

# ตลาดพื้นที่ค้าปลีก กรุงเทพมหานคร

สุรเชษฐ กองชีพ

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย | ประเทศไทย

“โครงการค้าปลีกบางประเภทมีโครงการใหม่น้อยมากหรือไม่มีเลยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เช่น เอนเตอร์เทนเมนท์คอมเพล็กซ์ ห้างสรรพสินค้า และ ซูเปอร์สโตร์ มอลล์”

## ทิศทางตลาด



### อุปทาน

โครงการค้าปลีกที่เปิดใหม่ในปีพ.ศ.2559 มีพื้นที่รวมประมาณ 119,200 ตารางเมตรน้อยที่สุดในรอบหลายปีที่ผ่านมา



### อัตราการเช่า

ความต้องการพื้นที่จากแบรนด์หรือร้านค้าต่างชาติและไทย ยังคงขยายตัวต่อเนื่องในปีพ.ศ.2559

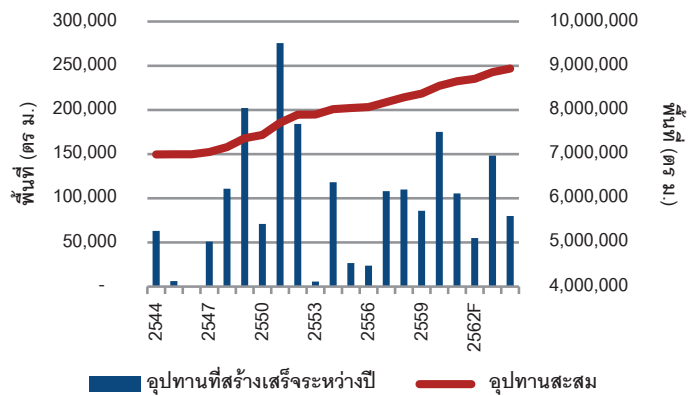


### ค่าเช่า

ค่าเช่าเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากอัตราการเช่าสูง และมีโครงการเปิดใหม่ใหม่หลายโครงการซึ่งปีพ.ศ.2560 จะยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

## อุปทาน

พื้นที่ค้าปลีกสะสมและที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต ณ ไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2559



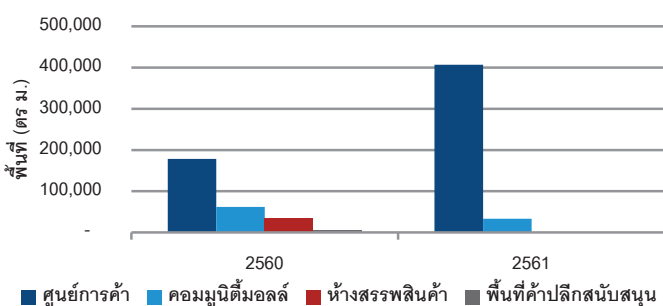
ที่มา: ฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย  
หมายเหตุ: ประมาณการณ์พื้นที่ค้าปลีกที่มีกำหนดแล้วเสร็จในปีพ.ศ.2560 - 2561

พื้นที่ค้าปลีกใหม่ประมาณ 119,200 ตารางเมตร เท่านั้นที่เปิดให้บริการในปีพ.ศ.2559 ต่ำที่สุดในรอบหลายปีที่ผ่านมา และมีอีกประมาณ 282,800 ตารางเมตร ที่มีกำหนดแล้วเสร็จในปีพ.ศ.2560 พื้นที่ค้าปลีกเปิดใหม่ในแต่ละปีขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ ดังนั้น พื้นที่ค้าปลีกหลายโครงการชะลอการเปิดให้บริการในช่วงปีพ.ศ.2559 - 2560 เนื่องจากปัจจัยลบหลายอย่างมีผลกระทบต่อภาพรวมเศรษฐกิจโดยตรง พื้นที่ค้าปลีกรวมในกรุงเทพมหานครและพื้นที่โดยรอบ ณ ไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2559 อยู่ที่ประมาณ 7,537,800 ตารางเมตร โครงการพื้นที่ค้าปลีกส่วนใหญ่ที่เปิดให้บริการในปีพ.ศ.2559 เป็นโครงการคอมมูนิตี้มอลล์ ในขณะที่โครงการขนาดใหญ่อย่างเช่น ศูนย์การค้าจะมีกำหนดเปิดให้บริการในปีพ.ศ.2560 - 2561

