

ธุรกิจพื้นที่ค้าปลีก

สรุปแนวโน้มธุรกิจ

ISIC : 61681042 ธุรกิจอาคารศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าเพื่อการขายและให้เช่าพื้นที่

ธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในระยะ 1 ปีข้างหน้ามีแนวโน้ม “Neutral (-)” โดยคาดว่าจะฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปซึ่งจะขยายตัวอยู่ในกรอบ 2-3%YoY ตามการฟื้นตัวของภาคบริโภคภาคเอกชนและการท่องเที่ยวที่สำคัญ ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2566 จะทยอยเพิ่มขึ้นมาแตะระดับ 21 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนราว 50% ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาด โดยคาดว่านักท่องเที่ยวจีน (นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของไทย) จะกลับมาเดินทางระหว่างประเทศได้ในช่วงครึ่งหลังของปี 2566 เป็นต้นไป ส่งผลให้อัตราการเช่าพื้นที่ค้าปลีกโดยเฉพาะในย่านใจกลางเมืองมีทิศทางเพิ่มสูงขึ้นในระยะถัดไป

อย่างไรก็ดี ธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกมีแนวโน้มเผชิญภาวะอุปทานส่วนเกินจากการที่บางโครงการเลื่อนการเปิดตัวออกไปจากเดิมที่มีแผนก่อสร้างเสร็จภายในปี 2565 กลายมาเป็นปี 2566 แทน ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของอุปทานพื้นที่ค้าปลีกใหม่เร่งตัวสูงขึ้นมาอยู่ที่ 6.5%YoY ราว 5 แสน ตร.ม. ในปี 2566 นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการใช้จ่ายผ่านออนไลน์มากขึ้นถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการเช่าพื้นที่ให้มีคามยืดหยุ่นและมุ่งเจาะ รวมไปถึงปรับกลยุทธ์โดยเน้นรูปแบบ Omnichannel มากขึ้นเพื่อเพิ่มช่องทางรายได้ให้กับธุรกิจ

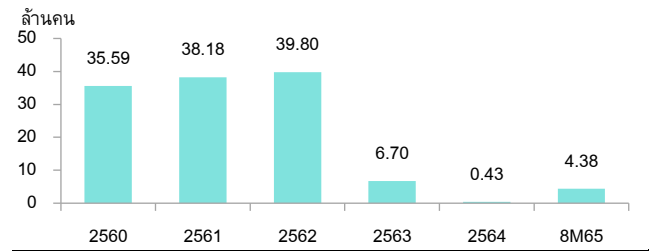
ภาพรวมธุรกิจ

ธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกในปี 2565 คาดผ่านจุดต่ำสุดมาแล้วแต่ยังคงฟื้นตัวอย่างจำกัดตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ถูกกดดันจากกำลังซื้อที่ชะลอลงเนื่องจากผลกระทบของค่าครองชีพที่เร่งตัวสูงขึ้นตามภาวะเงินเฟ้อ อีกทั้งรายได้ของธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกโดยเฉพาะย่านใจกลางเมือง (Downtown) ที่ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลักยังคงไม่กลับมาในระดับเดียวกับช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาด โดยหลังจากประเทศไทยเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. 2565 พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยมากกว่า 1 ล้านคน/เดือน ทำให้อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2565 อยู่ที่ 4.4 ล้านคน เพิ่มขึ้น 5,849%YoY คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ สิ้นปี 2565 จะอยู่ราว 9-10 ล้านคน ซึ่งตัวเลขดังกล่าวยังคงห่างจากระดับก่อนเกิดการแพร่ระบาดมาก

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนมาซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นหลังจากเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 สะท้อนได้จากตลาดอีคอมเมิร์ซที่เติบโตต่อเนื่อง โดยในปี 2565 คาดว่า จะเพิ่มขึ้น 29.8%YoY มาอยู่ที่ 5.21 ล้านล้านบาท การเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซเป็นตัวกระตุ้นสำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกให้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นพัฒนาการขายและการให้บริการในรูปแบบ Omnichannel มากขึ้นเพื่อเพิ่มช่องทางรายได้ให้กับธุรกิจ ในขณะที่การ

