

ธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

สรุปแนวโน้มธุรกิจ

ISIC : 61681042 ธุรกิจอาคารศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าเพื่อการขายและให้เช่าพื้นที่

ธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในระยะ 1 ปีข้างหน้ามีแนวโน้ม “Neutral (+)” โดยธุรกิจมีทิศทางขยายตัวได้ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ที่คาดว่าจะยังคงได้รับแรงหนุนจากภาคการท่องเที่ยวและการบริโภคภาคเอกชน รวมถึงการส่งออกที่คาดว่าจะกลับมาฟื้นตัวได้ โดยในปี 2567 คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ที่ราว 34.5 ล้านคน นอกจากนี้ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐที่จะทยอยออกมาเพื่อช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายให้ฟื้นและทำให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้นก็คาดว่าจะส่งผลบวกโดยตรงต่อธุรกิจค้าปลีกให้ขยายตัวได้ดีขึ้น

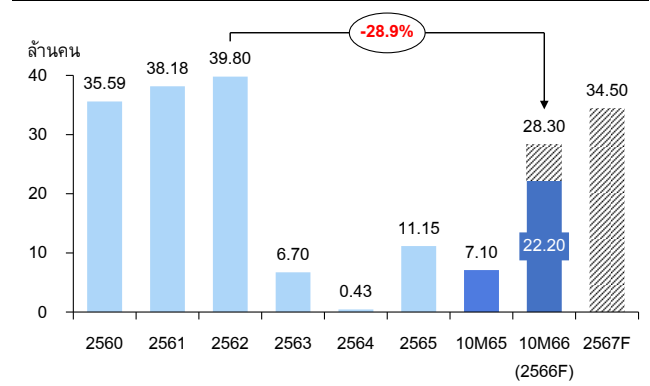
อย่างไรก็ตาม จากจำนวนอุปทานพื้นที่ค้าปลีกที่ยังปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ขณะที่ด้านอุปสงค์มีแนวโน้มฟื้นตัวช้า ส่งผลให้อัตราการเช่าในบางพื้นที่อาจยังฟื้นตัวได้ไม่มากนักจากทั้งจำนวนอุปทานที่มีอยู่มากและการเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจ E-commerce ซึ่งจะเป็นอีกปัจจัยที่คอยกดดันการเติบโตของธุรกิจพื้นที่ค้าปลีก ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนจากความเสี่ยงทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ขณะที่ภาระหนี้ครัวเรือนและอัตราค่าครองชีพยังอยู่ในระดับสูง ส่งผลต่อกำลังซื้อของภาคครัวเรือนในกลุ่มเปราะบางให้ยังคงได้รับผลกระทบ

ภาพรวมธุรกิจ

ธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกในปี 2566 มีทิศทางฟื้นตัวได้อย่างต่อเนื่องตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังขยายตัวได้จากแรงขับเคลื่อนของภาคบริการและการบริโภคภาคเอกชนเป็นสำคัญ โดยจากสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดว่า ณ สิ้นปี 2566 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ที่ราว 28.3 ล้านคน ส่งผลให้ภาคบริการและการใช้จ่ายอุปโภคบริโภคของประชาชนขยายตัวเพิ่มขึ้น ประกอบกับอัตราการว่างงานที่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลต่อรายได้ของครัวเรือนให้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

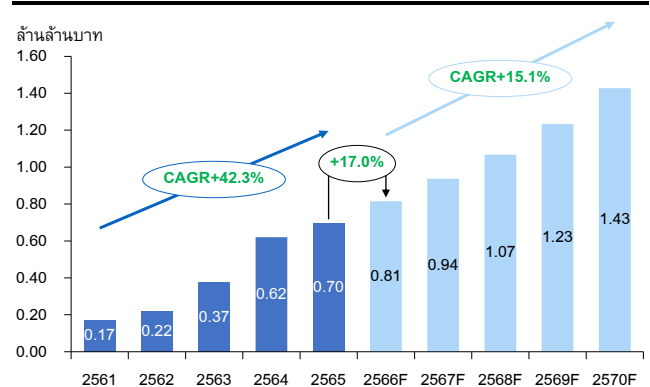
อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยกดดันการขยายตัวของธุรกิจจากอุปสงค์พื้นที่ค้าปลีกที่ฟื้นตัวช้าจากภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยเฉพาะภาคการส่งออกที่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่ชะลอตัวและจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ต่ำกว่าคาด รวมถึงกำลังซื้อในประเทศที่ยังฟื้นตัวได้ไม่เต็มที่ ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความคุ้นชินและยังนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อยู่ ซึ่งสะท้อนได้จากมูลค่าตลาด E-commerce ที่ยังเติบโตต่อเนื่องแม้จะมีทิศทางชะลอหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลาย โดยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ 15.1% ในช่วงปี 2566-2570 ส่งผลให้อัตราการเช่าพื้นที่ค้าปลีกปรับตัวลดลงเล็กน้อยในไตรมาสที่ 3