พื้นที่ค้าปลีกใหม่ประมาณ 723,000 ตารางเมตร มีกำหนดแล้วเสร็จในช่วงระหว่างปีพ.ศ.2560 - 2561 และพื้นที่ค้าปลีกส่วนใหญ่ที่กำลังก่อสร้างจะเป็นโครงการศูนย์การค้า ศูนย์การค้าบางโครงการ ชะลอการเปิดโครงการใหม่ในช่วงระหว่างปีพ.ศ.2559 - 2560 ดังนั้นจึงคาดว่าจะมีพื้นที่ค้าปลีกรวมประมาณ 282,800 ตารางเมตร เปิดให้บริการปีพ.ศ.2560

พื้นที่ค้าปลีกประมาณ 53% ในกรุงเทพมหานครและพื้นที่โดยรอบอยู่ในพื้นที่รอบนอก โดยมีศูนย์การค้าขนาดใหญ่หลายโครงการและซูเปอร์สโตร์ มอลล์อยู่ในพื้นที่นี้ ในขณะที่มีที่ดินเหลืออยู่ไม่มากในพื้นที่ใจกลางเมืองและพื้นที่รอบใจกลางเมือง ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาโครงการค้าปลีก ดังนั้นจึงมีศูนย์การค้าไม่มากในพื้นที่นี้ คอมมูนิตีมอลล์และพื้นที่ค้าปลีกสนับสนุนเป็นรูปแบบโครงการค้าปลีกที่มีโครงการใหม่มากที่สุด ในทั้งสองพื้นที่ เนื่องจากคอมมูนิตีมอลล์สามารถพัฒนาบนที่ดินขนาดเล็กไม่ใหญ่มาส่วนพื้นที่ค้าปลีกสนับสนุนก็ขยายตามอาคารสำนักงานและคอนโดมิเนียม

## พื้นที่ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครและพื้นที่โดยรอบที่มีกำหนดแล้วเสร็จในช่วงระหว่างปีพ.ศ.2560 - 2561



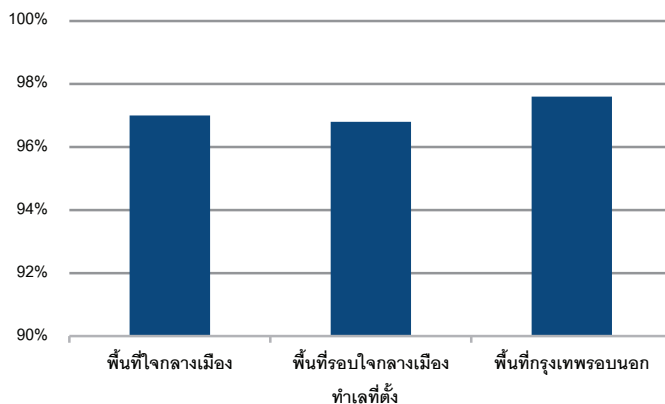
ที่มา: ฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย

ศูนย์การค้าขนาดใหญ่หลายโครงการมีกำหนดแล้วเสร็จในพื้นที่กรุงเทพมหานครรอบนอกในปีพ.ศ.2560 - 2561 ส่งผลให้พื้นที่ศูนย์การค้ารวมที่จะแล้วเสร็จในช่วงระหว่างปีพ.ศ.2560 - 2561 มากกว่า 585,000 ตารางเมตร คอมมูนิตีมอลล์เป็นรูปแบบที่มีการขยายตัวมากที่สุดในธุรกิจค้าปลีก คือเริ่มตั้งแต่ 300,000 ตารางเมตร ในปีพ.ศ.2550 ขึ้นไปถึงประมาณ 1,194,300 ตารางเมตร ในไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2559 และอีกมากกว่า 61,000 ตารางเมตร ที่มีกำหนดแล้วเสร็จในปีพ.ศ.2560