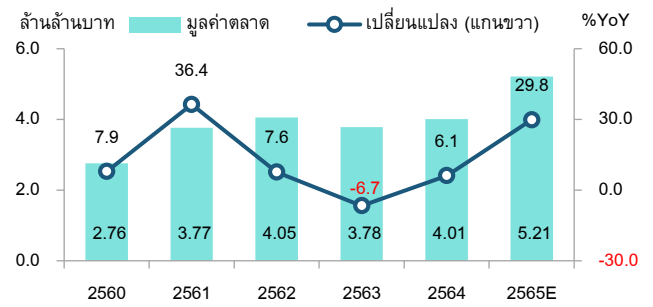
เติบโตของรายได้จากการให้เช่ายังคงถูกกดดันจากการให้ส่วนลดค่าเช่าแก่ผู้เช่าอยู่ อีกทั้งจำนวนผู้เช่ายังไม่ฟื้นตัวดีนักโดยเฉพาะพื้นที่ค้าปลีกในย่านใจกลางเมือง

รูปที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ



ที่มา: Ministry of Tourism & Sports

รูปที่ 2 มูลค่าการค้าปลีกอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย



ที่มา: Electronic Transactions Development Agency

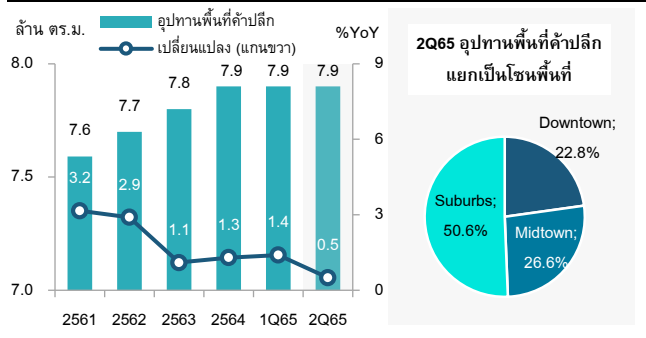
สถานการณ์ด้านอุปทาน

ตลาดพื้นที่ค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑลช่วงไตรมาส 2 ปี 2565 มีพื้นที่ค้าปลีกสะสม 7.9 ล้าน ตร.ม. เพิ่มขึ้นเพียง 0.5%YoY ซึ่งการขยายตัวที่จำกัดมีสาเหตุมาจากหลายโครงการจำเป็นต้องชะลอการก่อสร้างออกไปก่อนจากปัจจัยกดดันทางเศรษฐกิจทั้งภาวะเงินเฟ้อ ค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูง รวมไปถึงกำลังซื้อที่ยังคงเปราะบาง รายได้ของผู้เช่ายังคงไม่แน่นอน ตลอดจนการท่องเที่ยวที่ยังไม่ฟื้นตัวในระดับเดียวกับก่อนเกิดการแพร่ระบาด ซึ่งไม่เพียงพอที่จะผลักดันธุรกิจค้าปลีกในทำเลที่พึ่งพาลูกค้าชาวต่างชาติเป็นหลัก

อย่างไรก็ดี คาดว่าภายในสิ้นปี 2565 จะมีอุปทานพื้นที่ค้าปลีกใหม่เข้ามาในตลาดราว 2 แสน ตร.ม. โดยส่วนใหญ่มาจากโครงการที่ตั้งอยู่ในย่านรอบใจกลางเมือง (Midtown) อาทิ Terminal 21 Harbour Rama III 40,000 ตร.ม. และ Siam Square New Phetchaburi 28,000 ตร.ม. และ ICONSIAM Phase II 10,430 ตร.ม. เป็นต้น ส่วนโครงการที่ตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมือง อาทิ Marche 55 (Market Place Thonglor 4 Redevelopment) 10,000 ตร.ม. และ Silom Edge (Silom Center/Robinson Redevelopment) 9,804 ตร.ม. จะหันมาเน้นการปรับปรุงรูปแบบอาคารให้ทันสมัยแทนการขายพื้นที่เพื่อชิงกำลังซื้อที่มีอยู่อย่างจำกัดในระยะต่อไป

