมเปิดตัวให้ลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างชาติได้แวะเวียนเข้าไปช้อปปิ้งในโครงการเซ็นทรัล วิลเลจ ได้อย่างแน่นอน

อีกหนึ่งเอาต์เล็ตที่ขณะนี้อยู่ระหว่างการก่อสร้าง คือ กลุ่มบริษัท สยามพิวรรธน์ หลังจากปี 2561 ที่ผ่านมาได้ประกาศความร่วมมือกับบริษัท ไซมอน ยักษ์ใหญ่ธุรกิจค้าปลีกจากประเทศอเมริกา เพื่อร่วมกันก่อตั้งบริษัท สยามพิวรรธน์ ไซมอน ดำเนินธุรกิจเอาต์เล็ตพรีเมียมในประเทศไทยจำนวน 3 แห่ง ภายใต้งบประมาณรวมกว่า 1 หมื่นล้านบาท

ขณะที่ปีนี้ สยามพิวรรธน์ ก็เริ่มเดินหน้าก่อสร้างเอาต์เล็ตโครงการแรกบนที่ดิน 150 ไร่ ของถนนมอเตอร์เวย์ฝั่งขาออกมุ่งหน้าชลบุรีทันที เพื่อให้แล้วเสร็จพร้อมเปิดให้บริการตามแผนงานเดิมที่วางไว้ คือ ปลายปี 2562 นี้

แม้ว่าขณะนี้ โครงการเอาต์เล็ตของ

สยามพิวรรธน์ จะยังไม่ได้ประกาศชื่อที่แน่ชัดและงบลงทุนในสาขาแรกออกมา แต่ด้วยจุดเด่นที่จะนำมาเสนอ ไม่ว่าจะ เป็นความเชี่ยวชาญในด้านของการทำลักซ์ชวี่ พรีเมียม เอาต์เล็ต ของกลุ่มไซมอนที่มีในหลากหลายประเทศ

การรวบรวมสินค้ามากกว่า 200 ร้านค้า ทั้งลักซ์ชวี่แบรนด์และโลคัลแบรนด์ที่ได้รับความนิยมมาจำหน่ายในราคาลดพิเศษกว่า 25-70% ทุกวัน ทำให้ สยามพิวรรธน์ มั่นใจว่าหลังจากเปิดให้บริการจะได้ผลการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะเป็นคนไทย 60% และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 40% อย่างแน่นอน

การเปิดตัว 2 โครงการยักษ์ของไทยที่จะเกิดขึ้นในปลายปีนี้ ถือเป็นอีกหนึ่งแรงกระตุ้นสำคัญที่จะทำให้อุตสาหกรรมค้าปลีกของไทยน่าจะมีความคึกคักและฟื้นตัวในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคระดับกลางบนยังมีกำลังซื้อที่ดีกว่ากลุ่มผู้บริโภคในระดับกลางล่าง ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีแนวโน้มว่าจะดีขึ้น

ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์ ผู้อำนวยการ สมาคมผู้ค้าปลีกไทย กล่าวว่า ภาพรวมกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับกลางขึ้นบนในขณะนี้ถือว่ายังอยู่ในระดับที่ดี เห็นได้จากการที่สินค้ากึ่งคงทน อย่างเช่น แฟชั่น และเครื่องสำอางยังมีอัตราการเติบโตที่ดี เช่นเดียวกับจำนวนคนไทยที่เดินทางออกนอกประเทศที่ยังคงมีประมาณ 10 ล้านคน/ปี ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคระดับกลางขึ้นบนยังคงมีกำลังซื้อที่ดี แต่อาจมีการระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น เพราะไม่มั่นใจในภาพรวมเศรษฐกิจของไทย

สำหรับผู้บริโภคในระดับกลางลงล่างนั้น กลุ่มนี้มีกำลังซื้อค่อนข้างชะลอตัว เห็นได้จากการที่กลุ่มสินค้าไม่คงทน อย่างเช่น กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคมีอัตราการเติบโตลดลง เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย ซึ่งกลุ่มธุรกิจค้าปลีกที่น่าจะได้รับผลกระทบจากปัจจัยลบของผู้บริโภคกลุ่มนี้ คือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต และคอนวีเนียนสโตร์

ด้าน **ณัฐกิตติ์ ตั้งพูลสินธนา** ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานการตลาด บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา ผู้บริหารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทรัลพลาซ่า เซ็นทรัลเฟสติวัล และเซ็นทรัล ภูเก็ต กล่าวว่า ภาพรวมกำลังซื้อของลูกค้าทุกกลุ่มทั้งระดับบน กลาง ล่าง ที่มาเดินศูนย์การค้ายังเติบโตได้ดี โดยลูกค้ากว่า 25% ในศูนย์การค้าเป็นกลุ่มมีกำลังจับจ่ายสูง และกลุ่มช้อปปิ้งที่มีความถี่สูง และมาใช้บริการในศูนย์การค้าเป็นประจำ และมียอดใช้จ่ายในศูนย์การค้าสูง

ในส่วนของศูนย์การค้าที่เป็นทิวไรส์ เดสติเนชั่น ก็ยังมีผลการดำเนินงานที่ดีต่อเนื่อง สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการเติบโต เห็นได้จากสัดส่วนลูกค้านักท่องเที่ยวในบางสาขาที่สูงถึง 50-60% ■