รูปที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ



ที่มา: Ministry of Tourism & Sports, Forecasted by BOT

รูปที่ 2 มูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย

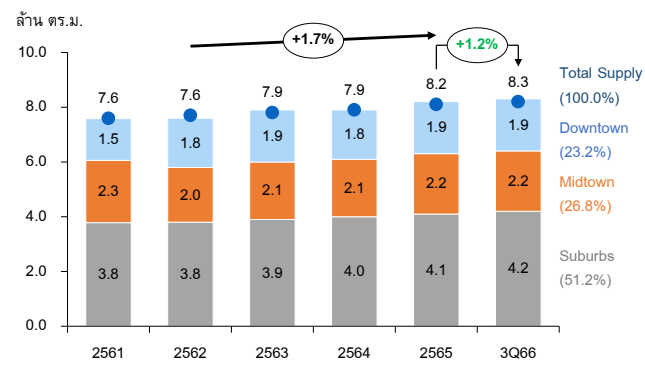


ที่มา: Statista, Euromonitor

สถานการณ์ด้านอุปทาน

อุปทานพื้นที่ค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑลช่วงไตรมาส 3 ปี 2566 มีพื้นที่ที่สะสม 8.3 ล้าน ตร.ม. ขยายตัว 1.2%YTD ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 8.2 ล้าน ตร.ม. ณ สิ้นปี 2565 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นจากโครงการพื้นที่ชานเมืองเป็นสำคัญ ขณะที่พื้นที่ใจกลางเมืองและรอบใจกลางเมืองยังทรงตัวใกล้เคียงกับ ณ สิ้นปีก่อน เนื่องจากบางส่วนยังอยู่ระหว่างการก่อสร้างและส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การรีโนเวทพื้นที่ให้มีความทันสมัยเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้นเนื่องจากมีข้อจำกัดในการขยายพื้นที่ใหม่สำหรับส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจพื้นที่ค้าปลีก หากจำแนกตามพื้นที่ที่ตั้ง พบว่ากว่า 51.2% ของพื้นที่ค้าปลีกทั้งหมด ตั้งอยู่ในพื้นที่ชานเมือง เนื่องจากยังมีพื้นที่สำหรับการพัฒนาโครงการได้มากกว่าตามการขยายตัวของเขตเมือง รวมถึงยังมีต้นทุนในการพัฒนาที่ถูกกว่า รองลงมาเป็นพื้นที่รอบใจกลางเมือง 26.8% และพื้นที่ใจกลางเมือง 23.2% ตามลำดับ โดย ณ ไตรมาส 3 ปี 2566 ยังมีโครงการพื้นที่ค้าปลีกที่อยู่ระหว่างก่อสร้างอีกราว 1.0 ล้าน ตร.ม. และยังมีโครงการที่มีแผนจะก่อสร้างอีกประมาณ 0.4 ล้าน ตร.ม. ซึ่งก็คาดว่าจะยังส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกมีความรุนแรงและมีความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดอุปทานส่วนเกินโดยเฉพาะในพื้นที่ชานเมืองได้ในระยะต่อไป

