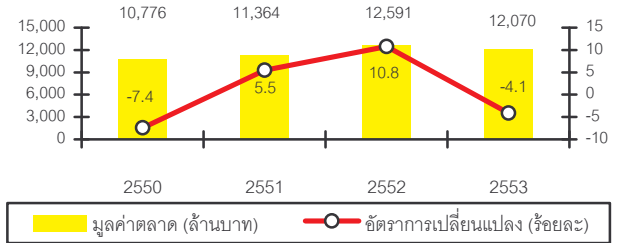




อาคารศูนย์การค้าให้เช่าพื้นที่ในเขต กทม.และปริมณฑล : แนวโน้มควรระวัง

มูลค่าตลาดธุรกิจอาคารศูนย์การค้าให้เช่าพื้นที่ในเขต กทม.และปริมณฑล

เครื่องชี้ที่สำคัญ	2550	2551	2552	2553 ^e
จำนวนพื้นที่ทั้งหมด (ล้าน ตร.ม.)	4.75	5.04	5.38	5.60
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	3.7	6.1	6.7	4.1
พื้นที่ที่มีการเช่า (ล้าน ตร.ม.)	4.49	4.67	4.97	5.10
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	1.6	4.0	6.4	2.6



ที่มา : บริษัท ซีพี รีชาร์ด เอลดิส (ประเทศไทย) จำกัด

หมายเหตุ: e = ประมาณการโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

หมายเหตุ: ประมาณการโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

ปี 2552 อาคารศูนย์การค้าให้เช่าในเขตกทม.และปริมณฑลมีพื้นที่ให้เช่าจำนวน 5.38 ล้าน ตร.ม. เพิ่มขึ้นจากปี 2551 ร้อยละ 6.7 โดยศูนย์การค้าแบบชุมชนยังขยายตัวต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากเป็นโครงการที่เน้นบริการขายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งสามารถตอบสนองวิถีชีวิตประจำวันในแต่ละชุมชนได้ดี อันเป็นผลให้มีมูลค่าตลาด 12,591 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 10.8 ถึงแม้ว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมหดตัวลงก็ตาม

ปี 2553 ธุรกิจอาคารศูนย์การค้าต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงมากขึ้น อาทิ ภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวอย่างเปราะบาง และสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองจากการชุมนุมของกลุ่มแนวร่วมเพื่อประชาธิปไตยบริเวณราชประสงค์ อันเป็นผลให้ศูนย์การค้าในบริเวณดังกล่าวต้องปิดให้บริการชั่วคราว ซึ่งเป็นผลให้มีรายได้น้อยลง จึงคาดว่ามูลค่าตลาดรวมจะลดลงประมาณร้อยละ 4.1 อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีเงินทุนสูงยังจะพัฒนาอาคารศูนย์การค้าที่มีศูนย์ความบันเทิงรวมอยู่ด้วย ในทำเลที่ตั้งบริเวณชานเมืองมากขึ้น เพื่อบริการชุมชนที่ขยายตัวออกไปยังนอกเมือง

ปัจจัยสนับสนุน

- การขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรรในทำเลต่าง ๆ ทำให้เกิดแหล่งชุมชนใหม่ เป็นการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสร้างอาคารศูนย์การค้าชุมชนเพิ่มขึ้น
- ผู้ประกอบการธุรกิจบริการ เช่น โรงเรียนสอนภาษา สอนดนตรี ร้านอาหาร ร้านขายหนังสือ และร้านคอมพิวเตอร์ ยังมีความต้องการพื้นที่เช่าเพื่อขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
- ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าในศูนย์การค้ามากขึ้น เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก และได้รับความสะดวกจากบริการด้านอื่น ๆ เช่น บริการรับฝากสินค้า และบริการที่จอดรถ เป็นต้น

ปัจจัยเสี่ยง

- ความขัดแย้งทางการเมืองที่โน้มรุนแรงขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและประชาชนชาวไทยต่างหวาดกลัวและงดการท่องเที่ยวและจับจ่ายใช้สอยที่ศูนย์การค้าใจกลางเมือง ทำให้ธุรกิจค้าปลีกในศูนย์การค้ามียอดขายลดลง
- ภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างเปราะบาง ส่งผลให้ผู้บริโภคยังระมัดระวังการใช้จ่าย การใช้บริการและซื้อสินค้าในอาคารศูนย์การค้าจึงน้อยลงด้วย