โครงการค้าปลีกบางประเภทมีโครงการเปิดใหม่น้อยมากหรือไม่เลยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เช่น เอนเตอร์เทนเมนท์ คอมเพล็กซ์ ห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์สโตร์ มอลล์ มีแค่ศูนย์การค้าและคอมมูนิตีมอลล์ที่มีโครงการใหม่ๆ ต่อเนื่องทุกปี

## อุปสงค์

### อัตราการเช่าเฉลี่ยของพื้นที่ค้าปลีกแยกตามทำเลที่ตั้ง ไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2559



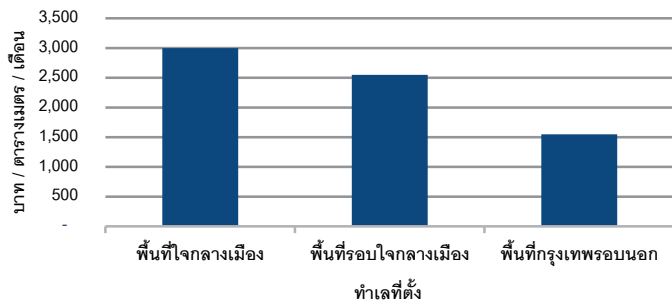
ที่มา: ฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย

อัตราการเช่าเฉลี่ยในทุกทำเล ณ ไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2559 ไม่ได้แตกต่างจากไตรมาสก่อนหน้านี้อยู่ที่ประมาณ 96% ในทุกทำเล อัตราการเช่าเฉลี่ยในทุกทำเลไม่ได้ลดลงแม้ว่ากำลังซื้อของคนไทยในปีพ.ศ. 2559 จะลดลงต่อเนื่องสะท้อนให้เห็นถึงภาวะเศรษฐกิจในประเทศ ซึ่งขยายตัวต่ำกว่าที่รัฐบาลคาดการณ์ พื้นที่กรุงเทพมหานครรอบนอกมีอัตราการเช่าสูงที่สุดเพราะมีซูเปอร์สโตร์ มอลล์ ศูนย์การค้าหลายโครงการที่มีอัตราการเช่าสูงอยู่ในพื้นที่แม้ว่าจะมีคอมมูนิตีมอลล์บางโครงการที่ยังคงมีพื้นที่ว่างไม่สามารถดึงดูดร้านค้าที่มีชื่อเสียงมาเป็นผู้เช่าได้

ความเชื่อมั่นผู้บริโภคในไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2559 ยังคงใกล้เคียงกับหลายไตรมาสก่อนหน้านี้นี้ในปีพ.ศ.2559 มีเพียงแค่เดือนธันวาคมเท่านั้นที่ความเชื่อมั่นปรับตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ แต่การที่รัฐบาลประกาศให้คนไทยที่ซื้อสินค้าและบริการในวงเงินไม่เกิน 15,000 บาทในช่วงระหว่างวันที่ 14 - 31 ธันวาคม พ.ศ.2559 สามารถนำไปหักกับภาษีมาใช้ลดหย่อนภาษีเงินได้ประจำปีพ.ศ.2559 ทำให้คนไทยจำนวนไม่น้อยใช้จ่ายในช่วงนั้นและส่งผลดีต่อธุรกิจค้าปลีกที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากนโยบายนี้ และสมาคมผู้ค้าปลีกไทยคาดการณ์ว่าธุรกิจค้าปลีกในปีพ.ศ.2559 จะขยายตัวมากกว่าปีพ.ศ.2558 ประมาณ 3% และในปีพ.ศ.2560 จะขยายตัวประมาณ 3- 3.2%