รูปที่ 3 อุปทานพื้นที่ค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

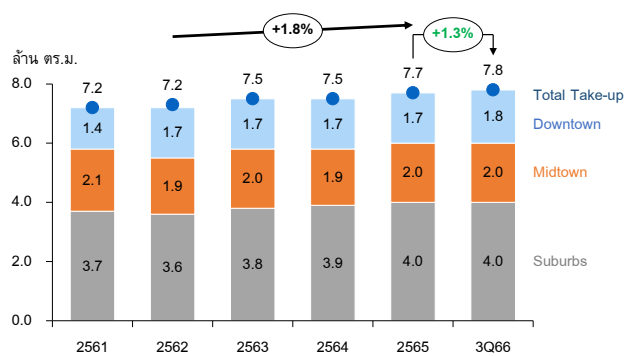


ที่มา: CBRE (Thailand) หมายถึง: ตัวเลขใน () แสดงสัดส่วนของอุปทาน

สถานการณ์ด้านอุปสงค์

สำหรับสถานการณ์ความต้องการเช่าพื้นที่ค้าปลีกในไตรมาส 3 ปี 2566 พบว่าทยอยปรับตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจ ทำให้อุปสงค์พื้นที่ค้าปลีกขยายตัวได้ที่ 1.3%YTD มาอยู่ที่ 7.8 ล้าน ตร.ม. ขยายตัวชะลอลงจากช่วง 4 ปีที่ผ่านมาที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ในช่วงปี 2562-2565 ที่ 1.8% ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากอุปสงค์พื้นที่ค้าปลีกที่ขยายตัวเร่งขึ้นในปี 2565 ตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจหลังจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เริ่มคลี่คลาย แต่จากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังได้รับแรงกดดันจากภาวะค่าครองชีพและภาวะหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ประกอบกับรายได้ที่ฟื้นตัวช้า รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ยังนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้ความต้องการเช่าพื้นที่ขยายตัวชะลอลงเล็กน้อย

รูปที่ 4 อุปสงค์พื้นที่ค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

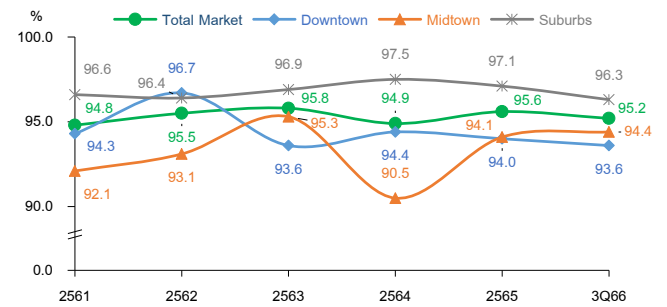


ที่มา: CBRE (Thailand)

หากพิจารณาอัตราการเช่าพื้นที่ค้าปลีกโดยจำแนกตามพื้นที่ ณ สิ้นไตรมาส 3 ปี 2566 พบว่าภาพรวมของอัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยปรับลดลงเล็กน้อยจาก ณ สิ้นปี 2565 ที่ระดับ 95.6% มาอยู่ที่ระดับ 95.2% โดยเป็นผลจากอัตราการเช่าพื้นที่ในย่านใจกลางเมือง (Downtown) ที่ปรับลดลงมาอยู่ที่ระดับ 93.6% เมื่อเทียบกับระดับ 94.0% ณ สิ้นปี 2564 และพื้นที่ชานเมือง (Suburbs) ที่ลดลงมาอยู่ที่ 96.3% จาก 97.1% ณ สิ้นปีก่อน โดยสาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากจำนวนอุปทานใหม่ที่ยังคงเพิ่มขึ้น

อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังเปราะบาง ส่งผลต่อความต้องการเช่าของผู้เช่าให้ปรับตัวเพิ่มขึ้นไม่มากนัก และหากพิจารณาด้านอัตราค่าเช่าคาดว่าในปี 2567 จะมีการปรับเพิ่มขึ้นราว 2.0%-3.0%YoY จากที่ปรับเพิ่มขึ้นในปี 2566 ที่ 2.5%YoY ตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจและภาวะด้านต้นทุนที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น

รูปที่ 5 อัตราการเช่าพื้นที่ค้าปลีก (Occupancy Rate) จำแนกตามพื้นที่



ค่าเช่าเฉลี่ยพื้นที่ค้าปลีกตั้งแต่ 2564-2Q65 (หน่วย: บาท/ตร.ม./เดือน)		
ใจกลางเมือง (Downtown)	3,500-5,500	
รอบใจกลางเมือง (Midtown)	2,000-4,800	
ชานเมือง (Suburbs)	1,200-3,000	
อัตราค่าเช่า	2566E	2567F
อัตราการขยายตัว (%YoY)	+2.5%	+2.0% ถึง +3.0%

ที่มา: CBRE (Thailand)