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

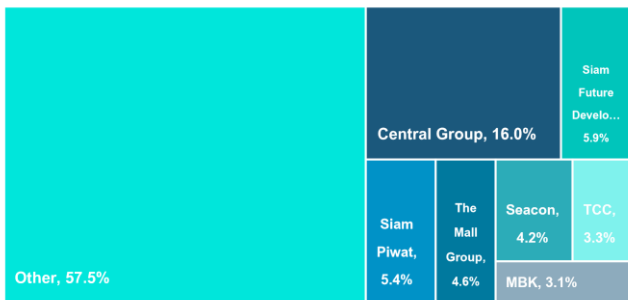
รูปที่ 3 อุปทานพื้นที่ค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑล



ที่มา: Electronic Transactions Development Agency

สำหรับส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจพื้นที่ค้าปลีก พบว่ามีจำนวนผู้ประกอบการหลักคิดเป็นสัดส่วน 42% ของพื้นที่ค้าปลีกทั้งหมด ได้แก่ Central Group, Siam Future Development, Siam Pivat, The Mall Group, Seacon, TCC และ MBK ในขณะที่จำนวนผู้ประกอบการอื่นๆ ที่มีสัดส่วน 58% ของพื้นที่ค้าปลีกทั้งหมด ประกอบด้วยกลุ่มทุนในพื้นที่หรือกลุ่มนักลงทุนที่มีที่ดินสะสมในมือ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการลงทุนพื้นที่ค้าปลีกขนาดเล็กโดยเฉพาะคอมมูนิตีมอลล์

รูปที่ 4 ส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจพื้นที่ค้าปลีก

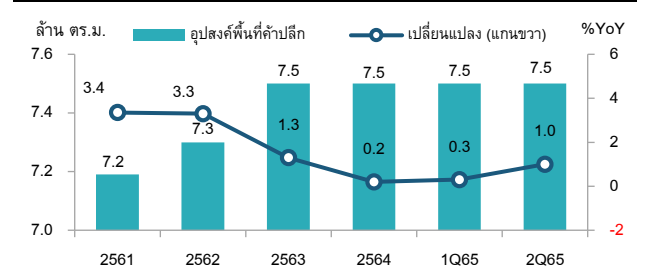


ที่มา: CBRE (Thailand)

สถานการณ์ด้านอุปสงค์

สถานการณ์ความต้องการเช่าพื้นที่ค้าปลีกทยอยฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากกลุ่มผู้เช่าบางส่วนโดยเฉพาะผู้เช่าที่ขายสินค้าแฟชั่นซึ่งสามารถขายผ่านช่องทางออนไลน์ได้ยังคงถูกกดดันจากกำลังซื้อของกลุ่มลูกค้ารายได้ระดับปานกลางขึ้นไปที่มีระมัดระวังการใช้จ่ายท่ามกลางปัญหาหนี้ครัวเรือนที่ทรงตัวอยู่ในระดับสูง โดยในไตรมาส 2 ปี 2565 อุปสงค์พื้นที่ค้าปลีกขยายตัว 1.0%YoY มาอยู่ที่ 7.5 ล้าน ตร.ม. ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับการขยายตัวในกรอบ 3-3.5%YoY ตลอดช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาด และเมื่อพิจารณาอัตราค่าเช่า พบว่าค่าเช่าเฉลี่ยในทุกพื้นที่ที่ทรงตัวอยู่ในระดับเดิมมาตั้งแต่ปี 2564 เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการรักษาฐานผู้เช่าเดิมไว้ จึงคงราคาเช่าเดิมไว้สำหรับผู้เช่ารายเดิมที่หมดสัญญาเช่าและต้องการต่อสัญญาใหม่

รูปที่ 5 อุปสงค์พื้นที่ค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และค่าเช่าเฉลี่ย



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

ที่มา: CBRE (Thailand)

เมื่อพิจารณาอัตราการเช่าพื้นที่ค้าปลีกจำแนกตามพื้นที่ ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2565 พบว่าอัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยอยู่ที่ 95.0% เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับอัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยที่ 94.9% ณ สิ้นปี 2564 สาเหตุหลักที่อัตราการเช่าพื้นที่โดยภาพรวมไม่เปลี่ยนแปลงนักเนื่องมาจากผลของอัตราการเช่าพื้นที่ในย่านใจกลางเมือง (Downtown) ปรับลดลงมาอยู่ที่ระดับ 91.9% เมื่อเทียบกับระดับ 94.4% ณ สิ้นปี 2564 สะท้อนได้ว่าโครงการพื้นที่ค้าปลีกในย่านใจกลางเมืองยังคงเผชิญกับปัญหาผู้เช่าลดขนาดเช่าพื้นที่หน้าร้านลงหรือยกเลิกสัญญาเช่าเพื่อรักษาสภาพคล่อง เนื่องจากรายได้หลักของผู้เช่าในย่านดังกล่าวมาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลักซึ่งยังไม่ฟื้นตัวนักในปี