# ค่าเช่า

## ค่าเช่าเฉลี่ย ณ ไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2559



ที่มา: ฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย  
 หมายเหตุ: ค่าเช่าเฉลี่ยนั้นเป็นการคำนวณจากค่าเช่าบนชั้น 1 ของโครงการ

ค่าเช่าเฉลี่ยในทุกทำเลของกรุงเทพมหานครและพื้นที่โดยรอบในไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2559 ใกล้เคียงกับหลายไตรมาสก่อนหน้านี้ แม้ว่าจะมีโครงการค้าปลีกเปิดให้บริการใหม่ในปีพ.ศ.2559 และส่วนใหญ่มีค่าเช่าที่สูงกว่าโครงการก่อนหน้านี้ในทำเลเดียวกัน พื้นที่ใจกลางเมืองมีค่าเช่าสูงที่สุดโดยเฉพาะศูนย์การค้าที่อยู่ในทำเลตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า BTS ที่สามารถเดินเข้าจากสถานีรถไฟฟ้าได้เลย

ค่าเช่าเฉลี่ยในทุกทำเลในปีพ.ศ.2560 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในอัตราที่ใกล้เคียงกับปีพ.ศ.2559 คือประมาณ 3 - 5% เนื่องจากยังคงมีความต้องการเช่าพื้นที่ในโครงการค้าปลีกจากร้านค้าและแบรนด์ไทยกับต่างชาติเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย แม้ว่ากำลังซื้อคนไทยจะต่ำกว่าที่รัฐบาลคาดการณ์ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่มีรายได้ปานกลางลงมา ภัตตาคาร ร้านอาหารและโครงการค้าปลีกที่จับกลุ่มลูกค้าระดับกลางลงไปมีปัญหาค่อนข้างมากในปีพ.ศ.2559

## ประเด็นที่น่าสนใจอื่นๆ

ร้านสะดวกซื้อหรือซูเปอร์มาร์เก็ตในสถานีบริการน้ำมัน ผู้ให้บริการสถานีบริการน้ำมันหลายรายพยายามเพิ่มธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับน้ำมันมากขึ้นในสถานีบริการน้ำมัน เนื่องจากพวกเขาต้องการเพิ่มรายได้จากธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่น้ำมัน ร้านสะดวกซื้อจึงเป็นรูปแบบของธุรกิจที่มีความเหมาะสมมากที่สุดสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันขายสินค้าแตกต่างกันไปตามทำเลและกลุ่มลูกค้า ร้านสะดวกซื้อบางแบรนด์มาจากต่างประเทศก็จะมีสินค้านำเข้าจากประเทศแม่ของตนเองมาวางขายด้วย

สถานีบริการน้ำมัน	ร้านสะดวกซื้อหรือซูเปอร์มาร์เก็ต
ปตท	จีพีที และเซเว่น อีเลฟเว่น
บางจาก	ไบจากมาร์ท มินิบิ๊กซี และ SPAR
ซีเอส	ลอร์สัน 108 และ Suria
พีที	แม็กซ์มาร์ท
เชลล์	ซีเลคท์
คาลเท็กซ์	เอส มินิมาร์ท และท็อปส์ เดลี่
เอสโซ่	เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส และเอส มินิมาร์ท

### FOR MORE INFORMATION:

#### Surachet Kongcheep

Associate Director | Research | Thailand  
 +66 86 014 2828  
 surachet.kongcheep@colliers.com

#### Hathairat Yoorod

Senior Manager | Agency | Office & Retail Services  
 +66 89 919 1923  
 hathairat.yoorod@colliers.com

Copyright © 2017 Colliers International.  
 The information contained herein has been obtained from sources deemed reliable. While every reasonable effort has been made to ensure its accuracy, we cannot guarantee it. No responsibility is assumed for any inaccuracies. Readers are encouraged to consult their professional advisors prior to acting on any of the material contained in this report.