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

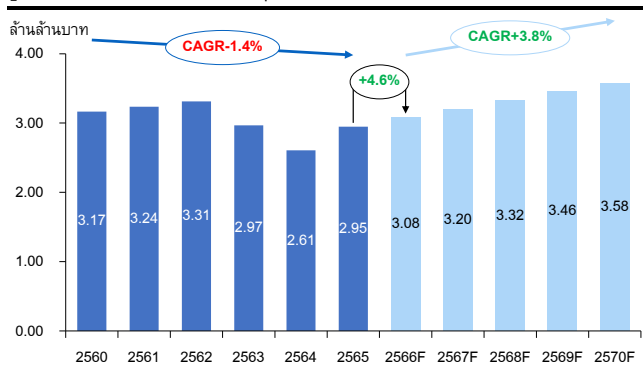
ธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกในระยะอีก 1 ปี ข้างหน้าคาดว่าจะยังคงมีทิศทางขยายตัวได้จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2567 ที่คาดว่าจะอยู่ที่ราว 34.5 ล้านคน รวมถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการบริโภคภาคเอกชนและการฟื้นตัวของภาคการส่งออกที่จะเป็นแรงหนุนสำคัญที่จะช่วยให้เศรษฐกิจยังคงเติบโตได้ นอกจากนี้ ยังมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐที่จะทยอยออกมาในช่วงปี 2567 โดยเฉพาะโครงการ Digital Wallet 10,000 บาท และ e-Refund ที่จะออกมาเพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการอุปโภคบริโภคและทำให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคให้ปรับตัวดีขึ้น ทำให้เกิดการลงทุนและการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นซึ่งจะเป็นผลดีต่อธุรกิจค้าปลีกโดยตรง และจากมูลค่าตลาดของธุรกิจค้าปลีกในปี 2566 ที่แม้จะยังไม่กลับมาเท่ากับช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แต่ก็คาดว่าจะเติบโตได้ที่ราว 4.6%YoY ด้วยมูลค่า 3.08 ล้านล้านบาท และคาดการณ์อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ของธุรกิจค้าปลีกในช่วงปี 2566-2570 ไว้ที่ราว 3.8% หลังจากปรับลดลงในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

อย่างไรก็ตาม จากจำนวนอุปทานพื้นที่ค้าปลีกที่จะยังปรับตัวเพิ่มขึ้นในระยะถัดไป ขณะที่ด้านอุปสงค์อาจจะฟื้นตัวได้ใกล้เคียงหรือต่ำกว่า ประกอบกับจำนวนอุปทานเดิมที่มีอยู่มาก อาจส่งผลทำให้อัตราการเช่าในบางพื้นที่ลดลงและทำให้การแข่งขันมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความได้เปรียบในด้านเงินทุน

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับการเปิดเผยให้เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่เกี่ยวข้องจะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

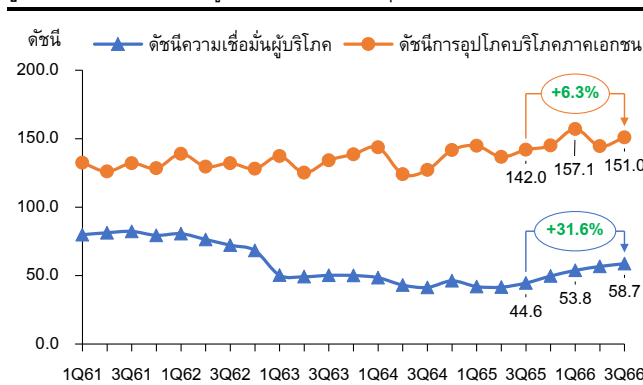
และมีที่ตั้งโครงการอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพ และอีกปัจจัยที่จะส่งผลทำให้การแข่งขันในธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกมีความยากลำบากมากขึ้น คือการเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจ E-commerce ที่คาดว่าจะยังมีแนวโน้มเติบโตได้ต่อเนื่องแม้จะชะลอตัวลงหลังจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลาย เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบายและยังให้ความสำคัญกับการซื้อสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศที่อาจได้รับแรงกดดันด้านอุปทานจากรากฏการณ์เอลนีโญที่อาจส่งผลทำให้ผลผลิตทางการเกษตรลดลงกระทบต่อต้นทุนราคาอาหารและอัตราเงินเฟ้อให้มีแนวโน้มปรับสูงขึ้น ประกอบกับภาวะหนี้ครัวเรือนและอัตราค่าครองชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง รวมถึงภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความไม่แน่นอนจากทั้งปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ที่อาจส่งผลให้ราคาพลังงานโลกปรับสูงขึ้นและปัญหาเศรษฐกิจในแต่ละประเทศโดยเฉพาะเศรษฐกิจจีนที่มีแนวโน้มขยายตัวต่ำลง อาจส่งผลต่อการส่งออกและการเดินทางระหว่างประเทศให้ต่ำกว่าที่คาดไว้ได้ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการพื้นที่ค้าปลีกจะต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอทั้งการพัฒนาการขายและการให้บริการในรูปแบบ Omnichannel มากขึ้น พร้อมกับการนำเทรนด์ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมมาปรับใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและทำให้ธุรกิจมีความยั่งยืนในระยะต่อไป

รูปที่ 6 แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจค้าปลีก



ที่มา: Statista, Euromonitor

รูปที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคและดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน



ที่มา: The Center for Economic and Business Forecasting, BOT