ตารางที่ 1 อัตราการเช่าพื้นที่ค้าปลีกจำแนกตามพื้นที่

ปี (หน่วย: %)	Downtown	Midtown	Suburbs	เฉลี่ย
2561	94.3	92.1	96.6	94.8
2562	96.7	93.1	96.4	95.5
2563	93.6	95.3	96.9	95.8
2564	94.4	90.5	97.5	94.9
2Q65	91.9	93.8	97.1	95.0

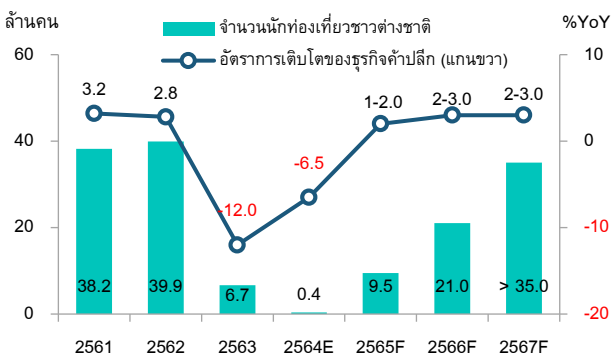
ที่มา: CBRE (Thailand)

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

ธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกมีทิศทางฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปซึ่งจะขยายตัวอยู่ในกรอบ 2-3%YoY ระหว่างปี 2566-67 ตามการฟื้นตัวของบริการภาคเอกชนและการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2566 จะทยอยเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ราว 21 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องโดยอยู่ที่ระดับราว 40 ล้านคนในปี 2567 ซึ่งถือเป็นตัวเลขที่ใกล้เคียงกับช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาด โดยคาดว่านักท่องเที่ยวจีน (นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของไทย) จะกลับมาเดินทางระหว่างประเทศได้ในช่วงครึ่งหลังของปี 2566 เป็นต้นไป จากปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวคาดว่าอัตราการเช่าพื้นที่ค้าปลีกโดยเฉพาะในย่านใจกลางเมืองจะกลับมาอยู่ในระดับมากกว่า 95% ในระยะถัดไป

เมื่อพิจารณาด้านอุปทาน ผู้ประกอบการมีแนวโน้มขยายพื้นที่ค้าปลีกต่อเนื่องเพื่อรองรับความต้องการเช่าพื้นที่ค้าปลีกที่ขยายตัวตามแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ผู้เช่าพื้นที่ค้าปลีกโดยเฉพาะผู้เช่าที่เน้นลูกค้ากำลังซื้อระดับปานกลางไปจนถึงระดับสูงยังมีความต้องการขยายสาขาในพื้นที่ใจกลางเมืองและรอบใจกลางเมืองอยู่ และโครงการที่ผู้เช่าพื้นที่ค้าปลีกสนใจส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบ Mixed-use อย่างไรก็ตามมีบางโครงการเลื่อนกำหนดก่อสร้างเสร็จออกไปเนื่องจากปัญหาขาดแคลนแรงงาน คาดว่าในช่วงปี 2565-67 จะมีอุปทานพื้นที่ค้าปลีกใหม่ทั้งสิ้นราว 1 ล้าน ตร.ม. เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 4.2% ต่อปี ส่งผลให้ธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกมีแนวโน้มเผชิญภาวะอุปทานส่วนเกินในช่วงเวลาดังกล่าว เมื่อธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกยังมีการแข่งขันอย่างต่อเนื่องและรุนแรง ประกอบกับตลาดอีคอมเมิร์ซที่มีบทบาทมากขึ้นตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความคุ้นเคยกับการซื้อของออนไลน์ อาจส่งผลกระทบต่อรูปแบบการเช่าพื้นที่ให้มีกำไรปรับเงื่อนไขการเช่าให้มีความยืดหยุ่นขึ้นและทำให้ผู้ประกอบการพื้นที่ค้าปลีกจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ค้าปลีกมากขึ้น

รูปที่ 6 แนวโน้มการเติบโตธุรกิจค้าปลีกและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ



ที่มา: MOTS, Thai Retailers Association

ตารางที่ 2 โครงการพื้นที่ค้าปลีกที่คาดว่าจะเสร็จสิ้นในปี 2566-67

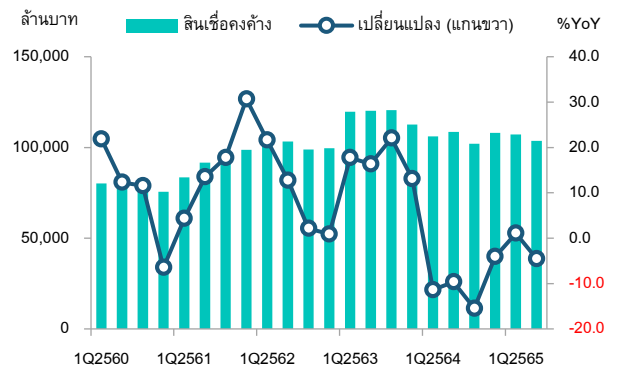
ปี	ชื่อโครงการ	โซนที่ตั้ง	พื้นที่ (ตร.ม.)
2566	The Emsphere	Downtown	60,000
	Block A	Downtown	10,000
	Asiatique 2.1	Midtown	30,000
	Bangkok Midtown (Phase 1)	Midtown	59,000
	Asiatique 2.2	Midtown	100,000
	The Forestias	Suburbs	180,000
2567	Bangkok Mall	Suburbs	90,000
	One Bangkok	Downtown	180,000
	Dusit Central Park	Downtown	70,633
	Robinson Sukhumvit (Redevelopment)	Downtown	13,000
	The Mall Ramkhamhaeng 2 (Redevelopment)	Suburbs	32,712
	The Vibe	Suburbs	1,997
รวมทั้งหมด			827,342

ที่มา: CBRE (Thailand)

เงินให้สินเชื่อ และ NPL ของระบบธนาคารพาณิชย์

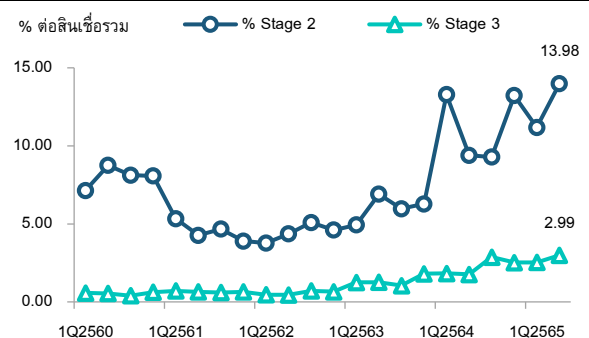
เงินให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอาคารศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าเพื่อการขายและให้เช่าพื้นที่ ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2565 มียอดคงค้างทั้งสิ้น 103,683 ล้านบาท หดตัวลง 4.5%YoY เมื่อพิจารณาคุณภาพสินเชื่อโดยเฉพาะสินเชื่อด้อยคุณภาพ (Non-Performing Loan: NPL หรือ Stage 3) พบว่าปรับเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 3,098 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 2.99% ของสินเชื่อรวม ในขณะที่สินเชื่อที่มีความเสี่ยงด้านเครดิตอย่างมีนัยสำคัญ (Stage 2) ปรับตัวในทิศทางเดียวกันโดยอยู่ที่ 14,493 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 13.98% ของสินเชื่อรวม ซึ่งการให้สินเชื่อที่ลดลง ขณะที่คุณภาพสินเชื่อด้อยลงเรื่อยๆ สะท้อนถึงการระมัดระวังมากขึ้นในการปล่อยสินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการในกลุ่มดังกล่าวที่ส่วนใหญ่มีการผิดชำระหนี้มากขึ้นจากผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในช่วงเวลาที่ผ่านมา

รูปที่ 7 เงินให้สินเชื่อผู้ประกอบการธุรกิจอาคารศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าเพื่อการขายและให้เช่าพื้นที่ในระบบ ธพ.



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

รูปที่ 8 คุณภาพสินเชื่อผู้ประกอบการธุรกิจอาคารศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าเพื่อการขายและให้เช่าพื้นที่ในระบบ ธพ.



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย