

บทที่ 2

พัฒนาการของศูนย์การค้าในกรุงเทพฯ พ.ศ. 2526 – 2539

หากจะกล่าวถึงสถานที่ในการจับจ่ายใช้สอยแต่ดั้งเดิมนั้น ทุกคนอาจนึกถึงตลาดซึ่งอาจจะมีทั้งตลาดบกและตลาดน้ำ หรือตลาดสด ตลาดนัด กาลเวลาผ่านไป รูปแบบของสถานที่ในการจับจ่ายใช้สอยก็เกิดการพัฒนาขึ้นเป็นห้างร้านตามแนวตัดของถนน และเริ่มขยายขึ้นเป็นห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า ซึ่งเมื่อพัฒนาการมาสู่การเป็นศูนย์การค้านั้นก็ทำให้พื้นที่ที่มีการขยายใหญ่ขึ้น ทำให้เกิดการสร้างกิจกรรมใหม่ๆ ขึ้นภายในพื้นที่นั้นที่นอกเหนือไปจากห้างสรรพสินค้า พื้นที่ดังกล่าวจึงมิได้เป็นสถานที่เพียงจับจ่ายใช้สอยประการเดียวอีกต่อไป

การกำเนิดของศูนย์การค้าจึงถือว่าเป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่เกิดขึ้นในสังคมกรุงเทพฯ และเมื่อกำเนิดขึ้นมาก็ได้มีการพัฒนารูปแบบและขยายออกไปในแหล่งชุมชนต่างๆ มากขึ้น ศูนย์การค้ามิได้กำเนิดขึ้นมาโดยไร้ราก หากแต่มีการเพาะเมล็ดพันธุ์และต้นกล้ามาด้วยอาศัยระยะเวลา จนทำให้เกิดการแพร่พันธุ์ออกดอกออกผลไป ดังนั้นในบทนี้จะศึกษาพัฒนาการของศูนย์การค้าว่าศูนย์การค้ามีการกำเนิด เติบโตและขยายตัวอย่างไร และทั้งหมดนั้นมีบริบทซึ่งเป็นปัจจัยใดที่เอื้อต่อการก่อตัวและการเติบโตดังกล่าว

1. พัฒนาการของ “ห้าง” หรือ “ห้างร้าน” ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2

ลักษณะการค้าปลีกที่เป็นรูปแบบของ “ห้าง” หรือ “ห้างร้าน”^{*} นั้นในระยะแรกได้กำเนิดขึ้นมาตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น โดยเริ่มมาจากพ่อค้าชาวจีนที่ได้เปิดร้านค้าห้องแถวซึ่งมีลักษณะแบบอย่างมาจากประเทศสิงคโปร์¹ ซึ่งทำให้เกิดคำว่า “ห้าง” ขึ้นมาในสังคมไทย และต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 3 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ (พ.ศ. 2367 – พ.ศ. 2394) ก็ได้มีการเริ่มตั้งห้างค้าขายสินค้าต่างประเทศอย่างถาวร โดยในปีพ.ศ. 2367 ได้มีการก่อตั้ง “ห้างฮันเตอร์แอนด์เฮลล์” โดยชาวอังกฤษ 2 คน คือ นายโรเบิร์ต ฮันเตอร์ และนายเฮลล์ ถือเป็นการบุกเบิกธุรกิจค้าปลีกโดยชาวต่างชาติในประเทศไทย

^{*} โปรดดูความหมายของคำว่า “ห้าง” และ “ห้างร้าน” ได้ในบทที่ 1

¹ ชูทรศักดิ์ สุภสร และบุษยา วุฒิชานู, “ภาพรวมธุรกิจค้าปลีกไทย,” วารสารส่งเสริมการลงทุน 8 (มิถุนายน 2540): 45.

² R. Aday Moore, “An Early British Merchant in Bangkok” *The Journal of the Siam Society (JSS)*, Vol.XI (part 2):

ภายหลังจากการทำสนธิสัญญาเบาว์ริง พ.ศ. 2398 ในสมัยรัชกาลที่ 4 (พ.ศ. 2394 – พ.ศ. 2411) ทำให้บริษัทต่างชาติจำนวนมากเข้ามาตั้งร้านค้าขึ้นในกรุงเทพฯ¹ ประกอบกับได้มีการสร้างถนนสายสำคัญ 3 สาย ได้แก่ ถนนเจริญกรุง ถนนบำรุงเมือง และถนนเฟื่องนคร ซึ่งเป็นถนนรุ่นแรกที่ใช้เทคนิคการสร้างตามแบบยุโรป² เป็นถนนที่ทันสมัยและสะดวกสบาย ทั้งสองข้างถนนจึงมีการสร้างอาคารเพื่อเป็นทั้งห้างร้านและที่อยู่อาศัย บริษัท ทำให้ห้างร้านต่างๆ เริ่มขยายตัวไปตามแนวถนนเหล่านี้

สมัยต้นรัชกาลที่ 4 ได้มีห้างร้านขายปลีกที่มีชื่อเสียงอยู่บริเวณสี่กั๊กพระยาศรี ดังเช่น ห้างรัตนโกสินทร์ ซึ่งจำหน่ายสินค้าหลากหลายดังเช่น เสื้อผ้า ถุงเท้า รองเท้า และของใช้สตรี ห้างสิทธิพันธ์บนถนนเฟื่องนคร จำหน่ายสินค้านำเข้าประเภทต่างๆ เช่น เหล้า บุหรี่ อาหารแห้ง น้ำหอม ภาชนะต่างๆ หมวก รองเท้า ถุงเท้า หรือห้าง Siam Pradis ที่ตั้งอยู่ใกล้ถนนเจริญกรุงและขายสินค้าหลากหลายเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า หมวก ถุงเท้า รองเท้า ร่ม กระเป๋าหนัง ภาชนะอลูมิเนียม-กรอบรูป เครื่องแก้ว ถ้วยเบญจรงค์ ไปจนกระทั่งอาวุธปืน³ ร้านค้าเหล่านี้เป็นลักษณะของร้านค้าปลีกในยุคแรกเริ่ม ซึ่งจะจำหน่ายแต่สินค้านำเข้าที่มีราคาค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่มีเจ้าของเป็นชาวยุโรปถึงแม้จะตั้งชื่อร้านเป็นภาษาไทยก็ตาม เป็นที่แน่นอนว่าบุคคลระดับชนชั้นนำทางสังคมผู้มียศได้สูงเท่านั้นที่จะสามารถใช้บริการร้านค้าเหล่านี้ได้

ต่อมาในรัชสมัยของรัชกาลที่ 5 (พ.ศ. 2411-พ.ศ. 2453) ได้มีการก่อสร้างอาคารตามแนวสองฝั่งถนนมากขึ้น และถนนบำรุงเมือง กับถนนเฟื่องนคร ก็ได้กลายเป็นศูนย์กลางทางการค้าที่สำคัญ อีกทั้งยังได้มีการก่อสร้างถนนเข้าไปในพื้นที่ส่วนอื่นๆ ของกรุงเทพฯ อันได้แก่ ถนนพระสุเมรุ และถนนพระอาทิตย์ซึ่งเป็นการเปิดเข้าสู่ย่านบางลำพูที่ได้กลายเป็นย่านการค้าขายที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในเวลาต่อมา ห้างร้านของชาวต่างประเทศเริ่มมีมากขึ้น ห้างที่เป็นที่รู้จักกันดีในขณะนั้นมีอยู่มาก เช่น ห้างโอเรียนเต็ล ห้าง Borneo เป็นต้น ห้างเหล่านี้ส่วนมากจะขายสินค้านำเข้าหลากหลายประเภท เช่น เหล้า บุหรี่ เครื่องเขียน อาหารกระป๋อง ภาชนะต่างๆ หมวก ถุงมือ ถุงเท้า ร่ม ฯลฯ ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของห้างค้าปลีกบางห้างถึงกับกลายเป็นชื่อสถานที่ของบริเวณที่ห้างตั้งอยู่ไปก็มี ดังเช่น ห้าง S.A.B. (Société Anonyme Belge) ที่มีชื่อเสียงทางด้านสินค้าประเภทนาฬิกาและ

¹ ผาสุก พงษ์ไพจิตร และคริส เบเคอร์, เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ, (เชียงใหม่ : จิตวอร์มบุ๊คส์, 2542), หน้า 168.

² สันสมัย วีระศิลป์ชัย, ชื่อบ้านนามเมือง, (กรุงเทพมหานคร : มติชน, 2540), หน้า 33.

³ Kanithar pisitkasem, "The Competition Behaviour of Department Stores in the Bangkok Metropolitan Area" (Master's thesis, Faculty of Economics, Thammasat University, 1991), p.26.

เครื่องเพชร ปัจจุบันเลิกกิจการไปแล้ว⁶ ในสมัยนั้นบริเวณสี่แยกที่ห้างตั้งอยู่ได้กลายเป็นชื่อเดียวกับห้าง และเป็นที่ยกกันโดยทั่วไปว่า “สี่แยก S.A.B.” ซึ่งก็คือสี่แยกที่ถนนเจริญกรุงตัดกับถนนวรจักร

ช่วงกลางทศวรรษ 2430 นั้น ชาวยุโรปเข้ามามีอิทธิพลในธุรกิจการเดินเรือที่กรุงเทพฯ เนื่องจากไม่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออก (ข้าว ฝิ่น และยางพารา) การส่งสินค้าทางเรือไปต่างประเทศจึงอยู่ในความควบคุมของบริษัทตะวันตก และจากธุรกิจการเดินเรือก็ได้ขยายสู่ธุรกิจนำเข้า ในเวลาดังกล่าว ชนชั้นนำในกรุงเทพฯซึ่งประกอบด้วยราชสำนัก พ่อค้า และคหบดีกำลังมีความนิยมในการบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ จึงรู้สึกพอใจที่ชาวต่างชาติหันมาทำธุรกิจนำเข้าสินค้าจากประเทศอุตสาหกรรมในยุโรปมาขายในประเทศไทย⁷ ตัวอย่างอันแสดงให้เห็นถึงความโปรดปรานสินค้าจากต่างประเทศในหมู่ชนชั้นนำไทยอย่างชัดเจน ได้แก่ การเกิดขึ้นของห้าง Badman (ก่อตั้งโดย Mr. Harry Badman เมื่อ พ.ศ. 2427) ซึ่งมีชื่อเสียงในเรื่องเครื่องแต่งกายบุรุษ - สตรี เครื่องแบบ รวมถึงเครื่องเขียนและเพชรนิลจินดาราคาแพงต่างๆ ห้าง Badman นี้สำนักงานพระคลังข้างได้สร้างตึกเพื่อให้เป็นที่ตั้งของห้าง Badman ในบริเวณใกล้กับพระบรมมหาราชวัง (ซึ่งคือที่ตั้งของกรมประชาสัมพันธ์ในเวลาต่อมา ปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์ได้ย้ายไปแล้ว) โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้เจ้านายในพระบรมมหาราชวังได้จับจ่ายซื้อหาของใช้ที่ต้องการได้โดยสะดวก⁸ ทั้งนี้พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ได้เสด็จในพิธีเปิดห้างด้วยพระองค์เอง นับเป็นการตอกย้ำถึงภาพลักษณ์ของห้างร้านค้าปลีกในสมัยแรกเริ่มของประเทศไทยว่าเป็นสถานที่สำหรับชนชั้นสูงในสังคมไทย

สิ่งที่น่าสังเกตก็คือ การปรากฏขึ้นของห้างร้านขายสินค้าฟุ่มเฟือย อย่างเช่น นาฬิกาหรือเครื่องลายคราม อัญมณีนั้นปรากฏเด่นชัดขึ้นมากในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งส่งผลต่อการนิยมการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยของคนในสังคม โดยในระยะแรกนั้นอาจจำกัดอยู่เฉพาะชนชั้นสูง แต่เมื่อถึงช่วงปลายรัชกาลที่ 5 นั้น ได้ขยายมาสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่พร้อมจะรับวัฒนธรรมการใช้สินค้าฟุ่มเฟือยทั้ง จะโดยการเลียนแบบรสนิยมของชนชั้นสูง หรือจากการได้รับรู้ได้สัมผัสรสนิยมอันทันสมัย โดยที่ห้างร้านที่ตั้งขึ้นสมัยปลายรัชกาลที่ 5 จะมีทั้งของชาวไทย ตะวันตก ชาวจีน และแขกเปอร์เซีย⁹ ส่วนใหญ่แล้วจะดำเนินธุรกิจในลักษณะนำเข้าสินค้าตะวันตกเข้ามาจำหน่าย หรือไม่ก็รับจากเอเย่นต์นำเข้าสินค้าประเภทนั้นๆ เหตุผลสำคัญอาจจะเนื่องมาจากในช่วงเวลานั้นตลาดของธุรกิจดังกล่าวยังไม่กว้างขวางมากนัก กลุ่มลูกค้าหลักก็ยังคงจำกัดอยู่เฉพาะแค่ชนชั้นนำ หรือผู้มีรสนิยมรุ่นใหม่เท่านั้น นักธุรกิจ

⁶ สันตนิษฐ์ วีระศิลป์ชัย, *ชื่อบ้านนามเมือง*, หน้า 99 – 100.

⁷ ฝาคูก พงษ์ไพจิตร และคริส เบเกอร์, *เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ*, หน้า 174.

⁸ เอนก นาวิกมูล, *ตำนานห้างร้านสยาม* (กรุงเทพฯ : ดันอ้อ แกรมมี่, 2539) หน้า 138.

⁹ กาญจนาคพันธุ์, *หนังสือชุด 100 ปีขุนวิจิตรมาตรา กรุงเทพฯ เมื่อวานนี้* (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สารคดี 2545).

ส่วนใหญ่จึงมักมุ่งเน้นที่จะลงทุนในธุรกิจที่กำลังเติบโตและสร้างกำไรได้อย่างรวดเร็ว อย่างเช่น ธุรกิจค้าข้าว ไม้สัก เคนเรือ เป็นต้น โดยไม่มีการลงทุนทางธุรกิจในลักษณะอุตสาหกรรมผลิตสินค้า สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน ห้างร้านสำคัญๆหลายห้างในกรุงเทพฯ ได้ดำเนินธุรกิจนำเข้าพร้อมกับการส่งออกสินค้าในช่วงเวลาดังกล่าวด้วยเช่นกัน¹⁰

สมัยรัชกาลที่ 6 (พ.ศ. 2453 – 2468) ย่านร้านค้าที่สำคัญก็ได้ขยายตัวขึ้นจากบริเวณสองฝั่งถนนเจริญกรุง ถนนบำรุงเมือง และถนนเฟื่องนครไปสู่ย่านการค้าใหม่ๆ เช่น ย่านสำเพ็งซึ่งมีพ่อค้าชาวจีนอยู่เป็นจำนวนมาก ย่านพาหุรัดและย่านสะพานหันที่มีพ่อค้าชาวอินเดียอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น¹¹ หรือย่านสะพานเหล็กที่มีห้าง B.Grim & Co ซึ่งจำหน่ายแว่นตาและกล้องถ่ายรูปอันมีชื่อเสียงในสมัยนั้น ย่านการค้าอื่นๆ ที่เติบโตขึ้นในช่วงนี้ได้แก่ ย่านวังบูรพา และย่านบางลำพู ร้านค้าในย่านการค้าเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นร้านค้าในลักษณะของห้องแถว ระยะเวลานี้เป็นช่วงที่ร้านค้าปลีกเกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะห้างของพ่อค้าชาวจีนจนเกิดเป็นลักษณะเฉพาะของสินค้าในแต่ละย่านการค้า เช่น จะซื้อผ้าต้องไปพาหุรัด จะซื้อเครื่องแต่งกาย รองเท้า ต้องไปบางลำพู เป็นต้น¹²

ต่อมาเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 นั้น ทำให้ธุรกิจการค้าตะวันตกโดยเฉพาะของชาวเยอรมันต้องปิดตัวลงและเริ่มเปลี่ยนไปอยู่ในมือของกลุ่มชาวจีนมากขึ้น และเกิดคำว่า “เจ้าสัวใหม่” ซึ่งเป็นพ่อค้าที่ได้กำไรมหาศาลจากการค้าข้าวในราคาสูง¹³ การขยายตัวของการค้ากับต่างประเทศและการค้าภายใน การเพิ่มจำนวนประชากรเมืองอย่างรวดเร็ว รวมถึงความใกล้ชิดกันมากขึ้นตลอดเวลาระหว่างเมืองกับชนบท ได้กระตุ้นให้พ่อค้าท้องถิ่นทั้งที่มีเชื้อสายไทยและจีนหันไปลงทุนผลิตสินค้าต่างๆ เพื่อป้องกันการบริโภคของผู้คนมากยิ่งขึ้น¹⁴ นายทุนจึงหันไปลงทุนในธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้นทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค อาทิเช่น ผ้า ไม้ขีดไฟ เครื่องหนัง บุหรี่ เบียร์ ปูนซีเมนต์ สบู่ เครื่องประดับของ เป็นต้น รวมไปถึงธุรกิจบริการอื่นๆ ได้แก่ ธุรกิจห้าง ธุรกิจภาพยนตร์ เป็นต้น

ในปี พ.ศ. 2473 ช่วงกลางรัชสมัยของรัชกาลที่ 7 (พ.ศ. 2468 – พ.ศ. 2477) เป็นจุดเริ่มของการเปลี่ยนผ่านจากห้างค้าปลีกขนาดเล็กไปสู่รูปแบบของห้างสรรพสินค้า จากการเกิดขึ้นของ

¹⁰ Arnold Wright and Oliver T. Breakspear, *Twentieth Century Impressions of Siam : Its History, People, Commerce, Industries, and Resources* (Bangkok : White Lotus, 1994), pp.257 – 287.

¹¹ อุทกศักดิ์ คุณาสวัสดิ์, “ตำนานธุรกิจค้าปลีกไทย,” *วารสารส่งเสริมการลงทุน* 12 (กุมภาพันธ์ 2544) : 18.

¹² Kanithar Pisitkasem, “The Competition Behaviour of Department Stores in the Bangkok Metropolitan Area”, p.26.

¹³ สุนทรী อาสะวีย์, *วิกฤตการณ์เศรษฐกิจหลังสงครามโลกครั้งที่ 1*, เอกสารวิจัยหมายเลข 29 สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533), หน้า 26 – 45.

¹⁴ พรณี บัวเล็ก, *ลักษณะของนายทุนไทยในระหว่างพ.ศ. 2457 – 2482 : บทเรียนจากความรุ่งโรจน์สู่ตกนรกกรรม* (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พันธกิจ, 2545), หน้า 103 – 112.

ห้างในดิงเกิลโอลิมปิกซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในสมัยนั้น เพราะมีสินค้าจำหน่ายหลากหลาย ชนิดมากกว่าร้านค้าปลีกทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องดนตรี เครื่องกีฬาและเครื่องสำอาง ห้างในดิงเกิลโอลิมปิก มีการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ และยังเป็นผู้นำจำหน่ายสินค้าให้แก่ร้านเล็กๆ ทั่วไปอีกด้วย

ในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 (พ.ศ. 2481 – พ.ศ. 2484) นายปรีดี พนมยงค์ ซึ่งเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังในเวลานั้น ได้ตั้งกำแพงภาษีนำเข้าขึ้นเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศ มีผลทำให้สินค้านำเข้ามีราคาแพง ผู้ประกอบการรายต่างๆ จึงเริ่มลงทุนในสินค้าอุปโภคบริโภคและทำให้ประเทศไทยได้ดุลการค้าเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการจัดตั้งกิจการร่วมทุนระหว่างรัฐกับเอกชนขึ้น กลุ่มทุนเอกชนเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าชาวจีนซึ่งได้รับความสะดวกในการดำเนินธุรกิจจากรัฐ ทำให้กิจการขยายไปอย่างรวดเร็ว ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ประกอบกับอิทธิพลของญี่ปุ่นในช่วงสงครามทำให้บริษัทของชาวยุโรปจำนวนมากถอนกิจการออกจากเมืองไทย ผู้ประกอบการชาวไทยเชื้อสายจีนบางรายก็รับซื้อกิจการเหล่านั้นมาดำเนินงานต่อ มีการริเริ่มธุรกิจใหม่ๆ เช่น การธนาคาร การค้าปลีก และการนำเข้า ซึ่งโดยส่วนมากแล้วจะเริ่มต้นจากรัฐกิจการค้า และการขายปลีก ส่วนมากผู้ประกอบการเหล่านี้จะเป็นคนเชื้อสายจีน¹⁵

2. การกำเนิดของ “ห้างสรรพสินค้า” ที่พัฒนามาเป็น “ศูนย์การค้า” ในกรุงเทพมหานคร

ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ ที่ต่อมาพัฒนามาเป็นศูนย์การค้า นั่นคือการกำเนิดของห้างเซ็นทรัล วังบูรพา ในปี พ.ศ. 2499 ซึ่งรับแนวคิดมาจากตะวันตก แสดงให้เห็นว่าการเกิดขึ้นของห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ นั้น เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกในระยะเริ่มแรก โดยการนำรูปแบบของห้างแบบตะวันตกเข้ามาและนำสินค้าจากตะวันตกมาจำหน่าย

2.1 การกำเนิดของ “ห้างสรรพสินค้า” และ “ศูนย์การค้า” ในโลกตะวันตก : ต้นแบบของ “ห้างสรรพสินค้า” และ “ศูนย์การค้า” ในประเทศไทย

สืบเนื่องมาจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมของโลกตะวันตกในคริสต์ศตวรรษที่ 18 (พุทธศตวรรษที่ 24) นั้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตที่มีการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ผลผลิตที่ออกมามีเป็นผลผลิตมวลชน (Mass Production) คือ การผลิตได้คราวละ

¹⁵ ผาสุก พงษ์ไพจิตร และคริส เบเคอร์, เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ, หน้า 205 – 207.

มากๆ และเกิดการผลิตเพื่อสนองต่อสังคมที่มีขนาดใหญ่ขึ้น¹⁶ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องหาพื้นที่เพื่อระบายสินค้าที่เกิดจากระบบ ความสามารถในการผลิตที่เพิ่มขึ้น ได้เพิ่มผลผลิตในตลาด จากการผลิตสินค้าปริมาณมากของสินค้านี้ทำให้ออกจากต้องการพื้นที่เพื่อระบายสินค้าแล้ว ยังต้องการระบบการขายปลีกแบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ห้างสรรพสินค้าที่เป็นต้นกำเนิดของห้างสรรพสินค้าทั่วโลกคือ “ห้างบง มาร์เช่” (Bon Marché) ในกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส เมื่อ ค.ศ. 1838 (พ.ศ. 2381) ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่จนทำให้เกิดคำว่า เลอ กรองด์ มากาแซง (le grand magasin) อันเป็นผลของการเกิดสภาพ “mass production” ขึ้นในอุตสาหกรรมของฝรั่งเศสในช่วงกลางคริสต์ศตวรรษ ที่ 19¹⁷ ซึ่งภาวะสินค้าในปริมาณมากนั้นทำให้เกิดความต้องการระบบการค้าปลีกแบบใหม่ที่จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น แทนที่ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม¹⁸ ยิ่งไปกว่านั้นในสมัยพระเจ้านโปเลียนที่ 3 ได้มีการสร้างถนนสายใหม่เพื่อเดินทางข้ามเมือง และเกิดระบบขนส่งมวลชนสาธารณะขึ้น การคมนาคมขนส่งที่เจริญและสะดวกขึ้นนี้ ยังทำให้เกิดการนำพาทั้งสินค้าที่มากมายและผู้คนไปให้ยังพื้นที่หนึ่งนั้นได้ง่ายขึ้น ซึ่งก็คือห้างสรรพสินค้านั่นเอง¹⁹

จุดเด่นที่สำคัญของห้าง Bon Marché ที่ถือว่าเป็นการปฏิวัติระบบการค้าปลีก นั่นคือการนำเสนอรูปแบบวิธีการขายแบบใหม่ โดยมีการจัดแสดงสินค้าที่หลากหลาย แบ่งเป็นหมวดหมู่ อย่างชัดเจน ราคาสินค้าที่ขายจะกำหนดแน่นอนตายตัว แต่ก็สามารถเปลี่ยนได้²⁰ มีการให้ของแถม รับประกันสินค้า ยินดีคืนเงินเต็มราคาหากลูกค้าไม่พอใจ รักษาความรู้สึกพึงพอใจของผู้บริโภคไว้ ซึ่งสิ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นการส่งเสริมการขายทำให้เกิดการเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น และนำมาซึ่งความมั่งคั่งให้กับห้าง

การนำเสนอดังกล่าวข้างต้นก็เพื่อที่จะเสนอภาพกว้างของความเป็นห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าแบบตะวันตก ที่น่าสังเกตก็คือ ห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าของสังคมตะวันตกนั้นเกิดขึ้นก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 และมีวิวัฒนาการมาโดยตลอด ส่วนในสังคมไทยนั้นรูปแบบความเป็นห้างสรรพสินค้าที่มีรูปแบบการขายและการบริการแบบห้าง Bon Marché นั้น ก็คือห้างเซ็นทรัล สาขาวังบูรพา ในปี พ.ศ. 2499 ซึ่งในเวลานั้นนับว่าเป็นห้างสรรพสินค้าที่สมบูรณ์แบบและมีขนาด

¹⁶ พีรกร แก้วสาธ, “ศูนย์การค้า : สถาปัตยกรรมเพื่อความตื่นตาตื่นใจ จักรกษัตริย์นามธรรมกับวิถีชีวิตในเมืองในศตวรรษที่ 21,” วารสารวิจัยและสาระทางสถาปัตยกรรม : 159.

¹⁷ Miller, Michal B. *The Bon Marché : Bourgeois Culture and the Department Store, 1869 – 1920*, pp.31 – 33.

¹⁸ Ibid., p.33.

¹⁹ Ibid., p.37.

²⁰ Ibid., p.27.

ใหญ่ นอกจากนี้ยังมีการใช้ป้ายกำหนดราคาสินค้าแน่นอนและไม่มีการต่อรองเหมือนร้านทั่วไป²¹ สิ่งที่เกิดขึ้นนี้ทำให้วงการธุรกิจค้าปลีกไทยก้าวสู่ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งก็คือการเกิดขึ้นของห้างสรรพสินค้าที่จะพัฒนาการมาเป็นศูนย์การค้า

2.2 กำเนิดของ “ห้างสรรพสินค้า” และ “ศูนย์การค้า” ในกรุงเทพฯ

การปรากฏขึ้นของห้างค้าปลีกหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้น ก็ได้เปลี่ยนจากห้างค้าปลีกติดแถวมาสู่การเป็นห้างค้าปลีกติดเคียวหลายชั้น ห้างที่มีชื่อเสียงที่กำเนิดขึ้นในช่วงเวลานี้คือ ห้างได้ฟ้าและห้างเมวคำในย่านเยาวราช ในปีพ.ศ. 2495 โดยนักการค้าจีนได้ประยุกต์แนวความคิดตามแบบตะวันตก พัฒนาระบบการดำเนินงานที่คล้ายห้างสรรพสินค้าขึ้นในบริเวณเยาวราช สินค้าที่ขายส่วนใหญ่สั่งนำเข้ามาจากต่างประเทศ ทั้งจากสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น โดยลักษณะสินค้าจะเป็นพวกเครื่องประดับ เสื้อผ้า เครื่องไฟฟ้า และของใช้ในชีวิตประจำวัน²² นอกจากนี้ก็ยังมีห้างในดิงเกดโอลิมปิกที่บริเวณวังบูรพา ซึ่งในขณะนั้นก็ได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากหลังภาวะสงคราม ความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นทำให้กิจการค้าปลีกยิ่งเจริญขึ้นและในฐานะที่เป็นห้างสรรพสินค้าที่มีรูปแบบการจำหน่ายสินค้าต่างไปจากร้านค้าขนาดเล็กดังที่เคยมีมาแต่เดิม คือ มีสินค้าหลายประเภทอยู่ในร้านเดียว และมีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ห้างสรรพสินค้าที่มีวิธีการขาย การบริการลูกค้าแบบตะวันตก ดังเช่นห้าง Bon Marché นั้น เริ่มต้นจากห้างเซ็นทรัล

ผู้ริเริ่มคิดจนก่อให้เกิดเป็นห้างเซ็นทรัลขึ้นมาคือ นีเดียง แซ่เจ็ง หรือ เดียง จิราธิวัฒน์ ชาวจีนไหหลำที่อพยพครอบครัวเข้ามาตั้งหลักแหล่งในประเทศไทยตั้งแต่ระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยเริ่มจากกิจการค้าปลีกเล็กๆ น้อยๆ ที่บริเวณฝั่งธนบุรี ในพื้นที่เพียง 50 ตารางเมตร โดยตั้งชื่อร้านว่า “แข่ง เสง่ หลี” แปลว่า ไหลหลำสัมฤทธิ์ผล²³ ภายหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลงประมาณ พ.ศ. 2490 จึงได้มีการโยกย้ายมาเช่าห้องแถวหนึ่งคูหาที่ถนนเจริญกรุง ปากตรอกกัปตันบุชสี่พระยา ชั้นบนเป็นที่พักของคนในครอบครัว ส่วนชั้นล่างดำเนินกิจการจำหน่ายหนังสือและนิตยสารนานาชนิด ทั้งจากในและต่างประเทศ โดยใช้ชื่อร้านว่า “ห้างเซ็นทรัลเทรดดิ้ง” ซึ่งถือว่าเป็นต้นกำเนิดของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล แชนซวาที่สำคัญของเดียง คือ บุตรชายคนโตที่ชื่อว่า สัมฤทธิ์ จิราธิวัฒน์ ซึ่งต่อมาสัมฤทธิ์ได้เริ่มมีความคิดใหม่ที่จะสั่งสินค้าจากต่างประเทศ ประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องสำอางเข้ามาจำหน่ายควบคู่กับหนังสือ ซึ่งได้แรงกระตุ้นมาจากสื่อโฆษณาที่ลง

²¹ วิรัตน์ แสงทองคำ และคณะ, 70 ปี จิราธิวัฒน์ Central ยิ่งสู้ยิ่งโต, หน้า 218.

²² ชัยนันท์ เข้มสะอาด และคณะ, “ศูนย์การค้าสมัยใหม่,” วารสารบริหารธุรกิจ : 5.

²³ วิรัตน์ แสงทองคำและคณะ, 70 ปี จิราธิวัฒน์ Central ยิ่งสู้ยิ่งโต, หน้า 11.

ตีพิมพ์ในนิตยสารต่างประเทศ²⁴ กิจการขายหนังสือประสบความสำเร็จเพราะระยะนั้นเป็นการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสงคราม คนตื่นตัวในสิ่งแปลกใหม่ นอกจากนี้ การนำสินค้าใหม่จากสหรัฐอเมริกาในนิตยสารต่างชาติมาขายในห้าง เช่น ลูกเท้า เนคไท ชุดชั้นใน กระโปรงพลีทและการขอเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าหลายชนิด เช่น เสื้อเชิ้ต Manhattan เสื้อเชิ้ต Esquire น้ำมันใส่ผม Crepe de Chine และเครื่องสำอาง Helena Rubinstein²⁵ ทำให้กิจการยิ่งเจริญเติบโต ซึ่งแม้ร้านจะเล็ก แต่ก็มีสินค้าเมืองนอกที่หาซื้อที่ไหนไม่ได้ กลุ่มลูกค้าจึงเป็นพวกผู้ดีที่มีเงินและผ่านการใช้ชีวิตเป็นนักเรียนนอกจากต่างประเทศ และเมื่อมีของแปลกใหม่ เดียงก็จะแข่งขานกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ตระกูลจิราธิวัฒน์มีสายสัมพันธ์กับกลุ่มชนชั้นนำของสังคมไทย เช่น พระเจ้าวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าภาณุพันธุ์ยุคล พจน์ สารสิน มรว.คึกฤทธิ์ ปราโมช²⁶ และเมื่อกิจการเจริญมากจึงทำให้ต้องโยกย้ายไปเช่าร้านขนาด 3 คูหาในปีพ.ศ. 2493 ภายใต้อาคารเดิมที่ย่านสุรวงศ์ ริมถนนเจริญกรุง โดยสัมฤทธิ์ได้ส่งไปรษณียบัตรไปยังลูกค้าเดิม ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1 แสดงไปรษณียบัตรที่สัมฤทธิ์ส่งถึงลูกค้าเมื่อครั้งย้ายร้านมาที่ถนนเจริญกรุง



ที่มา : จิราธิวัฒน์สัมฤทธิ์, 2535, หน้า 140.

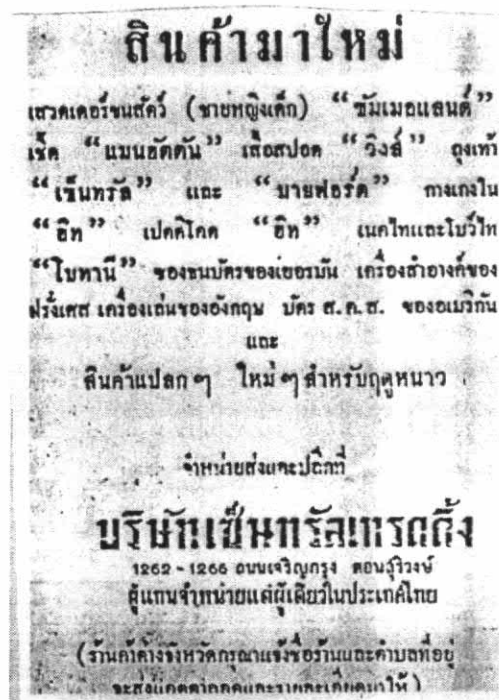
²⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 30-31.

²⁵ เรื่องเดียวกัน, หน้า 31.

²⁶ เรื่องเดียวกัน, หน้า 14.

และเมื่อมีสินค้ามาจำหน่ายใหม่ก็จะมีการโฆษณา ดังภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2 แสดงโฆษณายุคแรกของบริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง พ.ศ. 2495



ที่มา : จิราธิวัฒน์สัมฤทธิ์, 2535, หน้า 141.

การที่สัมฤทธิ์ได้ติดต่อขอเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าจากต่างประเทศ ทำให้สัมฤทธิ์ได้มีโอกาสดินทางไปต่างประเทศเพื่อติดต่อธุรกิจบ่อยครั้ง ซึ่งสัมฤทธิ์ก็ได้ใช้โอกาสนี้ในการศึกษางานและสะสมประสบการณ์ที่ได้พบเห็นกลับมาใช้กับงานของสัมฤทธิ์เอง ซึ่งปรากฏอย่างเด่นชัดที่เซ็นทรัล สาขาวังบูรพา ที่กลายเป็นห้างสรรพสินค้าของเซ็นทรัลสาขาแรกโดยที่เพียงได้ทราบข่าวว่าวังบูรพายังมีที่ดินว่างผืนใหญ่อยู่โดยเป็นที่ดินที่โฮสโต โกสิน นักพัฒนาที่ดินยุคนั้นเก็บเอาไว้ให้ธนาคารนครหลวงไทย เตียงจึงเจรจาขอซื้อไว้และกลายเป็นที่ตั้งของเซ็นทรัลวังบูรพา²⁷ กลายเป็นห้างเซ็นทรัลวังบูรพาเมื่อปี พ.ศ. 2499 แล้วเปลี่ยนชื่อเป็น “ห้างเซ็นทรัล” ซึ่งสัมฤทธิ์ได้นำเอาระบบคิดป้ายราคามาใช้เป็นครั้งแรกในประเทศไทย โดยการไม่มีการต่อราคาและยึดหลัก “สินค้าคุณภาพ ราคายุติธรรม”²⁸

²⁷ เรื่องเดียวกัน, หน้า 16.

²⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 31.

จากสภาพแวดล้อมบริเวณวังบูรพาถือว่าเป็นทำเลการค้าที่สำคัญในอดีตใกล้กับย่านพาหุรัด บางลำพู และเขาวราช การมีธุรกิจแบบห้างกำเนิดขึ้นมาก่อนหน้าในบริเวณนี้ทำให้ผู้คนคุ้นชินกับการเดินห้าง หากแต่ทว่าวัฒนธรรมใหม่ของการนำเสนอการขายแบบ “ห้างสรรพสินค้า” นั้น ทำให้ผู้คนในระยะแรกไม่กล้าเข้ามาเพราะเกรงว่าสินค้าจะมีราคาแพง แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มลูกค้าหลักในระยะแรกก็คือ ผู้คือนักเรียนนอก ผู้มีฐานะดีนั่นเอง นอกจากนี้ในบริเวณวังบูรพายังเป็นศูนย์การค้าที่มีโรงพยาบาลเป็นตัวดึงดูดให้ผู้คนที่หลงใหลเข้ามาที่วังบูรพา และยังมีห้างร้านต่างๆ มากมายในศูนย์ จึงทำให้ห้างเซ็นทรัลวังบูรพาประสบความสำเร็จอย่างสูงในเวลาต่อมา ทั้งนี้เพราะห้างได้มีสินค้าให้เลือกมากมายหลากหลายตั้งแต่เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ภาชนะต่างๆ เครื่องเสียง เครื่องใช้ไฟฟ้า ไปจนกระทั่งถึงเฟอร์นิเจอร์ครบถ้วน และมีได้มีลักษณะเป็นร้านค้าห้องแถวดังเช่นสมัยก่อน หากแต่เป็นตึกสูงเด่นอยู่ท่ามกลางศูนย์การค้าวังบูรพา ดังข้อความต่อไปนี้

“บ่ายวันหนึ่งในปี 2503 หนุ่มสาวคู่หนึ่งเดินควงคู่กัน ขึ้นรถราง ทั้งคู่มีเป้าหมายปลายทางที่ห้างทรูทันทันสมัยที่สุดของยุคห้างเซ็นทรัล วังบูรพา ฝ่ายชายสวมกางเกง Shark Skin กับเสื้อมองตากัวร์สีแดงสด เซ้ทผมตั้งทรงเดียวกับเอลวิส เพรสลีย์ ราชาคนตรีร็อก ฝ่ายหญิงสวมกระโปรงบานสีชมพูกับเสื้อสตรีรูปเข้าชุดกัน คาดผมยาวประบ่า เสร็จจากการช้อปปิ้งก็เดินต่อมายังโรงหนังแกรนด์ เพื่อชมภาพยนตร์ดังเรื่อง G.I. Blues ระหว่างชมภาพยนตร์ทั้งคู่เดินเตร็ดเตร่แถวย่านหลังวัง

หลังชมภาพยนตร์ทั้งคู่เข้าร้านสี่ฟ้า สั่งอาหารจานเด็ดประจำร้าน คือ บะหมี่อัสวิน ต่อด้วยไอศกรีมโซดา มองผู้คนพลุกพล่านที่ผ่านไปมา ก่อนจะโบกมืออำลาวันแห่งความสำราญใจ

เนื่องจากวันนี้เป็นภาพยนตร์รอบปฐมทัศน์ ซึ่งแสดงนำโดยเอลวิส เพรสลีย์ ทำให้บรรดาแฟน ๆ มาชุมนุมที่บริเวณวังบูรพามากเป็นพิเศษ ชายหนุ่มมักจะนิยมใส่เสื้อ “มองตากัวร์” เนื้อผ้าเจอร์ซีย์ลีนมันจากฝรั่งเศสที่แสนจะถูกใจคุณแม่บ้าน เพราะไม่ยับ ไม่ต้องรีด (แต่ยังต้องซัก)

เมื่อเสื้อมองตากัวร์คือหนึ่งในสินค้าแฟชั่นทันสมัยสำหรับคุณสุภาพบุรุษและสุภาพสตรี เมื่อครั้งศตวรรษก่อนก็เป็นเรื่องธรรมดาอยู่เองที่ห้างทันสมัยอย่างเซ็นทรัลในยุคนั้น จะมีเสื้อมองตากัวร์ให้เลือกซื้อหาได้

ว่ากันว่าสั่งมาเท่าไร ก็ขายหมดจนพนักงานขายส่งสารลูกค้าที่ผิดหวัง
กลับบ้านมือเปล่าเพราะสินค้าหมด²⁹”

สิ่งที่น่าสังเกตก็คือ การเกิดขึ้นของห้างสรรพสินค้าแบบตะวันตกในประเทศไทยนั้นเกิดขึ้น
เมื่อช่วงเวลาหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 แล้ว นอกจากนี้การเกิดขึ้นของห้างฯ ยังมิได้เกิดขึ้นจากบริบท
ปัจจัยที่เกิดขึ้นเดียวกันกับสังคมตะวันตก เพราะก่อนพ.ศ. 2499 ประเทศไทยยังไม่เกิดการปฏิวัติ
อุตสาหกรรม ประเด็นก็คือว่า ในสังคมไทยเกิด “mass production” ขึ้นมาก่อนหน้านี้หรือไม่ และ
ถ้าไม่เพราะเหตุใดจึงเกิดห้างสรรพสินค้าขึ้นในบ้านเรา

การเกิดขึ้นของห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าในกรุงเทพฯ และประเทศไทยนั้น มีเหตุปัจจัย
ที่ต่างไปจากการเกิดในสังคมตะวันตก ในขณะที่สังคมตะวันตกพยายามหาพื้นที่ “ระบาย” ภาวะของ
ผลิตภัณฑ์มวลชน (mass production) ภายในประเทศ นำมาสู่การเกิดขึ้นของห้างสรรพสินค้า /
ศูนย์การค้า แต่สำหรับประเทศไทยนั้นเกิดขึ้นด้วยความพยายามหาพื้นที่ “เสนอ” ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มา
จากภายนอกประเทศ ทั้งนี้เพราะในช่วงปีพ.ศ. 2499 ที่เกิดห้างเซ็นทรัล วังบูรพาขึ้นมานั้น ประเทศไทย
ยังไม่ได้เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมดังสังคมตะวันตก ทำให้ยังมิได้เกิดภาวะขยายผลิตภัณฑ์
มวลชนขึ้นในประเทศไทย เมื่อมองในแง่การผลิตเชิงอุตสาหกรรมที่ถึงแม้จะมีการส่งเสริมมากใน
สมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ (พ.ศ. 2501 – 2506) แต่ก็ยังเป็นเพียงการเริ่มต้นลงทุนในโครงสร้าง
พื้นฐาน (Infrastructure) เพื่อเป็นพื้นฐานของการผลิตสินค้าเชิงอุตสาหกรรม ห้างสรรพสินค้าที่
เกิดขึ้นในประเทศไทยจึงเป็นพื้นที่รองรับการระบายผลิตภัณฑ์มวลชนของตะวันตก

3. ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าช่วงทศวรรษที่ 2500 – 2510

3.1 บริบททางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงทศวรรษที่ 2500 – 2510 (พ.ศ. 2500 – 2519)

- 1) นโยบายของรัฐกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509)
ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 – 2514) และ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 – 2519)

สมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี (พ.ศ. 2501 – 2506) ได้
ประกาศจุดมุ่งหมายในการพัฒนาประเทศที่เน้นการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจซึ่งถือว่าเป็นหัวใจของการ

²⁹ ข้อมูลจากแผ่นป้ายนิทรรศการงานนิทรรศการ 60 ปี เซ็นทรัล เพราะมีคุณถึงมีเรา ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ซิดลม
(ตุลาคม 2550).

พัฒนาทั้งหมด¹⁰ ด้วยการขยายกำลังการผลิตของประเทศเพื่อให้ประชาชนมีมาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น นำมาซึ่งแนวคิดในการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

ข้อเสนอแนะของคณะทำงานของธนาคารโลก ซึ่งเข้ามาศึกษาสถานะเศรษฐกิจไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2500 – 2501 นำไปสู่การวางแผนพัฒนาประเทศ มีการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509) ซึ่งเน้นหนักด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจทั้งการคมนาคมขนส่ง การชลประทานและการพลังงาน โดยด้านการคมนาคมนั้นมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกและได้มาตรฐานด้วยการสร้างทางหลวงใหม่ และปรับปรุงถนนที่มีอยู่เดิมให้ได้มาตรฐาน¹¹ ภาคเกษตรมีการปรับโครงสร้างการผลิตจากข้าวและยางสู่พืชไร่ ส่งผลให้มีพืชเศรษฐกิจชนิดใหม่ๆ ที่ตลาดโลกต้องการเพิ่มขึ้น เช่น มันสำปะหลัง ปอ ข้าวโพด อ้อย พร้อมกันนั้นมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิตโดยเริ่มใช้รถแทรกเตอร์ รถไถ เครื่องสูบน้ำ ตลอดจนปุ๋ยเคมี และการใช้เมล็ดพันธุ์ใหม่ๆ มากยิ่งขึ้น ส่วนด้านอุตสาหกรรม รัฐบาลส่งเสริมให้มีการลงทุนโดยเอกชน ทำให้มีอุตสาหกรรมประเภทใหม่ขึ้น เช่น ผลไม้กระป๋อง เครื่องใช้ไฟฟ้า อุตสาหกรรมสิ่งทอ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

รัฐบาลได้จัดตั้งหน่วยงานขึ้นหลายหน่วยงานเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาโดยเร็ว ได้แก่ สภาพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรม คณะกรรมการส่งเสริมสินค้าขาออก บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม กระทรวงพัฒนาการแห่งชาติ และองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการขยายการศึกษาด้วยการประกาศใช้แผนการศึกษาแห่งชาติในปี พ.ศ. 2503 เริ่มโครงการจัดตั้งมหาวิทยาลัยในส่วนภูมิภาคเพื่อเป็นศูนย์กลางทางวิชาการของภาคนั้นๆ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาภาคและรัฐบาลยังเน้นการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีที่เรียกว่า “บัณฑิตศึกษา” โดยเน้นการส่งเสริมวิชาที่ตอบสนองความต้องการกำลังคนในการพัฒนาประเทศ ด้วยเหตุนี้คำขวัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ที่ว่า “น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี มีงานทำ” จึงสะท้อนแนวคิดในการพัฒนาช่วงนั้นได้เป็นอย่างดี

ผลการพัฒนาเศรษฐกิจตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509) นั้นประสบความสำเร็จเกินกว่าที่เป้าหมายที่วางไว้ กล่าวคือ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8.1 ต่อปี รายได้เฉลี่ยต่อคนเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 ต่อปี สาขาอุตสาหกรรมมีการขยายตัวเฉลี่ย

¹⁰ สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 5 ทศวรรษสภาพัฒน์ (กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2543), หน้า 99.

¹¹ ธนาคารทหารไทย จำกัด, สามทศวรรษแห่งการพัฒนาประเทศไทย (กรุงเทพฯ : ธนาคารทหารไทย จำกัด, 2537), หน้า 24 – 25.

ร้อยละ 1.2 ต่อปี¹² ซึ่งภาคอุตสาหกรรมนั้นตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 จะเน้นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยเมื่อสิ้นแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 อุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสัดส่วนสูงขึ้น ได้แก่ อุตสาหกรรมประเภทสิ่งทอ ผลิตภัณฑ์ไม้ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม อะไหล่ตลอดจนอุปกรณ์ไฟฟ้า และการขนส่ง ดังนั้นจึงเกิดกิจการอุตสาหกรรมใหม่หลายชนิด เช่น การกลั่นน้ำมัน การผลิตยางรถยนต์ การประกอบรถยนต์ การถลุงแร่ดีบุก การผลิตกระดาษ การผลิตแก้วและกระจก และการผลิตอุปกรณ์การก่อสร้าง¹³ ซึ่งการที่ภาคอุตสาหกรรมเกิดการขยายตัวนั้นเป็นเพราะการสนับสนุนจากรัฐบาลในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ เช่น ระบบคมนาคมขนส่ง พลังงานไฟฟ้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม และการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศทำให้เกิดอุตสาหกรรมต่างๆ มากขึ้น

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 – 2514) ประกาศใช้ในรัฐบาลจอมพลถนอม กิตติขจร (พ.ศ. 2506–2516) มีแนวทางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจต่อเนื่องมาจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504–2509) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการคมนาคมขนส่ง โดยเฉพาะการสร้างทางหลวงและถนนที่มีมาตรฐานเป็นอันดับแรก¹⁴ อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เกิดขึ้นคือการไม่สมดุลของการพัฒนา นั่นคือการที่ภาคอุตสาหกรรม การเงิน การธนาคาร ขยายตัวในลักษณะที่ไม่สมดุลกับภาคเกษตรกรรม ทำให้เกิดความแตกต่างทางรายได้อย่างมาก โดยรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลในปี พ.ศ. 2513 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 ต่อปี ในขณะที่ภาคกลางเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.0 ต่อปี¹⁵

ผลจากการพัฒนาเศรษฐกิจตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 – 2514) นั้นขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7.3 ต่อปี จากเป้าหมายที่วางไว้คือเฉลี่ยร้อยละ 8.5 ต่อปี¹⁶ ทั้งนี้เป็นเพราะราคาสินค้าออก โดยเฉพาะข้าวและยางพาราลดลง การลงทุนจากต่างประเทศลดลงอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองและการต่อต้านการใช้สินค้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้การที่สหรัฐอเมริกาถอนทหารกลับก็ทำให้รายได้ในประเทศลดลงร้อยละ 46¹⁷

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 – 2519) ได้เพิ่มมาตรการในการกระจายรายได้และในการพัฒนาสังคมมากขึ้น เช่น การกระจายการบริการด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ การศึกษา การ

¹² เรื่องเดียวกัน, หน้า 31.

¹³ เรื่องเดียวกัน, หน้า 32.

¹⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 40.

¹⁵ เรื่องเดียวกัน, หน้า 62.

¹⁶ เรื่องเดียวกัน, หน้า 56.

¹⁷ เรื่องเดียวกัน, หน้า 57.

สาธารณูปโภค พร้อมกับเพิ่มความสำคัญในการพัฒนาส่วนภูมิภาค รวมทั้งมีการวางนโยบาย ด้านการวางแผนครอบครัวและการจัดหางานเป็นครั้งแรกด้วย

นอกจากนี้ยังมีการปรับทิศทางการพัฒนาประเทศใหม่ โดยให้มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาทางด้านสังคมมากกว่าการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นการยกระดับรายได้และมาตรฐานการครองชีพของภาคต่างๆ เพิ่มรายได้ประชาชนในชนบทด้วยการจ้างงานในระดับพื้นที่มากขึ้นผ่านการดำเนินงานก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและมีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยเน้นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกทั้งสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม โครงการที่เกิดขึ้นเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการส่งออก เช่น การจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม การส่งเสริมการลงทุนของเอกชนในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อาทิ อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหกรรมเหล็กกล้า อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล และมาตรการการปลดภาระด้านภาษีของอุตสาหกรรม เพื่อลดต้นทุนการผลิตและการส่งออก รวมถึงมีการแสวงหาตลาดต่างประเทศใหม่เพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ผลของการพัฒนาตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 – 2519) ต่ำกว่าเป้าหมาย โดยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.5 จากที่ตั้งเป้าหมายไว้ที่ร้อยละ 7 ทั้งนี้เนื่องมาจากการเกิดภาวะฝนแล้งและฝนทิ้งช่วงในปี พ.ศ. 2515 และ พ.ศ. 2519 รวมถึงการเกิดเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 และเหตุการณ์ 6 ตุลาคม 2519 รวมทั้งวิกฤตการณ์น้ำมันครั้งที่ 1 ในปี พ.ศ. 2516

2) ประเด็นสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคมที่ส่งผลต่อพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2500 – 2510

(1) การส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ

รัฐบาลสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ได้สร้างบรรยากาศการลงทุน ด้วยการออกพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรม พ.ศ. 2505 โดยมีที่ปรึกษาชาวอเมริกันเป็นผู้ช่วยร่างที่มีเป้าหมายในการให้อภิสิทธิ์กับทุนของต่างชาติ เช่น ยกเว้นภาษีขาเข้าให้แก่เครื่องจักร ภายหลังจากออกพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวทำให้ทุนจากต่างประเทศหลั่งไหลเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจไทยอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพราะรัฐบาลปล่อยให้ชาวต่างประเทศเข้ามาลงทุนโดยเสรี โดยในปี พ.ศ. 2501 มีการลงทุนจากชาวต่างชาติ 70.2 ล้านบาท และ ในปี พ.ศ. 2506 มีการลงทุนจากชาวต่างชาติถึง 354.0 ล้านบาท¹⁸ นอกจากนี้ยังมีการตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment : BOI) เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมการลงทุนภาคเอกชนในประเทศอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามการลงทุนจาก

¹⁸ ศักดินา ฉัตรกุล ณ อยุธยา, “รัฐและอุดมการณ์ในยุคจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ (2500 – 2506)” (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526), หน้า 247 – 248.

ต่างประเทศเกิดการชะลอตัวในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 โดยเฉพาะเมื่อเกิดความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและความวุ่นวายทางการเมืองภายในประเทศ

(2) ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก

ในช่วงทศวรรษที่ 2500 – 2510 มีเหตุการณ์ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจโลกที่สมควรกล่าวถึงไว้ 2 ประการ คือ

ประการแรก ปลายปี พ.ศ. 2514 ได้เกิดวิกฤตการณ์ทางการเงินระหว่างประเทศเนื่องมาจากการที่สหรัฐอเมริกาโดยประธานาธิบดีนิกสัน ได้ยกเลิกการรับแลกเปลี่ยนดอลลาร์สหรัฐเป็นทองคำจากธนาคารกลางทุกประเทศ เนื่องมาจากเศรษฐกิจอเมริกาที่เริ่มถดถอยมาตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2512 และประสบปัญหาการขาดดุลการชำระเงินอย่างรุนแรงในปี พ.ศ. 2514³⁹ จากการที่สหรัฐอเมริกามีค่าใช้จ่ายทางการทหารและค่าใช้จ่ายในการให้ความช่วยเหลือในต่างประเทศอีกจำนวนมาก ซึ่งทำให้สหรัฐอเมริกาต้องลดค่าเงินดอลลาร์ ซึ่งทำให้ประเทศไทยต้องประกาศลดค่าเงินบาทตามเงินดอลลาร์ที่ลดลงด้วย แต่อย่างไรก็ตามการลดค่าเงินบาทส่งผลดีต่อเศรษฐกิจไทยในระยะเวลาดังกล่าว

ประการที่สอง การเกิดวิกฤตการณ์น้ำมันครั้งที่ 1 ขึ้นในปี พ.ศ. 2516 – 2517 เมื่อกลุ่มประเทศผู้ส่งออกน้ำมันหรือโอเปกใช้สถานการณ์สงครามระหว่างอาหรับ – อิสราเอล ลดปริมาณการผลิตและหยุดจำหน่ายน้ำมันดิบให้กับบางประเทศ ทำให้ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกสูงขึ้น 4 เท่าตัว จาก 2.54 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล ในปี พ.ศ. 2515 เป็น 10.34 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรลในปี พ.ศ. 2517⁴⁰ ซึ่งทำให้ประเทศต่างๆ ประสบปัญหาต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อ การขยายตัวด้านการเงิน ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนลดน้อยลง ภาวะการลงทุนซบเซา โครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ก็หยุดชะงัก ทำให้ความเจริญเติบโตและการขยายตัวทางเศรษฐกิจลดต่ำลงในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3

(3) การรุกคืบของ “ภัยเหลือง” กับความตึงเครียดทางการเมืองภายใน

การพัฒนาภายใต้แผนพัฒนาฯ นั้น มุ่งขยายตัวทางการศึกษาต่างๆ โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษา ด้วยการตั้งมหาวิทยาลัยในส่วนภูมิภาคและการเกิดมหาวิทยาลัยรามคำแหงในปี พ.ศ. 2512 เพื่อสร้างกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามารองรับกับกลไกทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปิดกว้างในยุคแรกของการนำแผนพัฒนาฯ มาใช้ ซึ่งก่อให้เกิดกลุ่มคนที่เรียกว่า “ปัญญาชน” ที่มีความรู้ ความคิด และมีโอกาสรับรู้ข่าวสารบ้านเมือง ซึ่งส่งผลต่อระบบความคิดที่ต้องการเสรีภาพและสิทธิในการวิพากษ์วิจารณ์ ในขณะที่รัฐบาลสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์และจอมพลถนอม กิตติขจร นั้น

³⁹ ธนาคารทหารไทย จำกัด, เรื่องเดิม, หน้า 51.

⁴⁰ เรื่องเดียวกัน, หน้า 79 – 80.

ผูกขาดอำนาจเอาไว้ จึงทำให้กลุ่มปัญญาชนนี้เป็นแกนนำในการเรียกร้องและต่อต้านรัฐที่เป็น “เผด็จการ” ในสายตาของกลุ่ม

การเปิดเสรีทางการลงทุนจากชาวต่างประเทศนั้นทำให้มีการลงทุนจากต่างชาติอย่างเสรี ผู้ลงทุนจากต่างประเทศ 1 ใน 3 ของการลงทุนจากต่างประเทศทั้งหมดนั้นเป็นทุนของญี่ปุ่น โดยในปี พ.ศ. 2512 การลงทุนจากญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นหนึ่งเท่าตัวและมากกว่าการลงทุนจากสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2516 เป็นครั้งแรก⁴¹ การลงทุนของญี่ปุ่นที่มีมากคือ อุตสาหกรรมสิ่งทอ และมีการร่วมทุนระหว่างบริษัทญี่ปุ่นกับนักธุรกิจภายในประเทศก่อตั้งโรงงานทอผ้าขึ้นหลายแห่งระหว่างปี พ.ศ. 2506 และ 2514 นอกจากการเข้ามาลงทุนโดยตรงของญี่ปุ่นแล้ว ในแง่การค้าระหว่างประเทศนั้นประเทศไทยก็ประสบปัญหาการขาดดุลการค้ากับญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้กลุ่มปัญญาชน โดยเฉพาะนิสิตนักศึกษาในขณะนั้น ต่อต้านจักรวรรดินิยมทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น โดยเริ่มนโยบายชาตินิยม รณรงค์ให้คนหันมาใช้สินค้าไทย โดยเฉพาะเรื่องผ้าดิบ จัดสัปดาห์ไม่ซื้อสินค้าญี่ปุ่นในวันที่ 20 – 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 นักศึกษาได้พิมพ์หนังสือ “ภัยเหลือง” ออกมาเพื่อเปิดโปงการเอาเปรียบทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น และออกแถลงการณ์ชี้แจงถึงความได้เปรียบดุลการค้าของญี่ปุ่นและการเสียเปรียบดุลการค้าของประเทศไทย

นอกจากนั้นยังมีการต่อต้านและเปิดโปงความเลวร้ายของจักรวรรดินิยมอเมริกาด้วยการออกหนังสือ “ภัยขาว” ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเรียกร้องทั้งหมดเกิดจากนโยบายของรัฐบาลในการอิงกับสหรัฐอเมริกาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการให้ไทยเป็นที่ตั้งฐานทัพของสหรัฐฯ และการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติ

เมื่อภัยเหลืองและภัยขาวเกิดจากรัฐบาลเผด็จการ กลุ่มนักศึกษาจึงได้ออกหนังสือ “ภัยเขียว” สะท้อนถึงภัยของพวกทหาร จนในที่สุดก็เกิดเหตุการณ์ลุกฮือขับไล่เผด็จการทหารในเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 และจอมพลถนอม กิตติขจร ต้องออกไปนอกประเทศชั่วคราว

แต่เหตุการณ์ในปี พ.ศ. 2516 – 2518 แม้จะอยู่ในช่วงที่เรียกว่า ประชาธิปไตยเบ่งบานแต่กลับเป็นช่วงเวลาที่การเมืองภายในไร้เสถียรภาพอย่างมาก มีการปลุกปั่นให้ชุมนุมเรียกร้องทั้งทางการเมืองและเศรษฐกิจหลายครั้ง มีการจัดตั้งสหภาพแรงงาน มีรัฐบาลหลายชุดขึ้นมาปกครอง ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจขาดความต่อเนื่อง รวมทั้งการเกิดเหตุการณ์ 6 ตุลาคม 2519 ต่อต้านการกลับเข้าประเทศของจอมพลถนอม ทั้งหมดนี้ทำให้ผลของการพัฒนาตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 – 2519) นั้นเจริญเติบโตต่ำกว่าเป้าหมาย⁴²

⁴¹ ศาสตราจารย์จักรและคริส เบเกอร์, เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ, หน้า 168.

⁴² กัจจกร อึ้งโพธิ์, ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจแห่งประเทศไทย (สงขลา: โครงการบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา, 2522), หน้า 335.

(4) การเกิดสังคมแบบอเมริกันในประเทศไทย

รัฐบาลสมัยจอมพลสฤษดิ์ได้ส่งเสริมให้ข้าราชการได้ไปรับรู้อุดมการณ์ใหม่ๆ มาพัฒนาประเทศ จึงส่งข้าราชการไปเรียนในมหาวิทยาลัยอเมริกา ซึ่งทำให้พวกเขาได้รับอุดมการณ์แบบอเมริกาโดยเฉพาะความเป็นทุนนิยมกลับมาด้วย ทุนดังกล่าวนี้ เช่น ทุนฟูลไบรท์ (Fulbright)

ในรัฐบาลสมัยจอมพลถนอม ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับอเมริกายังมีมากขึ้น โดยให้อเมริกามาตั้งฐานทัพในสงครามเวียดนาม ซึ่งแตกต่างกับที่อเมริกาจะต้องให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศไทย ทั้งช่วยรักษาความสงบภายในประเทศและสนับสนุนฐานะของรัฐบาลไทย ซึ่งผลจากการที่อเมริกาเข้ามาตั้งฐานทัพในไทยนั้น ทำให้คนไทยบางส่วนมีรายได้มากขึ้น เนื่องจากทหารอเมริกาใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนมากและเป็นค่าจ้างแรงงานให้กับคนไทยที่ทำงานรับจ้างรัฐบาลอเมริกาและทหาร เมื่ออเมริกาเริ่มถอนฐานทัพและกำลังทหารออกจากประเทศไทยจึงก่อให้เกิดปัญหาการว่างงานมากกว่า 150,000 คน ในปี พ.ศ. 2517 – 2518⁴³ และทำให้รายได้จากการใช้จ่ายด้านการทหารอเมริกาในประเทศไทยลดลงร้อยละ 46⁴⁴

อย่างไรก็ตามในช่วงระยะเวลาทศวรรษที่ 2500 – 2510 นั้น ได้เกิดการรับรู้อุดมการณ์แบบอเมริกันว่ามีคุณค่าในสังคมไทย มีการเผยแพร่สิ่งตีพิมพ์ของสหรัฐอเมริกา รวมทั้งภาพยนตร์และเพลงอเมริกัน เกิดกระแสคลั่งไคล้ความเป็นอเมริกาในหมู่วัยรุ่นหนุ่มสาวสังเกตจากการนิยมนิยายอเมริกันที่แสดงนำโดยเอลวิสหรือการฟังเพลงของเอลวิส

(5) การเปลี่ยนแปลงทางสังคม

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509) และ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 – 2514) นั้น ก่อให้เกิดการพัฒนาในภาคอุตสาหกรรมและความสะดวกในการคมนาคมจากการสร้างทางหลวง ทำให้คนในชนบทเริ่มอพยพเข้ามาอยู่ในเมืองมากขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ทั้งการขาดแคลนที่อยู่อาศัย สวัสดิการ สถานศึกษาไม่พอ รายได้ไม่เพียงพอ กับการครองชีพมากขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเพราะการพัฒนาทางด้านวัตถุและการให้ความสำคัญเชิงคุณค่ากับวัตถุที่ไปพร้อมๆ กับการขยายตัวทางการศึกษานั้นทำให้คนในชนบทมีความต้องการทางวัตถุมากขึ้นกว่าฐานะของตนเอง ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาหนี้สินตามมา

นอกจากนี้ ยังเกิดชนกลุ่มใหญ่ในสังคมอันเนื่องมาจากช่วง 10 ปี ของการพัฒนาประเทศภายใต้แผนพัฒนาฯ นั้นทำให้ประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยใน พ.ศ. 2503 มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 26 ล้านคน แต่ในปี พ.ศ. 2513 ได้เพิ่มขึ้นเป็น 36 ล้านคน และเพิ่มเฉลี่ยปีละ 1 ล้านคน

⁴³ ธนาคารทหารไทย จำกัด, เรื่องเดิม, หน้า 83.

⁴⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 57.

ตามลำดับ⁴⁵ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของประชากรนี้ทำให้ส่วนหนึ่งที่อาศัยอยู่ในชนบทเกิดการย้ายถิ่นฐานเข้าเมืองเพื่อหางานทำและยังเกิดการขยายตัวของกลุ่มคนต่างๆ เช่น การขยายตัวของพวกนายทุนที่เป็นผลมาจากการเติบโตของระบบทุนนิยมและกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ ได้ทำการศึกษาคนคอปกขาว (White Collar) ซึ่งณรงค์ได้ให้ความหมายว่าเป็นกลุ่มคนที่สังคมไทยเรียกว่า “พนักงาน” เพราะคำว่า “พนักงาน” ในสังคมไทยให้ความหมายว่าเป็นกลุ่มคนที่มีสถานภาพที่ดีกว่ากลุ่มแรงงานที่ถูกเรียกว่ากรรมกร⁴⁶

ณรงค์ได้ศึกษาพัฒนาการของคนคอปกขาวในประเทศไทยพบว่าในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 และ 2 นั้น เกิดการเพิ่มขึ้นของคนคอปกขาวพุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมการผลิต คือเพิ่มจาก 806,200 คน ในปี พ.ศ. 2503 เป็น 1,709,000 คน ในปี พ.ศ. 2513 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นทั้งระดับผู้ใช้แรงงานธรรมดาไปจนถึงนักบริหารจัดการหรือนักวิชาชีพและแรงงานรับค่าจ้างเงินเดือนที่เพิ่มขึ้นจากจำนวน 1.63 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2503 เป็น 2.6 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2513⁴⁷ ซึ่งทำให้เกิด “มนุษย์เงินเดือน” ที่เพิ่มมากขึ้น และสะท้อนให้เห็นว่ากระแสทุนเกิดการขยายตัวจึงต้องมีการจ้างงานและเมื่อกลุ่มคนคอปกขาว โดยเฉพาะประเภทนักวิชาชีพที่เป็นปัญญาชนเป็นกลุ่มคนที่เพิ่มมากขึ้นจึงนำไปสู่พลังที่เป็นแกนนำในเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 นั้นเอง

ที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาทศวรรษที่ 2500 – 2510 ซึ่งจะเห็นได้ว่าภายใต้การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่เริ่มมี “เข็มทิศ” ในการพัฒนาแต่ด้วยปัจจัยทั้งทางการเมืองภายใน ภาวะผันผวนของเศรษฐกิจโลก ทำให้การพัฒนาเกิดการสะดุดในบางช่วงระยะเวลา แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนานั้นได้ทำให้เกิดช่องว่างที่เป็นความเหลื่อมล้ำทางสังคมเกิดขึ้นและก่อให้เกิดผลต่อเสถียรภาพทางการเมือง อย่างไรก็ตามบริบทดังกล่าวก็ได้ส่งผลต่อพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงระยะเวลาดังกล่าว

3.2 พัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2500 – 2510

จากบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่กล่าวมานั้น จะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์ต่อพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากการเติบโตทางเศรษฐกิจ จาก

⁴⁵ อังอิน, ประวัติศาสตร์สังคมและการเมืองไทย หน่วยที่ 8 – 15, (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2527), หน้า 271.

⁴⁶ อังอิน, ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, “คนคอปกขาวในระบบเศรษฐกิจการเมืองไทย (พ.ศ. 2475 – 2535),” ใน คนชั้นกลางไทยในกระแสทุนนิยม (กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548), หน้า 32 – 33.

⁴⁷ เรื่องเดียวกัน, หน้า 72 – 73.

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 – 2 และการหลั่งไหลของทุนต่างชาตินั้นทำให้คนกรุงเทพฯ มีรายได้ที่มากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการจับจ่าย ประกอบกับการมีรสนิยมแบบอเมริกันขึ้นในสังคมไทย ทำให้ห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าในระยะนี้ต้องนำสินค้าจากต่างชาติเข้ามาจำหน่าย ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่าห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าตอบสนองวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ จึงทำให้คนกรุงเทพฯ เริ่มเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าที่มากขึ้น

ปี พ.ศ. 2500 ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลได้ขยายกิจการไปสู่ย่านเยาวราช แต่สาขาที่ย่านเยาวราชนั้นอยู่ได้เพียง 2 ปีก็ต้องปิดตัวลง เนื่องจากความแข็งแกร่งของร้านค้าห้องแถวคนจีนดั้งเดิมที่ห้างเซ็นทรัลไม่สามารถเอาชนะได้ เนื่องจากชาวจีนที่พำนักในย่านเยาวราชนั้นล้วนแต่เป็นผู้ที่มีนิสัยประหยัดมัธยัสถ์ ไม่นิยมซื้อของจากห้างเพราะเกรงว่าจะมีราคาแพงโดยไม่จำเป็น และนิยมที่จะซื้อของจากร้านค้าห้องแถวมากกว่า⁴⁸ ต่อมาในปี พ.ศ. 2507 ได้ขยายสาขาไปที่ย่านราชประสงค์ ซึ่งในเวลานั้นเป็นย่านการค้าที่กำลังเติบโต จากการเปิดตัวของห้างสรรพสินค้าญี่ปุ่นชื่อ ห้างไทยโดมารูในปีเดียวกัน

ห้างไทยโดมารูนี้เองได้เปิดมิติใหม่ทางการค้าปลีกประเภทห้างสรรพสินค้าในประเทศไทย โดยการติดตั้งเครื่องปรับอากาศในห้างสรรพสินค้าเป็นครั้งแรก รวมทั้งติดตั้งบันไดเลื่อนตัวแรกของประเทศไทย ห้างไทยโดมารูดึงดูดผู้คนจากทั่วกรุงเทพฯ และทำให้ย่านราชประสงค์เป็นศูนย์กลางการค้าแห่งใหม่ในเวลาอันรวดเร็ว แม้แต่ห้างเซ็นทรัลสาขาราชประสงค์ก็ไม่สามารถแข่งขันกับห้างไทยโดมารูได้ ภายในวันแรกที่ห้างไทยโดมารูเปิดกิจการนั้น มียอดขายถึง 179,516 บาท⁴⁹

ในปี พ.ศ. 2511 ห้างเซ็นทรัลได้เปิดสาขาสี่ลม ขนาดอาคาร 9 ชั้น และเป็นห้างสรรพสินค้าของไทยแห่งแรกที่ติดตั้งเครื่องปรับอากาศทั้งหมด และได้ริเริ่มกลยุทธ์ใหม่ทางการตลาดด้วยการจัดโปรโมชันพิเศษขึ้น โดยเฉพาะการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ เช่น สัปดาห์สินค้าอิตาลี ริเริ่มการจัดรายการชิงโชคสมนาคุณเป็นระยะๆ ในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งการจัดแผนงานโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างจริงจัง นอกจากนี้ยังมีการจัดแบ่งโซนสินค้าตามมาตรฐานสากลเพื่อความสะดวกสบายของลูกค้า และที่สำคัญคือ ห้างเซ็นทรัลสาขาสี่ลม เป็นห้างแรกที่มีการเปิดบริการแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าขึ้น เพื่อแยกบริการในหน่วยสินค้าประเภทของกิน ของใช้เบ็ดเตล็ดต่างๆ ทำให้พื้นที่การจัดจำหน่ายชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ที่ห้างเซ็นทรัลสี่ลมยังมีห้องฟังเพลงในห้างเป็นครั้งแรก ทั้งนี้เป็นเพราะห้างเซ็นทรัลมีชื่อเสียงในฐานะการเป็นผู้นำเข้าเครื่องเสียงชั้นนำทั้งจากญี่ปุ่น ยุโรป และอเมริกา มาตั้งแต่แรกเริ่มตั้งห้างเซ็นทรัลเทรดดิ้งแล้ว

⁴⁸ “ประวัติศาสตร์ 70 ปี เซ็นทรัลกรุ๊ป,” ผู้จัดการรายเดือน 18 : 87.

⁴⁹ ยุทธศักดิ์ คุณาสวัสดิ์, “ตำนานธุรกิจค้าปลีกไทย,” วารสารส่งเสริมการลงทุน 12 : 19.

อย่างไรก็ตาม “ความหรุ” ของเซ็นทรัลสลิสมที่เทียบเท่าห้างไทยไคมารูในเวลานั้น ได้นำมาซึ่งความขาดทุนในระยะแรก ทั้งนี้เพราะ ศูนย์การค้าหลักยังคงอยู่ที่ราชประสงค์ การมาตั้งที่สลิสมจึงห่างไกลจากแหล่งการค้าหลัก และด้วยความหรุดังกล่าวนี้ทำให้ผู้คนเกรงกันว่าราคาสินค้าจะสูงกว่าที่ควรจะเป็น นักธุรกิจรุ่นเก่าที่เติบโตมากับถนนสลิสมได้ถ่ายทอดความทรงจำว่า

กว่าห้างเซ็นทรัลจะทำความเข้าใจให้ลูกค้ารู้ว่าสินค้าของตนมีได้แพงกว่าร้านที่ไม่ได้คิดแอร์นั้น ต้องใช้เวลาพอสมควร เวลาช่วยได้มาก ซึ่งมันคลี่คลายไปพร้อมกับถนนสลิสมที่ค่อยๆ แปรสภาพเป็นย่านธุรกิจสำคัญเป็นลำดับ⁵⁰

ปี พ.ศ. 2512 หลังจากเปิดห้างเซ็นทรัลสาขาสลิสมได้ 1 ปี เพียง ก็ถึงแก่กรรม สัมฤทธิ์จิราธิวัฒน์ บุตรชายคนโตจึงรับหน้าที่ผู้นำในการบริหารกิจการ นอกจากนี้ในปีเดียวกันนี้ได้เริ่มเกิดลักษณะของศูนย์การค้าแบบใหม่คือจากการเป็นห้างสรรพสินค้าโดดๆ มาเป็นลักษณะศูนย์การค้าที่มีทั้งห้างสรรพสินค้าและร้านค้าต่างๆ มารวมอยู่ในอาคารเดียวกัน เช่น ศูนย์การค้าอินทราในปี พ.ศ. 2512 เพลินจิตอาเขตในปี พ.ศ. 2513 ราชดำริอาเขตในปี พ.ศ. 2515 และศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ในปี พ.ศ. 2517⁵¹ ห้างไทยไคมารูได้ย้ายจากราชประสงค์เข้ามาร่วมอยู่ในศูนย์การค้าราชดำริอาเขตด้วย จากการเลือกสรรร้านค้าที่ค่อนข้างเข้มงวดของผู้บริหารทำให้ศูนย์การค้าราชดำริอาเขตเป็นที่นิยมมากในเวลานั้น กลายเป็นที่พบปะและพักผ่อนหย่อนใจของผู้คนมากมาย ส่วนศูนย์การค้าเพลินจิตอาเขตไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากมีเพียงซูเปอร์มาร์เก็ต ในขณะที่ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ไม่ประสบความสำเร็จในช่วงแรก แต่หลังจากปรับเปลี่ยนรูปแบบมาขายสินค้าแก่กลุ่มวัยรุ่น ก็ได้กลายเป็นศูนย์การค้าที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในเวลาต่อมา

ระหว่างในช่วงปี พ.ศ. 2515 – 2517 นั้น ได้เกิดกระแสการต่อต้านสินค้าต่างชาติ โดยเฉพาะสินค้าญี่ปุ่น ซึ่งห้างสรรพสินค้าที่ได้รับผลกระทบโดยตรง คือ ห้างไทยไคมารูซึ่งได้กลายเป็นพื้นที่ในการชุมนุมเรียกร้องรณรงค์ให้คนไทยต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นที่ถือว่าเป็น “ภัยเหลือ” ในช่วงเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 อีกด้วย

⁵⁰ วิรัตน์ แสงทองคำและคณะ, 70 ปี จิราธิวัฒน์ Central ยิ่งสู้ยิ่งโต, หน้า 41.

⁵¹ Kanithar Pisitkasem, “The Competition Behaviour of Department Stores in the Bangkok Metropolitan Area,” pp. 35 – 36.

ในปี พ.ศ. 2516 ห้างเซ็นทรัลได้ขยายสาขาไปที่สาขาชิดลม ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นที่ 7 ไร่ ซึ่งเป็นที่ดินที่ เดียง จิราธิวัฒน์ ซื้อไว้โดยใช้เงินลงทุนทั้งหมด 80 ล้านบาท⁵² ถือเป็นห้างสรรพสินค้าที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ในขณะที่ห้างเซ็นทรัล สีลม มีเนื้อที่ 2 ไร่

นอกจากนี้ห้างเซ็นทรัล สาขาชิดลม ถือเป็นต้นแบบให้กับห้างเซ็นทรัลและศูนย์การค้าเซ็นทรัลในสาขาต่างๆ ต่อมา โดยเฉพาะการต้องจ้างชาวต่างชาติมาเป็นผู้ออกแบบตกแต่งภายใน ก่อนจะเปิดห้างหรือศูนย์การค้าทุกครั้ง โดยห้างเซ็นทรัล ชิดลม เป็นสาขาแรกที่มีการจ้างชาวต่างชาติมาเป็นผู้ออกแบบตกแต่งภายใน จากการถ่ายทอดของ *สุทธิชาติ จิราธิวัฒน์* ว่า

ที่สาขานี้ คุณสัมฤทธิ์ลงทุนจ้างฝรั่งมาออกแบบตกแต่งภายใน
ตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งในขณะนั้นไม่มีใครกล้าจ้าง เพราะมันแพงแต่เราว่า
มันคุ้ม⁵³

การเกิดขึ้นของห้างเซ็นทรัล สาขาชิดลม จึงถือเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญในพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในกรุงเทพฯ โดยเฉพาะห้างเซ็นทรัลที่ได้เป็นต้นแบบของการพัฒนาในโครงการเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ในปี พ.ศ. 2526 ต่อมา

ห้างเซ็นทรัล ชิดลม ได้มีอุปการณ์อำนวยความสะดวกสบายมากมาย เช่น ลิฟท์ บันไดเลื่อน และที่จอดรถที่กว้างขวาง เป็นที่ประทับใจของผู้คนในบริเวณสุขุมวิทและเพลินจิตอันเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ห้างเซ็นทรัลชิดลมจึงมีกำไรทันทีในปีแรกที่เปิดกิจการและช่วยสร้างยอดขายให้แก่ห้างเซ็นทรัลเพิ่มขึ้นถึง 80%⁵⁴ ซึ่งการที่ห้างเซ็นทรัล ชิดลม นำแนวความคิดหลักแบบ “วัน สด้อป ซ้อปปี้ง” เข้ามานั้นนอกจากจะสะท้อนถึงความต้องการตอบสนองด้านความสะดวกสบายของผู้ที่มาใช้บริการแล้วยังสะท้อนถึงประเด็นทางสังคมอื่นอีก เช่น ในเรื่องของ “เวลา” กลุ่มเป้าหมายของเซ็นทรัลชิดลมมักเป็นผู้ที่เป็น “คนทำงาน” เวลาที่ทำงานจึงตายตัว เมื่อเลิกงานปัญหาที่ตามมาคือรถติดประกออบกับคนทำงานดังกล่าวก็ต้องการทั้งเป็นที่พักผ่อนหลังเลิกจากการทำงาน เป็นที่จับจ่ายซื้อของเข้าบ้าน ถ้าแวะไปเวียนมาในหลายที่ก็คงไม่มีเวลาไปทำอย่างอื่นมากนัก การนำเสนอว่ามาที่เดียวแล้วได้ครบทุกอย่างนั้น จึงทำให้ได้รับความนิยมอย่างมาก จึงเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้า เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ

⁵² วิจารณ์ บสงทองคำและคณะ. *เรื่องเดิม*, หน้า 43.

⁵³ *เรื่องเดียวกัน*, หน้า 213.

⁵⁴ “ห้างเซ็นทรัล ผู้พัฒนาระบบการค้าปลีกไทย จุดกำเนิดแข่งขันโลกสรรพสินค้า” *มีเดีย* 81 (มีนาคม 2534), หน้า 137.

ประเด็นการต่อต้านสินค้าต่างชาติในช่วงปี พ.ศ. 2515 – 2517 นั้น ได้ส่งผลกระทบมายังห้างเซ็นทรัลด้วย และนำมาสู่การตั้งโรงงานผลิตเสื้อผ้าภายใต้บริษัท “เซ็นทรัลการ์เม้นท์แฟกตอรี”⁵⁵ ของตระกูลจิราธิวัฒน์เอง ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าภายในประเทศ จึงเป็นการลดการนำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งหมดนี้ช่วยให้เกิดการลดต้นทุนการผลิตของบริษัท

จากการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่าในช่วงทศวรรษที่ 2500 – 2510 นั้น ห้างสรรพสินค้าที่จะพัฒนามาเป็นศูนย์กลางการค้าครบวงจรอย่างเซ็นทรัลนั้น ได้มีการพัฒนามาโดยตลอด ทั้งการขยายสาขาและการใช้แนวคิดใหม่ๆ เพื่อดึงดูดให้คนกรุงเทพฯ เข้าไปใช้บริการมากขึ้น ทั้งการปรับอากาศใช้บันไดเลื่อน และการมีแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตที่ห้างเซ็นทรัล สาขาสีลม และการนำเสนอแนวคิด “วัน สต๊อป ช้อปปี้ง” พร้อมการตกแต่งภายในที่หรูหราโดยนักออกแบบชาวต่างชาติที่ห้างเซ็นทรัล สาขาชิดลม ซึ่งกลายเป็นพัฒนาการของห้างเซ็นทรัลที่พัฒนามาถึงขั้นขีดสุดของช่วงทศวรรษดังกล่าว และส่งผลต่อการเป็นต้นแบบของการพัฒนามาเป็นศูนย์กลางค้าในช่วงทศวรรษที่ 2520

เมื่อพิจารณาพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์กลางค้าในช่วงทศวรรษที่ 2500 – 2510 แล้วพบว่ามีความสัมพันธ์กับบริบททางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงระยะเวลาดังกล่าว กล่าวคือ การมุ่งเน้นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมอุตสาหกรรมทั้งอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 – 2 และอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 ทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจมากขึ้น การขยายการศึกษาโดยเฉพาะระดับอุดมศึกษาเพื่อผลิตบุคลากรรองรับความต้องการของตลาดยิ่งทำให้ปริมาณของคนออกปกวามมากขึ้นตามไปด้วย นโยบายส่งเสริมการลงทุนจากประเทศ ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายทุนเข้าสู่ประเทศไทยมากขึ้น เห็นได้จากการกำเนิดของห้างไทยไคมารุที่นอกจากจะเป็นการลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นแล้ว ยังหมายถึงการนำวัฒนธรรมแบบญี่ปุ่นเข้ามาในสังคมกรุงเทพฯ ผ่านสินค้าและบริการต่างๆ แบบญี่ปุ่นอีกด้วย การส่งเสริมให้คนมีงานทำตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 จนปรากฏเด่นชัดในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 นั้น ทำให้โดยภาพรวมคนในกรุงเทพฯ มีงานและมีเงินในมือส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจศูนย์กลางค้าที่มีคนที่มีความสามารถในการจับจ่ายเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ นอกจากนี้การเกิดอุตสาหกรรมประเภทใหม่จากการส่งเสริมอุตสาหกรรมตามแผนพัฒนาฯ นั้นทำให้เกิดสินค้าที่หลากหลายนขึ้นในศูนย์กลางค้าอีกด้วย

การเกิดขึ้นของห้างเซ็นทรัลทั้งสาขาสีลมในปี พ.ศ. 2511 และสาขาชิดลมในปี พ.ศ. 2516 นั้น เกิดขึ้นด้วยการสังเกตเห็นถึงการขยายตัวของกลุ่มผู้ที่มีความสามารถในการจับจ่ายและความต้องการแข่งขันกับห้างไทยไคมารุ โดยห้างเซ็นทรัล สีลม เกิดขึ้นตามการพัฒนาให้ย่านสีลมเป็นย่านธุรกิจการค้าแห่งใหม่ และการรณรงค์ต่อต้าน “ภัยเหลือง” ด้วยการไม่ซื้อสินค้าจากญี่ปุ่นนั้นทำให้

⁵⁵ วิจารณ์ แสงทองคำและคณะ, เรื่องเดิม, หน้า 44.

ห้างเซ็นทรัล ซิดลม ที่อยู่ในละแวกเดียวกันและเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่รณรงค์ต่อต้าน มีความได้เปรียบในการแข่งขัน เพราะเป็นห้างของคนไทยและเกิดการปรับตัวด้วยการผลิตสินค้าของตนเอง ด้วยบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่ขยักตัวอย่างมานั้นเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์กับพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2500 – 2510 และส่งผลสืบเนื่องไปยังพัฒนาการในทศวรรษที่ 2520

4. ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าช่วงทศวรรษที่ 2520

4.1 บริบททางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงทศวรรษที่ 2520 (พ.ศ. 2520 – 2529)

1) นโยบายของรัฐกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 – 2524) และ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 – 2529)

ประเด็นสำคัญที่มีการเรียกร้องตั้งแต่เหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 และ 6 ตุลาคม 2519 คือ การลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองและชนบท คนรวยและคนจน ซึ่งปัญหาความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้และช่องว่างทางสังคมดังกล่าวนี้เป็นผลมาจากการพัฒนาที่มุ่งเน้นเฉพาะความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 – 2 เป็นต้นมา

ดังนั้นในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 – 2524) จึงได้รับอิทธิพลโดยตรงจากสภาพทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม โดยการมุ่งเน้นพัฒนาประเทศที่ยึดถือความมั่นคงปลอดภัยของชาติเป็นพื้นฐานหลักในการพัฒนา พร้อมทั้งการเร่งฟื้นฟูเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศให้มั่นคงและยกฐานะความเป็นอยู่ของคนส่วนใหญ่ด้วยการมุ่งสร้างความเป็นธรรมทางสังคม ลดความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ และการกระจายความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและสังคมไปยังชนบทเพื่อลดช่องว่างทางเศรษฐกิจและสังคม⁶

ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 รัฐได้มีนโยบายในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมให้เจริญเติบโตควบคู่ไปกับการพัฒนาเกษตรกรรม และสนับสนุนการกระจายอุตสาหกรรมไปยังภูมิภาค อย่างไรก็ตามในช่วงต้นของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 นั้น ประเทศไทยได้กลับมาตกอยู่ภายใต้รัฐบาลที่เน้นการต่อสู้กับคอมมิวนิสต์ด้วยกำลังอาวุธเป็นหลักในสมัยธานินทร์ กรัยวิเชียร (พ.ศ. 2519 – 2520) ทำให้การพัฒนาตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 ไม่คืบหน้าในระยะแรก แต่เมื่อมีการรัฐประหารในวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2520 และมีการตั้งพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ (พ.ศ. 2520 – 2523) เป็น

⁶ ธนาคารทหารไทย จำกัด, เรื่องเดิม, หน้า 97 – 98.

นายกรัฐมนตรีนั้น นโยบายหลักคือการพยายามเปลี่ยนแปลงให้ระบบการเมืองไทยเป็นเสรีประชาธิปไตยมากขึ้นโดยใช้นโยบายต่อสู้คอมมิวนิสต์โดยลดการใช้กำลังอาวุธ นอกจากนี้การกดดันของสหรัฐอเมริกาที่มีนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนมากขึ้น ประกอบกับความขัดแย้งระหว่างกัมพูชาและเวียดนาม กองทัพเวียดนามได้เข้ายึดครองกัมพูชา และตริ่งกำลังบริเวณชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จึงทำให้ไทยต้องขอความช่วยเหลือทางการเงินและการทหารจากสหรัฐอเมริกาและนานาชาติ จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนนโยบายให้มาเป็นเสรีประชาธิปไตยมากขึ้น

เมื่อสถานการณ์ทางการเมืองเริ่มคลี่คลายขึ้นทำให้ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2520 อุตสาหกรรมการก่อสร้างได้ขยายตัวขึ้นอย่างมาก อัตราการผลิตของอุตสาหกรรมประเภทโลหะและเครื่องจักรอุปกรณ์สูงขึ้น ภาคเอกชนต้องขยายกำลังการผลิตทำให้ช่วงปี พ.ศ. 2521 เกิดการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติเป็นร้อยละ 10.4 จากร้อยละ 4.9 ในปี พ.ศ. 2518⁵⁷ ภาวะเศรษฐกิจที่กระเตื้องขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าวทำให้เกิดการขยายตัวของรายจ่ายเพื่อการบริโภคของเอกชนเป็นร้อยละ 6.3 จากร้อยละ 5.5 ในปี พ.ศ. 2518⁵⁸ อย่างไรก็ตาม ดัชนีราคาผู้บริโภคได้ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ จากร้อยละ 4.2 ในปี พ.ศ. 2519 เป็นร้อยละ 7.9 ในปี พ.ศ. 2521⁵⁹ นอกจากนี้รัฐบาลยังสามารถเก็บภาษีได้มากขึ้นส่งผลให้ลดการขาดดุลงบประมาณของประเทศ ประกอบกับในปี พ.ศ. 2523 รัฐบาลพลเอกเกรียงศักดิ์ ได้ประกาศให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยว จึงสร้างความมั่นใจให้แก่ชาวต่างชาติและชักจูงให้ชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งกระตุ้นต่อรายได้ของประเทศให้มากขึ้นด้วย

ปลายแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 ต่อเนื่องจนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 – 2529) นั้นตรงกับรัฐบาลสมัยพลเอก เปรม ติณสูลานนท์ (พ.ศ. 2523 – 2531) ซึ่งลักษณะทางการเมืองยังคงสืบเนื่องมาจากสมัยพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ นั่นคือการพัฒนาระบบประชาธิปไตยและพัฒนาประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 จึงมีความต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 นั่นคือการเน้นการสร้างความเป็นธรรมในสังคมด้วยการแก้ไขปัญหาความยากจนและการพัฒนาชนบท นำไปสู่การริเริ่มจัดทำแผนพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นครั้งแรก⁶⁰ พัฒนาการเกษตรด้วยการส่งเสริมการกระจายการปลูกพืชเศรษฐกิจให้มากขึ้น พร้อมทั้งส่งเสริมให้เอกชนลงทุนในการผลิตเพื่อพัฒนาภาคการเกษตร นอกจากนี้ ยังมีการออกมาตรการด้านภาษีเพื่อส่งเสริมการผลิต

⁵⁷ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มหาชนกิจ จำกัด (มหาชน), 25 ปี เศรษฐกิจไทย พ.ศ. 2515 – 2539. (กรุงเทพฯ : บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มหาชนกิจ จำกัด (มหาชน), 2540), หน้า 16.

⁵⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 16.

⁵⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 16.

⁶⁰ ธนาคารทหารไทย จำกัด, เรื่องเดิม, หน้า 97 – 98.

เพื่อการส่งออกและกระจายอุตสาหกรรมไปสู่ส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะบริเวณชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก

2) ประเด็นสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคมที่ส่งผลต่อพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2520 (พ.ศ. 2520 – 2529)

(1) บริบททางเศรษฐกิจโลก

การมุ่งเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 เป็นต้นมานั้น ทำให้เศรษฐกิจไทยสัมพันธ์กับเศรษฐกิจโลกมากขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในทศวรรษที่ 2510 คือ การเกิดวิกฤตการณ์ราคาน้ำมัน ในปี พ.ศ. 2516 – 2517 ที่ส่งผลให้เกิดภาวะเงินเฟ้อขึ้นภายในประเทศ ในช่วงทศวรรษที่ 2520 บริบททางเศรษฐกิจโลกที่สำคัญที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจสังคมไทยในช่วงระยะเวลาดังกล่าว มีหลายประการ ได้แก่

ประการแรก การเกิดวิกฤตการณ์น้ำมันครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2522 จากสงครามอิรัก – อิหร่าน ซึ่งมีความรุนแรงมากกว่าครั้งแรก โดยราคาน้ำมันในตลาดโลกเพิ่มขึ้นจาก 13.2 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรลในปี พ.ศ. 2520 เป็น 40 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรลในปี พ.ศ. 2523⁶¹ ทำให้ประเทศไทยเกิดปัญหาการขาดแคลนผลิตภัณฑ์น้ำมันบางชนิดและการเพิ่มขึ้นอย่างรุนแรงและรวดเร็วของราคาน้ำมันดิบ ทำให้ต้นทุนการผลิตในประเทศสูงขึ้นและจากการนำเข้าสินค้าราคาสูงจากต่างประเทศทั้งน้ำมันและพวกเครื่องจักรทำให้ดุลการค้าขาดดุลสูง ทั้งหมดนี้ทำให้อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจชะลอลงเหลือร้อยละ 5.8 ในปี พ.ศ. 2523 เมื่อเทียบกับร้อยละ 10.4 ในปี พ.ศ. 2521 อัตราเงินเฟ้อก็เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 19.7 ในปี พ.ศ. 2523⁶² และรัฐบาลได้ก่อหนี้สาธารณะกับต่างประเทศที่มากขึ้น ในขณะที่ดุลการค้าขาดดุล ทั้งหมดนี้ทำให้รัฐบาลต้องดำเนินนโยบายการเงินและการคลังอย่างเข้มงวด

ภาวะขาดดุลการค้าและอัตราเงินเฟ้อสูงดังกล่าวนี้ ได้เกิดขึ้นทั่วโลกแม้กระทั่งสหรัฐอเมริกา ทำให้ค่าเงินดอลลาร์ลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2522 – 2523 ส่งผลให้ค่าเงินสกุลอื่นลดลงตาม รัฐบาลสมัยพลเอกเปรมจึงแก้ปัญหาด้วยการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ในปี พ.ศ. 2523 – 2524 นอกจากนี้ยังระดมเงินออม ชะลอการใช้จ่าย และลดค่าเงินบาทลง เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดดุลการค้าและกระตุ้นการส่งออก ทั้งหมดนี้ทำให้อัตราเงินเฟ้อลดลงมาอยู่ในระดับร้อยละ 3.8 และ

⁶¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 102 – 103.

⁶² บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มหารณกิจ จำกัด (มหาชน), เรื่องเดิม, หน้า 17.

0.9 ในปี พ.ศ. 2526 และ 2527 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับร้อยละ 12.8 ในปี พ.ศ. 2524⁶³ ในขณะที่ดุลการค้ำยังคงขาดดุลอยู่ หากแต่ขาดคลุน้อยลงตามลำดับ

การลดลงของอัตราเงินเพื่อทำให้การดำเนินนโยบายปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจในด้านต่างๆ ดีขึ้น ทั้งการขยายการก่อสร้าง โครงสร้างพื้นฐาน การแก้ปัญหาความยากจน การพัฒนาอุตสาหกรรมพื้นฐานหลายอุตสาหกรรม

ประการที่สอง ความผันผวนทางเศรษฐกิจโลกกับการใช้นโยบายกีดกันทางการค้าของประเทศอุตสาหกรรมโดยในช่วงปลายปี พ.ศ. 2527 เศรษฐกิจโลกได้เริ่มชะลอตัวลง โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาที่ค่าเงินดอลลาร์สหรัฐแข็งขึ้นมากทำให้สหรัฐฯ ต้องประสบกับปัญหาขาดดุลการค้าและทำให้เกิดปัญหาการว่างงานตามมา ด้วยเหตุนี้จึงทำให้สหรัฐฯ ใช้นโยบายกีดกันทางการค้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อประเทศที่ส่งสินค้าออกไปยังสหรัฐฯ อาทิ ญี่ปุ่น แคนาดา ประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ

อย่างไรก็ตามตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 เป็นต้นมา ราคาน้ำมันในตลาดโลกลดลง ค่าเงินบาทดอลลาร์สหรัฐอ่อนตัวลง อัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มลดลงทำให้ประเทศไทยอาศัยต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงนี้ในการผลิตสินค้าส่งออก ทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการส่งออกและมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น⁶⁴

(2) การเริ่มต้นของ “ยุคโชติช่วงชัชวาล”

ในปี พ.ศ. 2524 ซึ่งตรงกับสมัยรัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ และเป็นยุคเชื่อมต่อระหว่างแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 และ ฉบับที่ 5 นั้น ได้มีการนำก๊าซธรรมชาติในอ่าวไทยขึ้นมาใช้ประโยชน์เป็นเชื้อเพลิงโรงไฟฟ้า โดยได้เปิดท่อระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติจากด้าบลมบาตาพุดจังหวัดระยองไปยังโรงไฟฟ้าบางปะกงซึ่งถือว่าการเริ่มผลิตก๊าซธรรมชาติในเชิงพาณิชย์ พร้อมๆ กับการที่รัฐบาลได้ประกาศความหวังใหม่ทางเศรษฐกิจด้วยคำว่า “โชติช่วงชัชวาล” เพื่อก้าวสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรม

ดังนั้นในปีเดียวกันนี้รัฐบาลจึงได้เริ่มดำเนินการพัฒนาชายฝั่งทะเลตะวันออกโดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาให้จังหวัดชายฝั่งทะเลตะวันออกเป็นเขตอุตสาหกรรมส่งออกและถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 ภายใต้โครงการพัฒนาชายฝั่งทะเลตะวันออก (Eastern Sea Board) ซึ่งเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรม 6 เขต คือ เขตแหลมฉบัง เขตมาบตาพุด เขตสัตหีบ เขตระยอง เขตชลบุรี และ เขตฉะเชิงเทรา โดยพื้นที่เป้าหมายที่สำคัญของโครงการนี้อยู่ที่เขตมาบตาพุด จ. ระยอง ที่กำหนดให้เป็นเมืองอุตสาหกรรมทันสมัยและเป็นที่ตั้งของอุตสาหกรรม

⁶³ เรื่องเดียวกัน, หน้า 19.

⁶⁴ ธนาคารทหารไทย จำกัด, เรื่องเดิม, หน้า 150.

สำคัญ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้เกิดโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ท่าเรือมาบตาพุด นิคมอุตสาหกรรมชุมชนมาบตาพุด โรงแยกก๊าซธรรมชาติ อุตสาหกรรมเหล็ก และปิโตรเคมี⁶⁵

นอกจากเขตมาบตาพุด พื้นที่เป้าหมายที่สำคัญอีกแห่ง คือ เขตแหลมฉบัง จ. ชลบุรี ซึ่งเป็นที่ตั้งของท่าเรือพาณิชย์ อุตสาหกรรมที่ไม่มีมลภาวะ มีโครงสร้างพื้นฐาน คือ ท่าเรือแหลมฉบัง นิคมอุตสาหกรรม ท่อส่งน้ำหนองค้อแหลมฉบัง⁶⁶

การพัฒนาโครงการชายฝั่งทะเลตะวันออกดังกล่าว ทำให้กลายเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ ซึ่งมีผลต่อการขยายตัวของชนชั้นกลางและทำให้เมืองกรุงเทพฯ มีแนวโน้มในการขยายไปทางตะวันออกมากขึ้น ส่วนหนึ่งคือการไปทำงานยังเขตพื้นที่ดังกล่าว และทำให้คนมีรายได้เพิ่มสูงขึ้น⁶⁷

(3) มาตรการทางเศรษฐกิจที่สำคัญสมัยรัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ (พ.ศ. 2523 – 2531)

ในสมัยรัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์เป็นช่วงที่เศรษฐกิจอยู่ในภาวะผันผวน รัฐบาลมีหนี้ต่างประเทศจำนวนมากทำให้ต้องใช้นโยบายการเงินและการคลังรัดเข็มขัด แต่อย่างไรก็ตาม มาตรการทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่

ประการแรก การแต่งตั้งคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน (กรอ.) เพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2524⁶⁸ ช่วยให้เกิดการทำความเข้าใจการประสานงานที่ดีระหว่างภาครัฐและเอกชน เป็นการเริ่มต้นให้ความสำคัญกับภาคเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม โดยภาคเอกชนนั้นประกอบด้วยผู้แทนสถาบันเอกชน 3 สถาบัน ได้แก่ หอการค้าไทย สมาคมอุตสาหกรรมไทยและสมาคมธนาคารไทย ผลงานที่สำคัญคือการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต การส่งเสริมการส่งออก พื้นฟูการลงทุนและพัฒนาสถาบันภาคเอกชนของไทย นโยบายนี้นับว่าเป็น “ก้าวใหม่” ของนโยบายทางด้านเศรษฐกิจและแผนพัฒนาเศรษฐกิจของไทย เนื่องจากได้มีการบรรจุนโยบายดังกล่าวในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 และทำให้การส่งออกของภาคเอกชนขยายตัวมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจต่อมา

ประการที่สอง การประกาศลดค่าเงินบาทครั้งใหญ่ในวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2527 จากอัตรา 23.00 บาท ต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 27.00 บาท ต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ⁶⁹ และได้ปรับปรุงวิธีการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนโดยไม่อิงกับเงินตราสกุลดอลลาร์สหรัฐฯเพียงหน่วยสกุลเดียว แต่ได้

⁶⁵ สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, *เรื่องเดิม*, หน้า 165 – 166.

⁶⁶ *เรื่องเดียวกัน*, หน้า 165 – 166.

⁶⁷ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มหาชนกิจ จำกัด (มหาชน), *เรื่องเดิม*, หน้า 115 – 116.

⁶⁸ พีรยุทธ ศิริจันทร์, “บทบาททางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่มาจกนักธุรกิจ ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ได้รับเลือกตั้งเมื่อ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2524” (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาปกครอง, 2535), หน้า 45.

⁶⁹ ธนาคารทหารไทย จำกัด, *เรื่องเดิม*, หน้า 140 – 142.

ใช้ระบบ “ตะกร้าเงิน” ซึ่งทำให้ค่าเงินบาทเปลี่ยนไปตามค่าสกุลเงินของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศ ซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลให้เงินบาทสามารถเคลื่อนไหวขึ้นลงได้อย่างมีประสิทธิภาพที่มากขึ้น และทำให้มูลค่าสินค้าส่งออกตกลงลงใจให้ต่างชาตินำเข้าสินค้าจากประเทศไทยมากขึ้น รวมทั้งส่งผลต่อการลงทุนจากต่างประเทศอีกด้วย

นอกจากนี้ในรัฐบาลสมัยพลเอกเปรมนั้นยังได้มีมาตรการทางเศรษฐกิจต่างๆ ที่ช่วยรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศทั้งการเริ่มโครงการสินค้าของรัฐบาลในชื่อ “สินไทย” เพื่อตรึงราคาสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและบริโภคของประชาชน การปรับปรุงภาษีศุลกากรเพื่อกระตุ้นการส่งออกและลดต้นทุนการผลิตสินค้าภายในประเทศอันเป็นการชะลอการเพิ่มระดับราคาสินค้าภายในประเทศ การปรับราคาน้ำมันในประเทศให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของราคาในตลาดโลก ซึ่งเป็นการส่งเสริมมาตรการการประหยัดการใช้พลังงานและลดการนำเข้าน้ำมัน นอกจากนี้ยังมีการค้นพบก๊าซธรรมชาติในอ่าวไทยหลายหลุม ในปี พ.ศ. 2525 การค้นพบน้ำมันที่แหล่งสิริกิติ์ จ. กำแพงเพชร ในปี พ.ศ. 2526 ซึ่งล้วนทำให้ประหยัดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศและลดการขาดดุลการค้า

การสร้างวินัยทั้งทางการเงินและการคลัง พร้อมกับพยายามรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจภายในประเทศของรัฐบาลชุดนี้ทำให้ฐานะการคลังของประเทศดีขึ้น เศรษฐกิจมีความมั่นคงมากขึ้น สร้างความเชื่อมั่นจากต่างชาติได้มากขึ้น และส่งผลให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินการพัฒนาประเทศของรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ ในสมัยต่อมา

(4) การขยายตัวของเมือง

การเติบโตของศูนย์การค้าชานเมืองนั้น ชี้ให้เห็นชัดว่าแหล่งของผู้คนเกิดการกระจายตัวมาสู่บริเวณชานเมืองมากขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะเมืองเกิดการขยายตัวจากบริเวณศูนย์กลางที่เป็นใจกลางเมืองไปยังบริเวณรอบนอกมากขึ้น กรุงเทพมหานครได้เปลี่ยนจากเมืองขนาดเล็กที่ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาไปเป็นเมืองที่มีการขยายตัวออกไปในทุกทิศทาง⁷⁰ ประกอบกับตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 – 2529) ได้พัฒนาเขตพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกทำให้เกิดการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาใหม่ๆ ขยายตัวไปแนวทิศตะวันออก นอกจากนี้ความแออัดในบริเวณใจกลางเมืองกรุงเทพก็เป็นอิทธิพลสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดการเติบโตของเมือง⁷¹ การสร้างอาคารและกิจการค้าปลีก รวมถึงศูนย์การค้าซึ่งต้องการทางเข้าถึงและมองเห็นได้ง่ายจึงมักจะโน้มเอียงมาพัฒนาในบริเวณถนนสายหลักที่ไปยังชานเมือง⁷²

⁷⁰ สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร, *ผังเมืองกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2538 – 2548*, 2539, หน้า 7.

⁷¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 7.

⁷² เรื่องเดียวกัน, หน้า 8.

ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่เอื้อต่อการขยายตัวของเมืองกรุงเทพฯ คือ การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรซึ่งอาจจะเป็นการเพิ่มประชากรจากการเกิดหรือการอพยพย้ายถิ่นเข้ามาตั้งถิ่นฐานทางานทำในเมืองกรุงเทพฯ โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 เป็นต้นมานั้น ประชากรของกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้นประมาณ 200,000 – 235,000 คนต่อปี และในปี พ.ศ. 2538 ประชากรกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้นโดยธรรมชาติ (จำนวนเกิดใหม่ – จำนวนตาย) 123,000 คน และจากการย้ายถิ่นสุทธิประจำปี (จำนวนย้ายเข้า – จำนวนย้ายออก) จำนวน 113,000 คน⁷³ โดยเฉพาะการอพยพย้ายถิ่นจากภูมิภาคต่างๆ ของประเทศมากรุงเทพฯ นั้นได้เพิ่มจาก 50,000 คนต่อปีในช่วง พ.ศ. 2513 – 2523 มาเป็น 90,000 คนต่อปี ในช่วงทศวรรษที่ 2530⁷⁴

เมื่อพิจารณาประชากรรายเขตในกรุงเทพฯ นั้นพบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2516 – 2526 เขตที่มีจำนวนประชากรเพิ่มมากที่สุด คือ เขตบางเขน เพิ่มขึ้นประมาณ 236,192 คน รองลงมาคือเขตบางกะปิ พระโขนง และห้วยขวาง ตามลำดับ และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 เป็นต้นมานั้น ในเขตกรุงเทพฯ ชั้นในมีแนวโน้มของประชากรลดลงทั้งในด้านจำนวนและความหนาแน่นของประชากร ส่วนเขตที่มีการขยายตัวของประชากรสูงสุด ได้แก่ เขตกรุงเทพฯ ชั้นกลางและชั้นนอก ซึ่งมาจากการเคลื่อนย้ายของชาวกรุงเทพฯ จำนวนหนึ่งจากกรุงเทพฯ ชั้นในไปสู่เขตกรุงเทพฯ ชั้นนอก โดยเฉพาะในเขตบางเขนและบางกะปิที่ยังคงมีประชากรเพิ่มสูงขึ้นในทิศทางที่ต่อเนื่อง และภาพรวมของความหนาแน่นของประชากรในเขตกรุงเทพฯ ชั้นกลางและชั้นนอกก็มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยเฉพาะเขตคูคิต บางเขน และบางกะปิ⁷⁵ พิจารณาได้จากตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แสดงจำนวนประชากรของกรุงเทพมหานครจำแนกตามเขต ขนาดพื้นที่ และความหนาแน่นของประชากร พ.ศ. 2523 และ 2533

เขต	เนื้อที่ (ตร.กม.)	2523		2533	
		ประชากร	ความหนาแน่น (คน / ตร.กม.)	ประชากร	ความหนาแน่น (คน / ตร.กม.)
พระนคร	5.54	111,199	20,072	103,835	18,743
ป้อมปราบฯ	1.93	171,961	89,099	82,350	42,668
สัมพันธวงศ์	1.42	70,154	49,404	39,781	28,015

⁷³ เรื่องเดียวกัน, หน้า 5.

⁷⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 5.

⁷⁵ สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร, การศึกษาปรากฏการณ์อาคารสูงในเขตชั้นในและชั้นกลางของกรุงเทพฯ, หน้า 87 – 89.

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) แสดงจำนวนประชากรของกรุงเทพมหานครจำแนกตามเขต ขนาด
เนื้อที่ และความหนาแน่นของประชากร พ.ศ. 2523 และ 2533

เขต	เนื้อที่ (ตร.กม.)	2523		2533	
		ประชากร	ความหนาแน่น (คน / ตร.กม.)	ประชากร	ความหนาแน่น (คน / ตร.กม.)
ปทุมวัน	8.37	208,620	24,925	150,218	17,947
บางรัก	5.54	117,845	21,272	79,567	14,362
ยานนาวาเดิม	36.91	350,686	9,501	362,852	9,831
ยานนาวา	16.66	--	--	102,349	6,143
สาทร	9.33	--	--	130,170	13,952
บางคอแหลม	10.92	--	--	130,333	11,935
คูสิตเดิม	22.22	431,939	19,439	574,076	25,836
คูสิต	10.67	--	--	272,465	25,536
บางซื่อ	11.55	--	--	301,611	26,114
พญาไทเดิม	17.43	466,097	26,741	320,439	18,384
พญาไท	10.27	--	--	219,767	21,399
ราชเทวี	7.16	--	--	100,672	14,060
ห้วยขวาง	22.68	185,899	8,197	255,207	11,253
พระโขนงเดิม	143.56	482,349	3,360	528,241	3,680
พระโขนง	33.89	--	--	196,021	5,784
คลองเตย	27.19	--	--	277,492	10,200
ประเวศ	82.48	--	--	228,385	2,769
บางเขนเดิม	169.31	355,639	2,101	607,880	3,590
บางเขน	76.61	--	--	202,117	2,638
ดอนเมือง	59.79	--	--	199,891	3,343
จตุจักร	32.91	--	--	205,872	6,256
บางกะปิเดิม	149.28	236,141	1,582	599,270	4,014
บางกะปิ	48.90	--	--	295,396	6,041
ลาดพร้าว	30.48	--	--	122,457	4,018

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) แสดงจำนวนประชากรของกรุงเทพมหานครจำแนกตามเขต ขนาด
เนื้อที่ และความหนาแน่นของประชากร พ.ศ. 2523 และ 2533

เขต	เนื้อที่ (ตร.กม.)	2523		2533	
		ประชากร	ความหนาแน่น (คน / ตร.กม.)	ประชากร	ความหนาแน่น (คน / ตร.กม.)
บึงกุ่ม	69.90	--	--	181,417	2,595
หนองจอก	236.26	46,585	197	56,461	239
มีนบุรี	174.33	51,353	295	103,403	593
ลาดกระบัง	123.86	39,536	319	77,358	625
ธนบุรี	8.63	240,590	27,878	272,344	31,558
คลองสาน	6.05	129,407	21,390	124,523	20,582
บางกอกน้อยเดิม	23.31	342,967	14,713	328,927	14,111
บางกอกน้อย	10.52	--	--	164,319	15,620
บางพลัด	12.79	--	--	164,608	12,870
บางกอกใหญ่	6.18	93,044	15,056	96,242	15,573
ภาษีเจริญ	53.95	171,044	3,170	236,572	4,753
บางขุนเทียนเดิม	181.14	187,541	1,035	311,861	1,722
บางขุนเทียน	155.42	--	--	145,235	934
จอมทอง	25.72	--	--	166,626	6,478
คลังชั้น	79.70	61,956	777	110,004	1,380
ราษฎร์บูรณะ	42.87	105,354	2,458	183,069	4,270
หนองแขม	48.28	39,165	811	84,396	1,748

ที่มา : จำนวนจาก สำนักสำรวจประชากรและเคหะ ฉบับกรุงเทพมหานคร, 2523 และ 2533

ชานเมืองเป็นเขตติดต่อระหว่างเมืองกับชนบท ในช่วงนี้ความเจริญของเมืองแผ่เข้าไปถึง
เดิมมีการใช้ที่ดินเบาบาง ที่ดินส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรและที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะการกำเนิดของ
ศูนย์การค้าทำให้เขตเมืองมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพราะมีพื้นที่ว่าง ราคาที่ดินที่ไม่สูงมาก
เพราะอยู่ห่างไกลกลางเมือง จึงสามารถเป็นที่รองรับการขยายตัวของธุรกิจที่แออัดหนาแน่นจากเขต

กรุงเทพมหานครชั้นในได้ ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของประชากร บ้านจัดสรร สถาบันการศึกษา สถานที่ราชการจำนวนมาก เมื่อพื้นที่พักอาศัยขยายตัวเข้ามาสู่เขตชานเมืองมากขึ้น พื้นที่พาณิชย์กรรม จึงขยายตัวตามด้วย โดยเฉพาะศูนย์การค้าและอาคารพาณิชย์ที่กระจุกตัวอยู่บริเวณศูนย์กลางชุมชนริม ถนนสายหลักที่ตัดกันและขยายตัวออกไปเรื่อยๆ โดยเฉพาะในทางตะวันออกของกรุงเทพฯ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าทำเลที่ตั้ง และการเติบโตของศูนย์การค้าสัมพันธ์กับการขยายตัวของเมือง อย่างชัดเจนและตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 เป็นต้นมา เมื่อเมืองเริ่มเกิดการขยายตัวออกไปยังชานเมือง ศูนย์การค้าจึงเปลี่ยนทำเลที่ตั้งมายังเขตชานเมืองมากขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวดังกล่าว อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของการขยายตัวของเมือง คือ การเกิดการขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรร นั่นเอง

(5) การขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรร

การเปลี่ยนแปลงขนาดของครอบครัวโดยเฉลี่ยที่เล็กลงเรื่อยๆ โดยลดลงจาก 6.15 คน ต่อครอบครัว ในปี พ.ศ. 2513 เป็น 4.45 คนต่อครอบครัว ในปี พ.ศ. 2533 เป็น 3.9 คนต่อครอบครัว ในปี พ.ศ. 2538⁷⁶ นั้น แสดงให้เห็นว่าประชากรวัยทำงานมักจะแยกออกจากครอบครัวใหญ่และนิยมมีบุตรน้อยลง แม้ว่าขนาดครอบครัวจะเล็กลงมาเป็นเวลานานแล้ว แต่ในช่วงระยะเวลาทศวรรษที่ 2520 และ 2530 ก็ยังมีการลดลงของขนาดของครอบครัวอย่างต่อเนื่อง การแยกออกไปอยู่เป็นครอบครัวต่างหากจากครอบครัวใหญ่หลังการสมรส ทำให้ต้องหาที่อยู่อาศัยใหม่ และเป็นที่มาของธุรกิจ “หมู่บ้านจัดสรร” ซึ่งผู้ซื้อสามารถเลือกทำเล ขนาด และราคาบ้านได้ตามที่ผู้จัดสรรได้จัดทำขึ้น⁷⁷ โดยลักษณะของหมู่บ้านจัดสรรส่วนใหญ่มีหลายรูปแบบ เช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านแถว อพาร์ทเมนต์หรือแฟลต และคอนโดมิเนียม

บ้านจัดสรรได้เริ่มต้นขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 โดยรัฐบาลไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดงานแข่งขันกีฬา เอเชียเกมส์เป็นครั้งแรกและได้จัดสร้างบ้านพักสำหรับนักกีฬาขึ้นที่ตำบลคลองจั่น อำเภอบางกะปิ โดยมีวัตถุประสงค์เมื่อเสร็จสิ้นจากกีฬาแล้วจะได้ทำเป็นอาคารสงเคราะห์ขายแก่ประชาชนทั่วไป จากผลสำเร็จในการขายโครงการหมู่บ้านนักกีฬาคลองจั่น ทำให้เกิดผู้คิดทำโครงการบ้านจัดสรรในภาคเอกชนเป็นอย่างมาก จนเมื่อปี พ.ศ. 2512 ปรากฏว่ามีโครงการบ้านจัดสรรเกิดขึ้นถึงกว่า 40 โครงการ⁷⁸ ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 2 ที่เน้นการพัฒนาด้านสังคมมากขึ้น

⁷⁶ ผังเมืองกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2539, หน้า 7.

⁷⁷ วงเดือน กนทสุกะ, “การขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรรกับปัญหาการขยายเมือง,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย), 2544, หน้า 62 – 63.

⁷⁸ อภิชาติ พุทธวงศ์ และ พิภพ รอดภัย, เอกสารการเคหะแห่งชาติ, 2526, หน้า 10.

การกระจายตัวของหมู่บ้านจัดสรรในกรุงเทพฯ นั้น ส่วนใหญ่จะอยู่ทางด้านตะวันออกของ กรุงเทพฯ ในระยะประมาณ 10 – 20 กิโลเมตรจากใจกลางกรุงเทพมหานคร โดยอยู่หนาแน่นช่วงประมาณ 10 – 15 กิโลเมตร หมู่บ้านจัดสรรในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2526 ส่วนใหญ่เกิดขึ้นริมถนนวิภาวดี – รังสิต ถนนลาดพร้าว ถนนสุขาภิบาล 1 ถนนรามคำแหง ถนนงามวงศ์วาน หลังจากปี พ.ศ. 2526 เป็นต้นมาก็ยังเกิดการขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรรในบริเวณเดิม แต่เพิ่มบริเวณถนนพหลโยธิน ถนนสุขุมวิท ถนนศรีนครินทร์⁷⁹ ทั้งหมดนี้จึงเห็นได้ว่าหมู่บ้านจัดสรรจะรวมตัวกันอยู่ในบริเวณถนนสายสำคัญ ลักษณะเช่นนี้จึงอาจสรุปได้ว่าการขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรรจะสัมพันธ์กับการขยายตัวด้านโครงข่ายคมนาคม สาเหตุสำคัญที่ทำให้หมู่บ้านขยายตัวไปตามแนวถนนสายใหม่ ทั้งที่ถนนสายใหม่ส่วนใหญ่จะอยู่ห่างจากใจกลางเมืองมากกว่าถนนสายเก่า นั่นอาจเป็นเพราะพื้นที่บริเวณที่ถนนสายเก่าตัดผ่านเริ่มมีการใช้ที่ดินหนาแน่น ที่ดินเริ่มถูกแบ่งเป็นย่อยๆ ไม่เหมาะสมกับโครงการขนาดใหญ่ ขณะที่ถนนสายใหม่ตัดไปในที่ว่างที่การใช้ที่ดินยังไม่หนาแน่น เป็นการเปิดพื้นที่ใหม่ทำให้การเลือกทำเลได้ดีกว่า และที่ดินส่วนใหญ่จะราคาถูกลง⁸⁰

โครงการบ้านจัดสรรตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 เป็นต้นมานั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 39 อยู่ในเขตบางกะปิ ตามมาด้วยเขตบางเขนและพระโขนง⁸¹ ซึ่งถ้านำไปเปรียบเทียบกับกรเพิ่มประชากรในเขตดังกล่าวที่ได้กล่าวไปในหัวข้อที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์กัน จึงอาจสรุปได้ว่าสาเหตุของการเพิ่มประชากรในเขตดังกล่าวมาจากการอยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรนี้ และเมื่อเป็นเช่นนี้จึงเกิดศูนย์การค้าขึ้นในบริเวณดังกล่าวขึ้นในลักษณะขนาดใหญ่โต เพื่อดึงดูดคนในย่านนั้นๆ และรองรับการเติบโตของชุมชนดังกล่าว

ประเด็นสำคัญของหมู่บ้านจัดสรรต่อศูนย์การค้าก็คือ หมู่บ้านจัดสรรเป็นที่อยู่หรือแหล่งลูกค้าของศูนย์การค้า เนื่องจากว่าการขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรรเกิดจากการแยกไปอยู่ในลักษณะครอบครัวเดี่ยวของกลุ่มสมรสวัยทำงานที่มีแหล่งงานอยู่ในใจกลางเมือง จึงถือว่างกลุ่มผู้มีอำนาจซื้อนั้นได้เคลื่อนย้ายมาสู่ชานเมืองมากขึ้น ศูนย์การค้าจึงเป็นสถานที่จับจ่ายหรือพักผ่อนของคนทำงานได้ ซึ่งอยู่ในเส้นทางผ่านเพื่อกลับบ้านพอดี เมื่อเป็นเช่นนี้ “การเดินทาง” จึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างบ้านในหมู่บ้านจัดสรรที่อยู่ชานเมืองกับสถานที่ทำงานที่อยู่ใจกลางเมือง พาหนะในการเดินทางจึงเข้ามาเกี่ยวข้องและเอื้อต่อการเติบโตของศูนย์การค้าชานเมืองอีกด้วย

⁷⁹ วงเดือน เกษสุภะ, “การขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรรกับปัญหาการขยายเมือง,” หน้า 129.

⁸⁰ เรื่องเดียวกัน, หน้า 130.

⁸¹ จากการรวบรวมโดยคณะวิจัยบ้านจัดสรรเอกชน อ้างในเรื่องเดียวกัน, หน้า 125.

4.2 พัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2520

ในทศวรรษที่ 2520 นี้ ห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้า ได้เติบโตขึ้น โดยครั้งแรกของทศวรรษ 2520 มีการกำเนิดของห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าเพิ่มขึ้นและในปี พ.ศ. 2526 ถือว่าเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญในวงการห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้า ด้วยการกำเนิดขึ้นของ “เซ็นทรัล พลาซ่า” ที่ลาดพร้าว ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการกำเนิดศูนย์การค้าแบบครบวงจร และการเป็นต้นแบบของการกระจายการตั้งห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าไปยังชานเมือง และ ปลายทศวรรษ 2520 มีการกำเนิดเดอะมอลล์ ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ ซึ่งต่อมาได้เป็นคู่แข่งรายสำคัญของเซ็นทรัล

4.2.1 ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าช่วงครึ่งแรกของทศวรรษที่ 2520 (พ.ศ. 2520 – 2525)

1) พัฒนาการของห้างเซ็นทรัล

เซ็นทรัลต้นแบบของห้างสรรพสินค้าที่จะพัฒนาเป็นศูนย์การค้านั้น ได้เปิดสาขาลาดหญ้า ในปี พ.ศ. 2524 ย่านการค้าวงเวียนใหญ่ฝั่งธนบุรี มีเนื้อที่ห้างสรรพสินค้า 15,000 ตารางเมตร และมีที่จอดรถประมาณ 250 คัน ที่ย่านการค้าวงเวียนใหญ่นี้ถือว่าเป็นย่านการค้าที่เก่าแก่และคึกคักที่สุดของฝั่งธนบุรี ปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีการตั้งห้างเซ็นทรัลสาขาลาดหญ้า เนื่องจากการมองเห็นถึงโอกาสของธุรกิจห้างสรรพสินค้าที่จะเติบโตได้ในชุมชนที่หนาแน่นย่านฝั่งธนฯ นอกจากนี้ยังเป็นความพึงใจในวัยเด็กที่ตระกูลจิราธิวัฒน์ส่วนใหญ่ซึ่งได้รับการศึกษาจากฝั่งธนฯ ต้องมาขึ้นรถที่วงเวียนใหญ่เพื่อเดินทางไปศึกษาต่อยังฝั่งพระนคร ทำให้สัมฤทธิ์เกิดเจตนาจะกลับมาพัฒนาเขตธนบุรี⁸² และในวันแรกของการเปิดห้างเซ็นทรัลมีประชาชนย่านดังกล่าวมาให้การต้อนรับ บรรยากาศในวันนั้นได้ถูกเล่าไว้ใน*พระราชชาติธุรกิจ*ว่า

วันแรกที่เปิดห้างเซ็นทรัลลาดหญ้านับเป็นการปลุกเร้าร้านค้าในย่านนั้นให้ตื่นจากหลับใหลมาเป็นเวลาหลายสิบปีให้มีชีวิตชีวาขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง ชาวฝั่งธนฯ ยืนรอเต็มสองข้างฟุตบาทให้การต้อนรับเราอย่างคับคั่งถึงขั้นที่เราต้องปิดประตูกำหนดเวลาขายเป็นช่วงๆ อันเป็นปรากฏการณ์ที่ยังไม่เคยเกิดขึ้นในเมืองไทย⁸³

⁸² บรรพต ปริชาณณ, “ผัดลาด,” *ผู้นำธุรกิจ* 2, 17 (พฤษภาคม 2531): 107.

⁸³ เรื่องเดียวกัน, หน้า 107 – 108.

ในปี พ.ศ. 2523 ยังเป็นปีที่มีการจัดตั้งบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2523 ด้วยทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาท ระหว่างการร่วมทุนของกลุ่มเซ็นทรัล กลุ่มเดอะไพพลูย์ กลุ่มสหยูเนี่ยน โดยมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบของศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน และอาคารที่พักอาศัย⁸⁴ ซึ่งการก่อตั้งบริษัท เซ็นทรัลพัฒนานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า และห้องประชุมนานาชาติโดยตรง⁸⁵

2) พัฒนาการของห้างเดอะมอลล์

ปลายปี พ.ศ. 2523 ผู้นำตระกูลอัมพุก คือ สุขชัย อัมพุก กับ นางลักขณ์ ภัทรประสิทธิ์ ซึ่งเป็นลูกพี่ลูกน้องที่เติบโตมาจากจังหวัดพิจิตร ตัดสินใจเปลี่ยนการลงทุนจากธุรกิจบันเทิงมาดำเนินธุรกิจค้าปลีกด้วยการจัดตั้งบริษัท ราชประสงค์ ซุปเปอร์มอลล์ จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียน 25 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้านาม “เดอะมอลล์” ขึ้นที่แถวถนนราชดำริ หรือย่านราชประสงค์และก็กำเนิดเดอะมอลล์ราชดำริขึ้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2524 อันเป็นจุดเริ่มต้นของกลุ่มแข่งรายสำคัญของเซ็นทรัล

เดอะมอลล์เกิดมาจากแนวคิดของผู้นำตระกูลอัมพุก คือ สุขชัย อัมพุก ซึ่งเป็นคนจีนแต่ใจเดิมชื่อ เปี้ยะฮิม แซ่อ้อ ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น สุขชัย อัมพุก โดยนามสกุลอัมพุกเป็นภาษาไทยที่แปลว่า ดอกบัว ซึ่งเริ่มจากธุรกิจที่เกี่ยวกับการบันเทิง เช่น โต๊ะบิลเลียด โรงภาพยนตร์แห่งแรกชื่อว่า “เฉลิมรัตน์” อยู่เชิงสะพานพระโขนง เพียงระยะเวลาไม่นานโรงภาพยนตร์แห่งนี้ก็มีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว จนต้องขยายโรงภาพยนตร์ออกไปในแถบชานเมืองหลายโรง เช่น แถวบางนา สำโรง ตรอกจันทร์ รวมทั้งสิ้น 7 โรง แต่ต่อมาคู่แข่งเริ่มมีมากทำให้ได้กำไรน้อยลง สุขชัยจึงร่วมทุนกับนางลักขณ์ ภัทรประสิทธิ์ทำธุรกิจสถานบันเทิงและเลิกทำกิจการโรงหนังในปี พ.ศ. 2516 เพื่อทำธุรกิจบันเทิงและภัตตาคาร โดยเปิดภัตตาคารซีพาลेขเป็นสวนอาหารทะเลที่หัวมุมถนนเอกมัย ตามมาด้วยการเปิดธุรกิจสถานบันเทิงย่านเพชรบุรีตัดใหม่ เช่น โมเกมโบ และ มิวสิคคาเฟ่แอนด์ไนต์คลับ ที่มีการนำเอาดนตรีเข้าไปในค้อฟฟีช็อป ทำเป็นคิสโกเทคให้วัยรุ่นเที่ยวตามดาวน์สถานบริการแนนซี เมริ ฮูฮิน และบีวา ซึ่งธุรกิจทั้งหมดตั้งอยู่ในละแวกเดียวกัน⁸⁶ อันเป็นความคิดของสุขชัยว่า

⁸⁴ บริษัทเซ็นทรัลพัฒนา, รายงานประจำปีเซ็นทรัลพัฒนา 2538, หน้า 17.

⁸⁵ วิรัตน์ แสงทองคำ และคณะ, 70 ปี จีราธิวัฒน์ Central ยิ่งสู้ยิ่งโต, หน้า 53.

⁸⁶ บริษัทเดอะมอลล์กรุ๊ปจำกัด, อนุสรณ์เนื่องในพิธีพระราชทานเพลิงศพนายสุขชัย อัมพุก, หน้า 21 - 51.

ไปคูแถวบ้านหม้อสี เขามีร้านเพชรอยู่กันเยอะๆ ลูกค้าไปแล้ว จะให้มีให้เลือกหลายๆ ที่ เพราะฉะนั้น แหล่งเที่ยวจึงน่าจะหลายๆ จุด ให้อยู่ในกลุ่มที่นักร้องชุดหนึ่งสามารถวิ่งรอกออกไปร้องเพลงที่ ห้องอาหารนั้น ในคัลลับนี้ได้สะดวกไม่ไกลเกินไป คนมาใช้บริการ สามารถเลือกได้ว่ากินข้าวเสร็จจะไปนั่งฟังเพลงหรือเดินร่ำต่อก็ได้ ไม่ต้องเดินทางไกล⁸⁷

ศุภชัยเดินทางไปต่างประเทศ อาทิ สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกาเพื่อศึกษาธุรกิจที่จะนำมาใช้ ในประเทศไทย ในที่สุดได้ตัดสินใจที่จะทำธุรกิจศูนย์การค้าและใช้ชื่อว่า “เดอะมอลล์” ดังที่บุครธิดา ของศุภชัยได้ถ่ายทอดไว้ว่า

พ่อไปเห็นศูนย์การค้า “Lucky Plaza” เป็นตึกมีร้านค้าหลายๆ ร้านอยู่ในอาคารเดียวกัน และมีห้างสรรพสินค้า (Department Store) ขณะที่ห้างไทยไคมารู และห้างต่างๆ ของเมืองไทยในเวลานั้นจะเป็น ห้างสรรพสินค้าเดี่ยวๆ มีตึกแถวเปิดเป็นร้านค้าล้อมรอบ พ่อก็คิดว่า ทำไมต้องแยกร้านค้านั้นไว้ต่างหาก ดังนั้น เมื่อพ่อเห็นห้างนี้จึงชอบใจ มาก ทำให้เกิดประกายความคิดว่า ที่ดินตรงราชดำริแปลงนี้ น่าจะ ทำเป็น ศูนย์การค้าที่รวมร้านค้าต่างๆ เข้ามาอยู่ด้วยกัน โดยจะให้คนอื่นเข้ามาแข่ง ทำร้านค้าบางส่วนและเก็บบางส่วนไว้ทำเอง ประกอบกับตอนนั้น ประเทศไทยกำลังจะมีกฎหมายห้ามจอดรถข้างถนนหรือให้จอดเป็น เวลานาน เพราะปริมาณรถที่เยอะขึ้นการจราจรคับคั่งมากในกรุงเทพฯ ทำให้ลูกค้าที่ขับรถจะไปซื้อของตามร้านต่างๆ ที่อยู่ริมถนนต้อง ลำบาก ไม่สามารถจอดรถได้ พ่อจึงคิดว่าทำเป็นศูนย์การค้าแล้วทำที่จอดรถอำนวยความสะดวกสบายไว้รองรับ จะทำให้คนมาแน่ๆ⁸⁸

พ่อเริ่มไปต่างประเทศมากขึ้นเพื่อตระเวนดูสถานที่ต่างๆ เพื่อหาแนวคิดอื่นๆ ที่จะมาทำศูนย์การค้าแห่งแรก โดยได้ไปที่ซานฟรานซิสโกและลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา เพราะลูกของศุภชัยเรียน อยู่ที่นั่น แล้วเดินไปดูตามศูนย์การค้าต่างๆ โดยมีศูนย์การค้าแห่งหนึ่ง

⁸⁷ เรื่องเดียวกัน, หน้า 51.

⁸⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 57.

ชื่อว่า “South Coast Mall” พอดีใจกับคำว่า มอลล์ (Mall) ที่ได้ความหมายจากพจนานุกรมว่า “ทางเดินในร่ม, ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ในร่ม” ศุภชัยจึงพูดกับลูกว่า “เออ...เข้ากับอาคารของเราที่กำลังจะทำนะ ทุกอย่างอยู่ในร่มภายใต้หลังคาเดียวกัน”⁸⁹

การตัดสินใจเปลี่ยนธุรกิจจากธุรกิจบันเทิงสู่ธุรกิจศูนย์การค้านั้น นอกจากเหตุผลส่วนตัวทางครอบครัว คือ ต้องการธุรกิจที่ลูกหลานสามารถสืบทอดไปและเมื่อเห็นว่าธุรกิจเดิมไม่มั่นคงและไม่อยากให้ลูกสาวทำธุรกิจกลางคืน จึงมีแนวคิดที่จะเปลี่ยนธุรกิจ แต่ความคิดที่จะเปลี่ยนไปเป็นธุรกิจค้าปลีกซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิมมาก่อนนั้น เป็นเพราะการเห็นตัวอย่างการเติบโตของธุรกิจศูนย์การค้าและมีโอกาสที่จะเติบโตได้ต่อไป เนื่องจากในช่วงทศวรรษที่ 2520 เป็นต้นมา เศรษฐกิจภายในประเทศมีการขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ ความสามารถในการจับจ่ายของผู้คนจึงมีมากด้วยเหตุนี้จึงทำให้ศุภชัยเดินทางไปดูศูนย์การค้าที่ต่างประเทศ เพื่อศึกษารูปแบบของศูนย์การค้าเพื่อมาประกอบธุรกิจศูนย์การค้าในกรุงเทพฯ

แนวคิดของศุภชัยดังกล่าวเป็นที่มาของธุรกิจห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า “เดอะมอลล์” แห่งแรกที่ราชดำริ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเมื่อเปรียบเทียบกับห้างเซ็นทรัลแล้วมีความสอดคล้องกันในประเด็นที่ว่าห้างสรรพสินค้าแห่งแรกที่ตั้งขึ้นนั้นได้ตั้งบริเวณที่เป็นศูนย์การค้าที่สำคัญมาก่อน โดยเซ็นทรัลเลือกที่ศูนย์การค้าวังบูรพา ส่วนเดอะมอลล์ เลือกที่ศูนย์การค้าราชดำริ ท่าเลที่ตั้งเป็นแหล่งผู้คนจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกตั้งห้างสรรพสินค้า แต่ประเด็นที่ต่างกันคือห้างเซ็นทรัลกำเนิดขึ้นจากพ่อค้าชาวจีนที่มีพื้นฐานด้านการค้าปลีกมาก่อน ในขณะที่ห้างเดอะมอลล์มีพื้นฐานมาจากชาวจีนแต่ไม่เคยประกอบธุรกิจค้าปลีก เพราะมาจากธุรกิจด้านบริการการบันเทิง อย่างไรก็ตามประเด็นนี้สร้างความได้เปรียบให้แก่เดอะมอลล์ในเวลาต่อมา เมื่อพัฒนามาเป็นศูนย์การค้าครบวงจรที่ผนวกกิจกรรมบริการด้านการบันเทิงเข้าไปในศูนย์การค้า และสามารถทำให้เดอะมอลล์เป็นต้นแบบให้กับศูนย์การค้าครบวงจรอื่นในการนำกิจกรรมบันเทิง อาทิ สวนน้ำ สวนสนุก ไปไว้ในอาคารเดียวกับศูนย์การค้า เพื่อเป็นจุดดึงดูดให้คนเข้าไปใช้บริการ

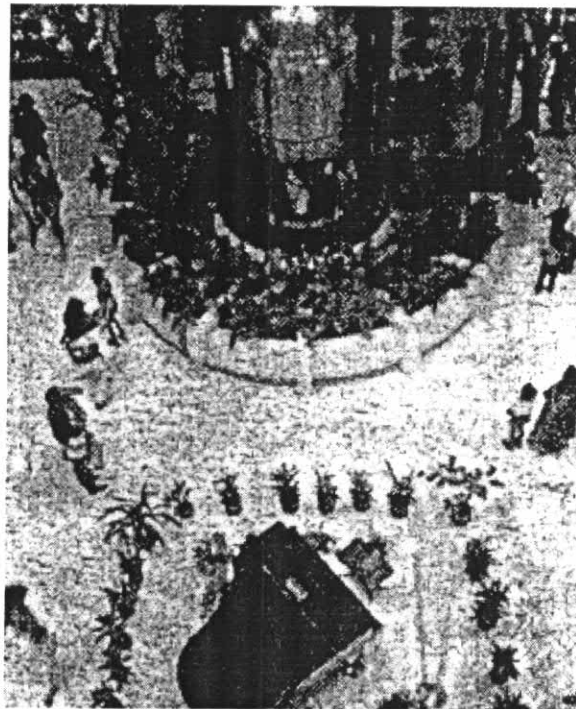
3) พัฒนาการห้างสรรพสินค้า พ.ศ. 2524 – 2525

ในปี พ.ศ. 2525 ได้เกิดห้างโรบินสัน สาขาราชดำริ โดยบริษัทโรบินสันกรุ๊ปออฟ คอมปะนี บริหารกิจการโดยตระกูลเวชสุภาพร ซึ่งโรบินสันราชดำรินี้มีใช้ห้างสรรพสินค้าแห่งแรกของกลุ่ม

⁸⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 58.

โรบินสันเหมือนกับเดอะมอลล์ โดยโรบินสันมีประสบการณ์ในการจัดการธุรกิจห้างสรรพสินค้ามาก่อนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 ที่สาขาอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และมีเนื้อที่ขายที่มากกว่าเดอะมอลล์ จัดในรูปแบบของห้างสรรพสินค้า โดยมีจุดดึงดูดที่สำคัญคือ “ลิฟท์แก้ว” โดยเป็นห้างแรกที่มีลิฟท์แก้วตัวแรกในประเทศไทย⁹⁰ โดยในวันเปิดห้างได้ตั้งโชว์แกรนด์เปียโนมูลค่ากว่า 1 ล้านบาทไว้หน้าลิฟท์แก้วด้วย

ภาพที่ 2.3 แสดงภาพวันเปิดโรบินสันราชดำริที่มีการตั้งเปียโนไว้หน้าลิฟท์แก้ว



ที่มา : คุ้มแข่ง (ธันวาคม 2525) : 11

สังเกตว่า ผู้คนให้ความสนใจกับลิฟท์แก้วซึ่งเป็นนวัตกรรมและ “ของแปลก” ในเวลานั้นมากกว่าที่จะสนใจแกรนด์เปียโนมูลค่ากว่า 1 ล้านบาท ลิฟท์แก้วจึงมีตัวดึงดูดชั้นเยี่ยมให้คนเดินทางมายังโรบินสัน ราชดำริ

ห้างโรบินสันนั้นสร้าง “สีสัน” ให้กับย่านราชดำริอย่างมาก กระแสการแข่งขันธุรกิจเริ่มคึกคักขึ้น การนำลิฟท์แก้วมาเป็นตัวดึงดูดประกอบกับการตั้งโชว์แกรนด์เปียโนไว้ด้านหน้านั้นแสดงให้เห็นถึง “ภาพลักษณ์ชั้นสูง” ที่พยายามจะสื่อให้รู้ว่าห้างเน้นความหรูหรา คนที่มาเดินก็จะ

⁹⁰ สุทธิชัย ศิริวงษ์วัฒนาและคณะ, “ย่านราชดำริ,” มติชนโฆษณาและตลาด : 13.

หรูหราไปด้วย จุดตกย้ำความหรูหรานั้น คือ การตกแต่งภายในที่เทียบเท่าโรงแรม โดยเฉพาะห้องโถงตรงกลางที่กว้าง ไม่ยอมวางของ ซึ่งเป็นที่ดินที่มีมูลค่าถึง 40 ล้านบาท และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจถึง 200 ล้านบาท¹¹ ซึ่งโรบินสันปล่อยไว้ให้ว่างเพื่อสร้างภาพพจน์ “หรูหรา” โดยเฉพาะ *วิโรจน์ วิชาสวรรค์โยธิน* ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาและส่งเสริมการขายของโรบินสันในขณะนั้นอธิบายถึงจุดยืนของห้างไว้ว่า ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือ “FAST & CLASS” โดย FAST คือ เน้นที่ความเร็วของบริการ CLASS คือ ความหรูหราและสินค้าที่มีรสนิยมสูง¹² ดังนั้นการเปิดห้างโรบินสันนั้นจึงก่อให้เกิดการแข่งขัน ของ 3 ห้าง คือ ห้างแรก “ไทยไดมารู” ห้างที่สอง “เดอะมอลล์” และห้างใหม่ คือ “โรบินสัน” ศูนย์การค้าราชดำริจึงรุ่งเรืองถึงขีดสุดในช่วงเวลานี้ บรรยายกาของย่านนี้ถูกถ่ายทอดไว้ใน *นิตยสารมีเดีย* โดย *สุทธิชัย ศิริวงศ์วัฒนา* และคณะ ความว่า

ย่านราชดำริขึ้นชื่อว่าเป็นทำเลทองมาแต่ไหนแต่ไร เพราะเป็นย่านกลางเมืองหรือที่เรียกกันว่า คาวนันทาวน์ มีธุรกิจใหญ่น้อยสมอยู่ตรงกระจุกนี้มากมาย โดยเฉพาะธุรกิจที่เฟื่องเป็นพิเศษก็คือ ห้างสรรพสินค้า เพราะมีอยู่ถึง 3 ห้างเรียงติดๆกันเป็นพระอันดับ และหนึ่งในสามนี้ก็ขึ้นห้างสรรพสินค้าทันสมัยแห่งแรกในประเทศไทยทีเดียว ดังนั้นภาพพจน์การมาช้อปปิ้งในย่านนี้แต่ไหนแต่ไรจึงเป็นเรื่องขี้ดเรื่องโก้ไม่น้อย ส่วนธุรกิจอื่นๆ อย่างเช่นร้านอาหาร ร้านขายปลีกอื่นๆ ที่มีอยู่นับเป็นร้อยๆ ร้านก็พลอยเฟื่อง ขาดีเป็นหน้าเท่าเพราะนอกจากลูกค้าที่ทำงานในละแวกนั้นแล้ว ยังมีลูกค้าจากทุกสารทิศทั่วกรุงเคียบทางเข้ามาช้อปปิ้งในวันหยุดอีกด้วย¹³

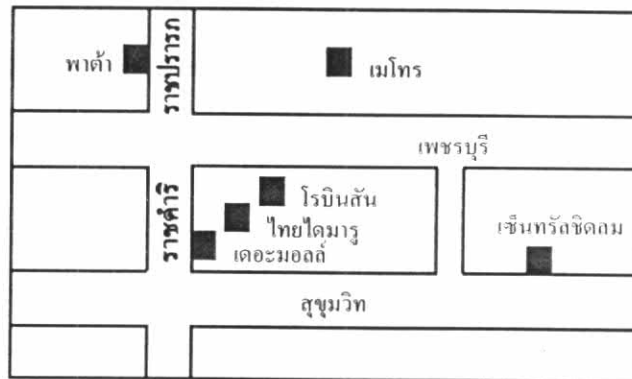
ความเจริญของย่านราชดำริภายหลังจากการเกิดขึ้นของห้างโรบินสันราชดำรินั้น ได้กระจายตัวออกไปในบริเวณรอบๆ ของย่านราชดำริ จนกลายเป็นพื้นที่ย่านการค้าแห่งใหม่ที่เชื่อมต่อสัมพันธ์กันระหว่างถนนราชปรารภ เพชรบุรี ราชดำริ และเพลินจิต และช่วงระยะเวลาที่ห้างเดอะมอลล์และโรบินสันได้กลายเป็นห้างสรรพสินค้าคู่แข่งกับห้างเซ็นทรัลอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาไม่ถึง 10 ปี

¹¹ “ระเบิดศึกห้างสรรพสินค้า,” *คู่แข่ง* (ธันวาคม 2525) : 11.

¹² *เรื่องเดียวกัน*, หน้า 11.

¹³ *สุทธิชัย ศิริวงศ์วัฒนาและคณะ, “ย่านราชดำริ,” มีเดียโฆษณาและการตลาด* : 11.

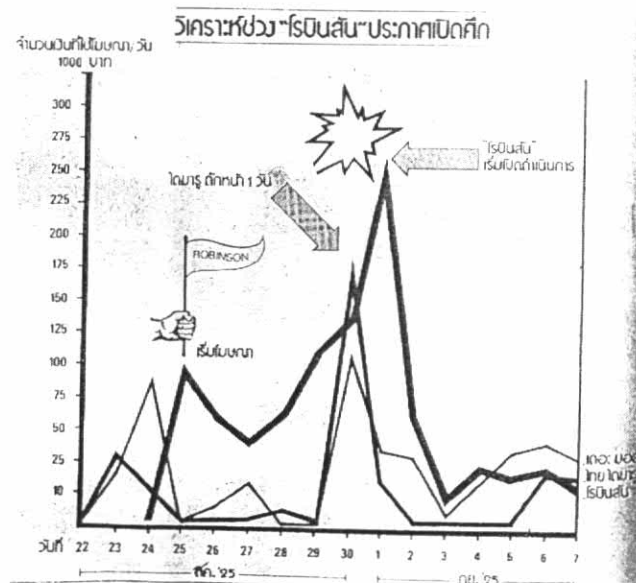
ภาพที่ 2.4 แสดงแผนผังย่านการค้าราชดำริและโดยรอบ



ที่มา : คู่แข่ง (ธันวาคม 2525) : 10

หลังจากการเปิดห้างโรบินสัน ราชดำริได้เพียง 1 เดือน ในช่วงวันที่ 1 - 7 ตุลาคม พ.ศ. 2525 ได้มีการสำรวจว่ามีจำนวนคนเข้าใช้บริการเฉลี่ย 50,000 คนต่อวัน ซึ่งกระทบต่อห้างไทยไคมารุและเดอะมอลล์ที่อยู่มาก่อนหน้านี้ ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากการเคลื่อนไหวของการแข่งขันผ่านงบที่ใช้ในการโฆษณาได้ โดยพิจารณาจากภาพที่ 2.5

ภาพที่ 2.5 แสดงจำนวนเงินที่ใช้โฆษณาต่อวันของห้างสรรพสินค้าย่านราชดำริช่วงเดือนกันยายน - ตุลาคม พ.ศ. 2525



ที่มา : คู่แข่ง (ธันวาคม 2525) : 12.

จากภาพที่ 2.5 จะเห็นได้ว่ากราฟของโรบินสันช่วงก่อนหน้าเปิดโรบินสันราชดำริอยู่ต่ำสุดมาโดยตลอด ซึ่งเป็นมาตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2524 แต่มาพุ่งสูงในเดือนกันยายน และ ผลจากการโฆษณา ประกอบกับการมีจุดดึงดูดของห้างและการสะท้อนภาพลักษณ์ที่ “หรูหรา” จึงทำให้สามารถดึงคนให้เข้าห้างโรบินสัน และทำให้ศูนย์การค้าราชดำริอาเขต มีความเจริญถึงขีดสุด นั่นหมายความว่า ศูนย์การค้านี้เกิดการเคลื่อนย้ายจากวังบูรพามาเป็นราชดำริ ดังนั้นราชดำริอาเขตกลายเป็นแหล่งดึงดูดผู้คนทุกเพศทุกวัย แหล่งที่สะท้อนภาพลักษณ์ของความหรูหรา แปลกใหม่ และทันสมัย

นอกจากนี้ในเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2525 ยังได้เกิดห้างพาด้าที่ปิ่นเกล้า โดยเรียกว่า “ปิ่นเกล้าอาเขต” มีรูปแบบคล้ายศูนย์การค้าที่วังบูรพาและราชดำริ คือมีห้างสรรพสินค้าพาด้า อาคารพาณิชย์ โรงภาพยนตร์ นอกจากนี้จุดดึงดูดที่สำคัญ คือ “ลิฟท์แก้ว” ที่สามารถพาขึ้นไปชมวิวทิวทัศน์รอบกรุงเทพฯ ได้ด้วย จุดเด่นของห้างพาด้าปิ่นเกล้าที่เป็นที่รู้จักกันอย่างดี คือ การจัดสวนสวนสัตว์ที่มีลักษณะแปลกไปจากที่อื่นเพราะเป็นการนำสัตว์ขึ้นห้าง มีสัตว์แปลกๆ ที่หายาก เช่น กิ้งก่า กิ้งก่าเขียว งูหลามทอง ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีการจัดนิทรรศการ จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของภาคต่างๆ ของประเทศอยู่เป็นประจำ ทำให้ห้างพาด้าปิ่นเกล้าเป็นที่โดดเด่นอย่างมากในเวลานั้นในวันธรรมดาผู้คนไปใช้บริการราว 30,000 - 40,000 คนต่อวัน ส่วนในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีผู้คนที่ใช้บริการสูงถึง 60,000 คนต่อวัน⁹⁴ *กนก รัตนวงศ์สกุล* ได้บรรยายบรรยากาศต่อห้างพาด้าปิ่นเกล้าในวันนั้นไว้ว่า

ปี 2525 เกิดห้างใหญ่ใหม่เอี่ยมโกลัสะพานพระปิ่นเกล้า ได้แก่ ห้างพาด้า สมัยอยู่ธรรมศาสตร์ ผมเป็นขาประจำคูหนึ่งที่นี่เสมอ ที่นั่งสูงชั้นดี คนตัวเล็กไม่ถูกพวกหัวสูงบัง ส่วนเด็กๆ ก็ขึ้นไปชั้นบนดูนกเพนกวินได้ พาด้าโด่งดังมากจนลืมไปว่าสาขาแรกของห้างนี้อยู่ที่โรงแรมอินทราประตูน้ํา เปิดปี 2518⁹⁵

4.2.2 พ.ศ. 2526 : จุดเปลี่ยนผ่านที่สำคัญของจากห้างสรรพสินค้าสู่ศูนย์การค้าครบวงจร

ในปี พ.ศ. 2526 เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญต่อประวัติศาสตร์ห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้า เนื่องจากมีการกำเนิดศูนย์การค้ารูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “ศูนย์การค้าครบวงจร” (Shopping Complex) ขึ้น ซึ่งมีการพัฒนามาจากธุรกิจห้างสรรพสินค้า ในระยะแรกนั้นแม้จะยังไม่เป็นศูนย์การค้าครบวงจร

⁹⁴ “Department Store : What Strategies, Which Direction ?,” *BUSINESS REVIEW* 17 (June 15 -30 1989) : 31.

⁹⁵ *กนก รัตนวงศ์สกุล*, “จากใต้ฟ้าถึงสยามพารากอน,” *เนชั่นสุดสัปดาห์* 14, 707 (19 - 25 ธันวาคม 2548) : 87.

ที่สมบูรณ์แบบ แต่ก็ยังเป็นรากฐานที่สำคัญต่อการพัฒนารูปแบบของศูนย์การค้าครบวงจรในช่วงทศวรรษที่ 2530 นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้าที่เริ่มกระจายตัวไปยังชานเมืองห่างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าที่สำคัญในปี พ.ศ. 2526 นี้คือ การเปิดเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว ในวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2526⁹⁶ ตามมาด้วยการเปิดเดอะมอลล์ หัวหมาก ถนนรามคำแหงในวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2526⁹⁷

เป็นที่น่าสังเกตว่านับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 เป็นต้นมานั้น ถึงแม้จะเกิดห้างสรรพสินค้ามากมาย แต่ก็ยังเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดกลาง – ขนาดเล็ก มิได้เป็นศูนย์การค้าแต่อย่างใด ทั้งนี้เพราะในปี พ.ศ. 2517 เป็นต้นมาได้เกิดวิกฤตการณ์ราคาน้ำมันแพงขึ้นในประเทศ อันเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นสูงขึ้นตามราคาน้ำมันในตลาดโลกอย่างสูง ซึ่งส่งผลให้ราคาวัสดุก่อสร้างและการขนส่งสินค้าตลอดจนการผลิตสินค้าและบริการมีต้นทุนสูงขึ้นตามราคาน้ำมันไปด้วย และช่วงนี้เองที่ระบบเศรษฐกิจการลงทุนก่อสร้างได้หยุดชะงัก ภายใต้บรรยากาศที่มีภาวะเงินเฟ้อสูงมาก มีผลให้ความสามารถในการจับจ่ายของประชาชนส่วนมากในตัวเมืองตกต่ำอย่างรวดเร็วและกระทบต่อการลงทุนจัดสร้างศูนย์การค้า⁹⁸ แต่อย่างไรก็ตามในช่วงเวลานี้เองที่เมืองได้ขยายตัวออกไปทุกทางพร้อมๆ กับระบบการกระจายสินค้าก็ขยายตัวออกไปบริเวณชานเมืองมากขึ้นตามการขยายตัวของเมือง

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา วิกฤตการณ์ราคาน้ำมันแพงเริ่มคลายลดต่ำลงในตลาดในประเทศ ขณะเดียวกันอัตราดอกเบี้ยก็ลดต่ำลงมาก ซึ่งปัจจัยด้านต้นทุนการผลิตและการบริการนี้เป็นเงื่อนไขสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดการลงทุนสร้างศูนย์การค้า นอกจากนี้รายได้ของประชาชนในเมืองหลวงเริ่มดีขึ้น เนื่องจากเงินเฟ้อที่ลดลง ทำให้ความสามารถในการจับจ่ายของประชากรในเมืองหลวงดีขึ้น⁹⁹ แรงผลักดันทั้ง 2 ด้านนี้ ส่วนเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการลงทุนสร้างศูนย์การค้าโดยเพียงระยะเวลา 4 ปี (ระหว่างปี 2525 – 2528) มีการลงทุนกว่า 20 โครงการ ใช้เงินทุนประมาณเกือบ 40,000 ล้านบาท ซึ่งนับว่าเป็นการลงทุนพัฒนาศูนย์การค้าในเมืองหลวงที่ใช้เงินลงทุนมากกว่าที่ผ่านมา¹⁰⁰ การลงทุนจัดสร้างศูนย์การค้าในช่วงนี้ เริ่มพัฒนารูปแบบออกไป กล่าวคือ นอกเหนือจากจะมีสถานประกอบการค้าและห้างสรรพสินค้าแล้ว ยังรวมถึงสถานบันเทิงบริการต่างๆ เช่น โรงภาพยนตร์ ภายใต้อาคารเดียวกันแล้วยังมีโรงแรมและอาคารสำนักงานและร้านค้าแยกส่วนอาคาร

⁹⁶ “30 เมษายน 26 จลองฤกษ์เปิดเซ็นทรัล ลาดพร้าว” ประชาชาติธุรกิจ (4 พฤษภาคม 2526) : 1.

⁹⁷ บริษัทเดอะมอลล์กรุ๊ปจำกัด, อนุสรณ์เนื่องในพิธีพระราชทานเพลิงศพนายสุภชัย อัมพสุข, หน้า 65.

⁹⁸ สมชัย นสากาศย์, “ระบบศูนย์การค้าของไทย” จุลสารธนาคารกรุงเทพจำกัด, (2 2526) : 25.

⁹⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 26.

¹⁰⁰ เรื่องเดียวกัน, หน้า 26.

ออกไปอีกต่างหากอีกด้วย รูปแบบที่เป็นองค์ประกอบของระบบศูนย์การค้าแบบใหม่เช่นนี้ ทำให้ศูนย์การค้ามีความสมบูรณ์ในตัวเองมากขึ้นกว่าแต่ก่อนมา

1) การกำเนิดของเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว

ปี พ.ศ. 2522 สัมฤทธิ์ จิราธิวัฒน์ได้ตัดสินใจลงทุนพัฒนาที่ดินสร้างศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว เมื่อ “บริษัทเซ็นทรัลอินเตอร์พัฒนา” ของตระกูลจิราธิวัฒน์ชนะการประมูลเช่าที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย ณ บริเวณสามเหลี่ยมถนนวิภาวดีรังสิตติดกับถนนพหลโยธินภายใต้อายุสัญญา 30 ปี และบริษัทได้สิทธิเป็นรายแรกในการต่ออายุสัญญาอีกคราวละไม่เกิน 10 ปี นับว่าเป็นการลงทุนที่ขัดกับเศรษฐกิจการเมืองในขณะนั้น เนื่องจากในปี พ.ศ. 2522 - 2523 เป็นช่วงที่นักลงทุนส่วนใหญ่ไม่กล้าลงทุน ทั้งปัจจัยทางการเมือง ในเรื่องของภัยคอมมิวนิสต์แถบประเทศเพื่อนบ้านและเกรงว่าไทยจะเป็นคอมมิวนิสต์ไปตามทฤษฎีโดมิโน ความไม่มั่นคงด้านการเมืองดังกล่าวทำให้นักลงทุนย้ายเงินออกนอกประเทศ การลงทุนจึงตกต่ำ นอกจากนี้ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ดังที่กล่าวไปตอนต้นแล้ว ไม่ว่าจะเป็วิกฤตการณ์น้ำมันครั้งที่ 2 ที่กลุ่มโอเปกขึ้นราคาน้ำมันถึง 3 ครั้งในปี พ.ศ. 2520 2521 และ 2522 ค่าครองชีพพุ่งขึ้นสูง ดอกเบี้ยเงินกู้จากธนาคารสูงขึ้น 18% อัตราเงินเฟ้อของไทยที่สูงถึง 10.5% และมีการปรับค่าจ้างขั้นต่ำถึง 6 ครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2515 - 2522¹⁰¹ และในปี พ.ศ. 2524 มีการลดค่าเงินบาทถึง 2 ครั้งมีผลต่อมูลค่าหนี้เงินสกุลดอลลาร์ที่สูงถึง 75% ของหนี้ทั้งหมด อย่างไรก็ตามผู้บริหารตระกูลจิราธิวัฒน์จำเป็นต้องตัดสินใจลงทุนในโครงการนี้ นอกจากนี้โครงการเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว ยังเป็นการใช้เงินลงทุนนับพันล้านบาทบนที่ดินที่ไม่ใช่ของตระกูลจิราธิวัฒน์และอยู่ชานเมืองอย่างโดดเดี่ยว สัมฤทธิ์ถ่ายทอดความรู้สึกในช่วงนี้ไว้ว่า

ก่อนจะลงมือทำได้ก็ต้องผ่านมรสุมหนักหน่วงจากหลายฝ่าย หนังสือพิมพ์บางฉบับเขียนโจมตีว่าเอาสวนมาทำศูนย์การค้าบ้าง เอาที่ดินเวนคืนมาทำศูนย์การค้า บ้างก็ว่าจับเสือมือเปล่าจนต้องถูกระงับไว้ชั่วคราว...¹⁰²

¹⁰¹ วิรัตน์ แสงทองคำ และคณะ, 70 ปีจิราธิวัฒน์ central ยิ่งสู้ยิ่งโต, หน้า 50 - 51.

¹⁰² เรื่องเดียวกัน, หน้า 51.

แนวคิดของการมาตั้งศูนย์การค้าชานเมืองนั้นเป็นเพราะการที่สัมฤทธิ์ จิราธิวัฒน์ได้เห็นตัวอย่างจากประเทศญี่ปุ่น ที่ขยายย่านธุรกิจสำคัญออกไปสู่ชานเมืองในกรุงโตเกียว เริ่มจากย่านกินซ่า ที่ขยายไปสู่แถบชินจูกุ สัมฤทธิ์จึงเห็นว่าอนาคตต่อไปคนกรุงเทพฯ ก็น่าจะเป็นเช่นนี้¹⁰¹ นั่นหมายถึงการที่สัมฤทธิ์มองเห็นถึงการขยายตัวของเมือง ซึ่งได้รับการบอกเล่าว่า

เมื่อลงมือก่อสร้างศูนย์การค้าลาดพร้าวได้ยังไม่เสร็จสมบูรณ์ คุณสัมฤทธิ์ได้ขึ้นไปบนคาบฟ้าตีกลมลงมาเห็นที่ดินบริเวณลาดพร้าว พหลโยธิน และวิภาวดี เต็มไปด้วยบ้านเรือนที่อยู่อาศัยหนาตาขึ้น คุณสัมฤทธิ์ยังมั่นใจว่าศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่านี้จะรองรับการขยายตัวของเมืองหลวงได้เป็นอย่างดี¹⁰⁴

ดังนั้นแม้ว่าในช่วงลงทุนก่อสร้างโครงการเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าวจะมีสภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการลงทุนอย่างมากดังที่ได้กล่าวไปแล้ว แต่สัมฤทธิ์ยังคงตัดสินใจลงทุนในโครงการนี้นั้นเป็นเพราะสัมฤทธิ์สังเกตเห็นการขยายตัวของเมืองที่เกิดขึ้น นั่นคือ การตัดถนนเพิ่มขึ้น การมี “บ้านเรือนที่อยู่อาศัยหนาตาขึ้น” ซึ่งก็คือการขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรรบริเวณชานเมือง เมื่อเห็นว่ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าของศูนย์การค้า เคลื่อนย้ายมาสู่ชานเมืองมากขึ้นและยังสังเกตเห็นข้อดีของทำเลที่ตั้งดังกล่าว ที่จะเป็นจุดเชื่อมต่อของการโดยสารไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือรวมทั้งเป็นทางผ่านไปยังสนามบินดอนเมือง ด้วยเหตุทั้งหมดนี้จึงทำให้เกิดเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ขึ้นมา

โครงการนี้มีเงินกู้ภายในประเทศส่วนหนึ่งจากธนาคารกรุงเทพ ธนาคารศรีนคร และธนาคารกรุงไทย ประกอบกับสามารถทำความเข้าใจกับธนาคารต่างประเทศ ทั้งฝรั่งเศส อเมริกา และแคนาดา¹⁰⁵ ทำให้มีเงินสำหรับหมุนเวียนในโครงการ ซึ่งปรากฏว่าสุดท้ายโครงการนี้ใช้เงินลงทุนถึง 20,000 ล้านบาท และในที่สุดก็เกิด “เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว” ที่เป็นศูนย์การค้าครบวงจรแห่งแรกของประเทศไทยซึ่งประกอบไปด้วยห้างสรรพสินค้า ร้านค้า โรงแรม โรงภาพยนตร์ ศูนย์การประชุม ศูนย์อาหาร สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส อาคารสำนักงาน สวนหย่อม อาคารจอดรถที่สามารถรองรับจำนวนรถได้กว่า 30,000 คัน ความทรงจำสมัยกำเนิดศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ดังกล่าวถูกถ่ายทอดไว้โดยคณะกรรมการบริหารกลุ่มเซ็นทรัลจำกัด ในงานนิทรรศการ 60 ปี เซ็นทรัลความว่า

¹⁰¹ วิรัตน์ แสงทองท่าและคณะ, 70 ปี จิราธิวัฒน์ Central ยิ่งสู้ยิ่งโต, หน้า 51 – 52.

¹⁰⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 52.

¹⁰⁵ เรื่องเดียวกัน, หน้า 52.

คุณสัมฤทธิ์มีความตั้งใจที่จะสร้างศูนย์การค้าที่ได้มาตรฐานที่สุดในประเทศไทย เพราะเรามี department store แล้ว คุณสัมฤทธิ์จะให้ข้อคิดเห็นในการสร้างเมืองใหม่ คุณสัมฤทธิ์บอกว่าไหนๆ เราจะทำศูนย์การค้าแล้ว เราทำเพื่อเป็นประวัติศาสตร์ของการสร้างศูนย์การค้าครั้งใหม่ที่ยิ่งใหญ่เป็นที่จดหน้าชูตาของคนไทย เป็นศูนย์การค้าที่ได้มาตรฐานสากลและเป็นทรัพย์สินสมบัติของประเทศไทยต่อไป

สิบปีที่เราหยุดขยายเลยเพราะเรากู้เงินไม่ได้ สมัยนั้นเศรษฐกิจไม่ดี ทุกคนบอกว่าคุณสัมฤทธิ์ทำไปได้ยังไง ไม่มีกำไรเลยนะ

คิดไม่ถึงว่าเราจะทำโครงการขนาดนี้ได้ยังไง ซึ่งตอนแรกก็เข้าไปตามที่เขาพูดก็คือเราไม่ประสบความสำเร็จ

ร้านค้าที่เราเห็นทุกวันนี้ที่เป็นร้านค้าที่มีชื่อเสียงในประเทศไทยหรือในต่างประเทศได้กำเนิดตัวเองเปิดธุรกิจครั้งแรกที่ศูนย์การค้าลาดพร้าว อันนี้ไม่ใช่เฉพาะร้านค้ามีแบรนด์ต่างๆ ด้วย เจ้าของกิจการที่เป็นแบรนด์ที่มีชื่อทุกวันนี้หลายกิจการที่ไปเริ่มจริงๆ ที่ลาดพร้าว จะเห็นว่านี่เป็นแบบฉบับของการค้าธุรกิจค้าปลีกแบบใหม่ที่จะต้องไปอีกไกล¹⁰⁶

เป็นที่น่าสังเกตว่าระยะเริ่มแรกของศูนย์การค้านั้นได้เกิดขึ้นมาบริเวณที่เป็นย่านการค้าหรือแหล่งชุมชนที่มีการประกอบการค้าอยู่ก่อนแล้ว จึงทำให้ศูนย์การค้าเติบโตขึ้นมาได้ไม่ยากและไม่ใช่ว่าเรื่องน่าแปลกที่จะเกิดขึ้น บริเวณที่เป็นย่านการค้าดังกล่าวย่อมอยู่ในใจกลางเมืองจนมีศูนย์การค้าเกิดขึ้นตามมามากมายในระยะหนึ่ง แต่ในระยะเวลาด่อมานักธุรกิจผู้ประกอบการด้านห้างสรรพสินค้าได้สังเกตเห็นว่า ในตัวเมืองมีศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นมากและเกิดการแข่งขันกันเองมากขึ้น ทำให้เกิดการมองหาทำเลใหม่ออกไปนอกใจกลางเมือง ซึ่งก็คือชานเมือง

ดังนั้นจึงเห็นได้ชัดว่าบริบทการเปลี่ยนแปลงของเมือง โดยเฉพาะการขยายตัวของเมืองนั้นทำให้ศูนย์การค้าชานเมืองกำเนิดขึ้นเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว การเลือกทำเลที่ตั้งที่เป็นแหล่งชุมชนทำให้คนกรุงเทพที่เข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้ากระจายตัวไปยังชานเมืองมากขึ้น

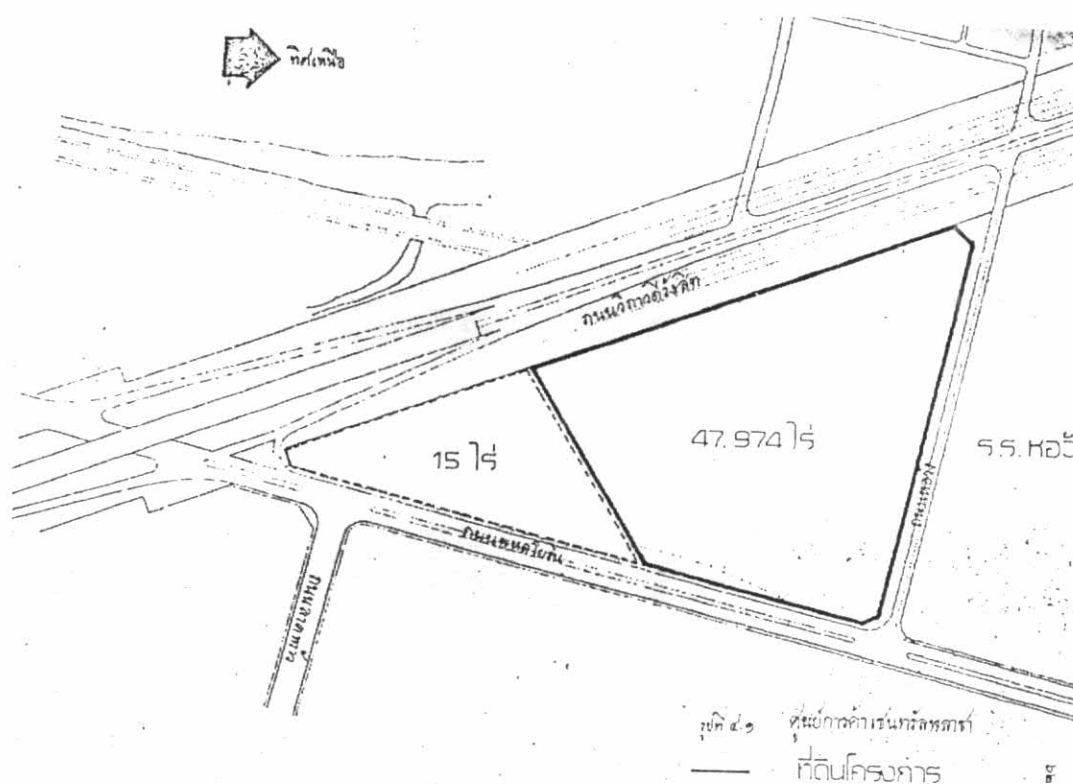
¹⁰⁶ ข้อมูลจากแผ่นป้ายนิทรรศการในงานนิทรรศการ 60 ปี เซ็นทรัลเพราะมีคุณถึงมีเรา ณ เซ็นทรัลชิดลม (ตุลาคม 2550).

(1) ทำเลที่ตั้งของเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าวกับการเข้าถึง

เมื่อก้าวถึงทำเลที่ตั้งย่อมมีความสัมพันธ์กับ “การเข้าถึง” อย่างมาก การเข้าถึงคือระบบคมนาคมโดยรอบของพื้นที่โดยเฉพาะถนนที่จะนำพาสินค้าและผู้คนให้มายังศูนย์การค้าได้สะดวกขึ้น

ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ตั้งอยู่ทางด้านเหนือของกรุงเทพมหานคร อยู่บนพื้นที่ 47.974 ไร่¹⁰⁷ บริเวณที่ดินใจกลางย่านพลโยธิน พิจารณาได้จากภาพที่ 2.6

ภาพที่ 2.6 แสดงขอบเขตพื้นที่และทำเลที่ตั้งของเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว



ที่มา : จุฑาภรณ์ สุวรรณเพชร, “ผลกระทบของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ชานเมืองต่อการใช้ที่ดินการจราจรบริเวณใกล้เคียง : กรณีศึกษา เซ็นทรัล พลาซ่า.” (วิทยานิพนธ์ปริญญาการผังเมืองมหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528), หน้า 62.

¹⁰⁷ โครงการปรับปรุงใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณสามเหลี่ยมย่านพลโยธินของรถไฟฟ้ามหานครสายสีแดง. “รายงานการศึกษาความเหมาะสมของโครงการ”. กันยายน 2520, หน้า 19.

จากภาพที่ 2.6 จะเห็นได้ว่า ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ตั้งอยู่บนถนนสายประธาน คือ ถนนวิภาวดีและถนนพหลโยธิน¹⁰⁸ และมีถนนลาดพร้าวอีกด้วย ซึ่งถนนแต่ละสายมีความสำคัญ ดังนี้

1. ถนนพหลโยธิน เป็นเส้นทางขนส่งสินค้าและผู้โดยสารสายเหนือและสายตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศทั้งหมด ซึ่งปริมาณไม่ต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของปริมาณการขนส่งทั่วประเทศ จึงเป็นถนนสายสำคัญที่เชื่อมประชาชนจากสองภาคมาสู่กรุงเทพฯ

2. ถนนวิภาวดีรังสิต เป็นถนนที่เชื่อมระหว่างส่วนต่างๆ ของกรุงเทพฯ เริ่มจากทางด่วนสายต่างๆ ถึงท่าอากาศยานดอนเมือง จึงเป็นเส้นทางการเดินทางเข้าออกประเทศไทยทางอากาศที่ข้ามสนามบินดอนเมืองและตลอดทั้งเส้นทางเข้าออกของประชาชนที่เดินทางโดยทางเครื่องบินในประเทศทั้งหมด นับได้ว่าถนนสายนี้เป็นเส้นทางหัวใจที่นำไปสู่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

3. ถนนลาดพร้าว เป็นถนนสายเก่าแก่ที่เป็นทางสัญจรประจำวันของบ้านที่อยู่อาศัยกันอย่างหนาแน่นสองฟากถนนและผู้อยู่อาศัยชานเมืองทิศเหนือของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตบางเขน เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง จ.ปทุมธานี จ.นนทบุรี และเป็นทางผ่านของชุมชนใหม่ย่านบางกะปิ, ถนนสุขุมวิท

ในกรณีที่ประชาชนเหล่านี้มีแหล่งงานอยู่ในเขตใจกลางเมืองของกรุงเทพฯ จำเป็นต้องใช้เส้นทางถนนดังกล่าวก็จะต้องผ่านศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าวนี้ ทำให้ปริมาณจราจรในเขตนี้เพิ่มมากขึ้นด้วย

นอกจากนี้ยังมีระบบถนนวงแหวนรัชดาภิเษก ทางด่วนพิเศษ ที่เชื่อมถนนสายสำคัญของกรุงเทพฯ นำประชาชนจากทุกจุดของกรุงเทพฯ และจากทุกภาคมาสู่ “เซ็นทรัลพลาซ่า” ได้อย่างรวดเร็ว ด้านฝั่งตรงข้ามกับเซ็นทรัลพลาซ่าเป็นสวนจตุจักรซึ่งเป็นสวนสาธารณะที่เป็นสถานที่พักผ่อนของคนกรุงเทพฯ และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมายังเป็นตลาดนัดวันเสาร์ – อาทิตย์ แทนสนามหลวง ทำให้บริเวณนั้นกลายเป็นบริเวณที่มีความคับคั่งได้อย่างรวดเร็ว¹⁰⁹

ประชาชนที่อาศัยอยู่รอบๆ รัศมีเซ็นทรัลพลาซ่าประกอบด้วยประชาชนในเขตต่างๆ ของกรุงเทพฯ 6 เขต คือ เขตคูสิต เขตบางกะปิ เขตมีนบุรี เขตบางเขน เขตพญาไท เขตห้วยขวาง ซึ่งเขตดังกล่าวเป็นเขตที่มีประชากรจำนวนมาก¹¹⁰ พื้นที่เป้าหมายบริเวณตลาดของศูนย์การค้ามีพื้นที่

¹⁰⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 16.

¹⁰⁹ “เซ็นทรัลพลาซ่า – ผู้บุกเบิก,” ประชาชาติธุรกิจ (4 พฤษภาคม 2526) : 39 – 40.

¹¹⁰ เรื่องเดียวกัน, หน้า 40.

รวมกัน 689.76 ตารางกิโลเมตร ซึ่งมีประชากรรวม 1,474,356 คน มีจำนวนครัวเรือน 218,200 ครัวเรือน พิจารณาพื้นที่ตลาดเป้าหมายได้จากภาพที่ 2.7

ภาพที่ 2.7 แสดงบริเวณตลาดของโครงการเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว



ที่มา : บริษัท อินเตอร์ ดีไซน์ และบริษัท เวิลด์เทรดเซ็นเตอร์, โครงการปรับปรุงการที่ดินบริเวณสามเหลี่ยมย่านพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร, สมุดคู่มือการรถไฟแห่งประเทศไทย (กรุงเทพ : อินเตอร์ ดีไซน์, 2520), หน้า 22.

ที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นนั้นจะเห็นว่า เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว มีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเข้าถึงด้วยระบบขนส่งโดยเฉพาะถนนที่นำพาผู้คนมาได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลให้คนกรุงเทพฯ เข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้าได้สะดวกขึ้นและมากขึ้น

(2) ทำเลที่ตั้งของเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว กับสภาพพื้นที่และบรรยากาศโดยรอบ

บริเวณพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าวก่อนที่จะมีการเปิดศูนย์การค้าขึ้นนั้น มีสภาพพื้นที่ที่เป็นชนบท บรรยากาศแวดล้อมเป็นทุ่งนาและป่าก ไม้มีความเจริญ บรรยากาศดังกล่าว ถูกถ่ายทอดโดย *สมศักดิ์ กิ่งสวัสดิ์* ผู้ที่อยู่อาศัยบริเวณแถบนี้มาแต่เริ่มแรก ความว่า

เมื่อก่อนจะมีป่ากตรงนี้ เป็นเหมือนทุ่งนาทุ่งนึ่งเลย สมัยก่อน ตรงสวนจตุจักรก็จะเป็นทุ่งนา ภาษาวัยรุ่นเขาจะเรียกว่าป่ากระเทย พวกกระเทยจะแวะเข้าไปปูเสื่อไว้ข้างโนแล้วมาหาแขกหน้าหมอชิดเก่า เป็นพื้นที่ที่ไม่เจริญ มันไม่คึกคัก มันคล้ายๆ กับชนบท มันเงียบ พวกมีดมาตรงนี้มันเป็นป่าเป็นทุ่งนา คนที่เดินไปเดินมาก็น้อย¹¹¹

อ่ำไพ วานกุล ได้ให้ทัศนะในฐานะที่ตนเป็นผู้อยู่อาศัยบริเวณโดยรอบของเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ว่า

ก่อนหน้าที่จะมีเซ็นทรัล ตรงนี้มันไม่เจริญ ไม่คึกคัก มันเงียบ แล้วลาดพร้าวเราไม่มีห้างจะมีตลาดสดลาดพร้าว ธนาคารก็ไม่มี พอเริ่มมีห้างความปลอดภัยมันต่างกัน ปลอดภัยจากการถูกข่มขืน แต่พอหมดจากป่าเป็นป่าคอนกรีต คนเริ่มเข้ามาเยอะขึ้นก็เกิดการตีชิงวิ่งราวแทน¹¹²

จากการบอกเล่าของผู้คนที่อาศัยบริเวณนี้ตั้งแต่แรกก่อนจะมีการตั้งศูนย์การค้าขึ้นนั้น ทำให้ทราบว่าคุณค่าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว มีความสัมพันธ์สภาพพื้นที่และบรรยากาศโดยรอบ คือทำให้บรรยากาศมีความคึกคักขึ้น ทั้งนี้เพราะศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว เลือกทำเลที่ตั้งที่คนเข้าถึงได้ง่ายและเป็นจุดต่อรถโดยสาร การเกิดขึ้นของหมู่บ้านจัดสรรก่อนปี พ.ศ. 2526 จึงทำให้ผู้คนที่เคยกระจัดกระจายตามชานเมืองเกิดมารวมตัวกันอยู่ในศูนย์การค้าจึงเป็นเรื่องปกติที่บรรยากาศจะมีความคึกคักมากขึ้น

จากการศึกษาทำเลที่ตั้งของเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว นั้นทำให้พบว่าการที่ศูนย์การค้าหนึ่ง จะเติบโตขึ้นมาได้นั้นไม่จำเป็นต้องตั้งอยู่ในใจกลางเมือง หรือบริเวณที่เป็นย่านการค้าคับคั่งเก่าแก่มาก่อน เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าวเป็นตัวพิสูจน์ว่าเพียงมีแหล่งคนที่มีความสามารถในการจับจ่ายและ

¹¹¹ สมศักดิ์ กิ่งสวัสดิ์ อายุ 51 ปี. สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2550, ณ ริมถนนพหลโยธิน

¹¹² อ่ำไพ วานกุล อายุ 80 ปี. สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2550, ณ ริมถนนพหลโยธิน

การเข้าถึงที่สะดวก ก็จะทำให้ศูนย์การค้าสามารถประสบความสำเร็จขึ้นมาได้ แต่อย่างไรก็ตามก็ต้องอาศัยองค์ประกอบอื่นๆ โดยเฉพาะสิ่งที่อยู่ภายในศูนย์การค้าว่าจะสามารถดึงดูดผู้คนที่มาใช้บริการนี้ให้เป็นเพียง “แวะผ่าน” หรือ “แวะซื้อ” สินค้าและบริการในศูนย์การค้านี้

2) การกำเนิดของเดอะมอลล์ งามคำแหง

เดือนธันวาคม พ.ศ. 2526 มีการเปิดห้างเดอะมอลล์ ที่ย่านหัวหมาก ถนนรามคำแหง ซึ่งเป็นทำเลชานเมือง ไม่ต่างอะไรกับลาดพร้าว เพียงแต่เป็นบริเวณที่ไกลกว่า ถนนด้า น้ำท่วม แต่ด้วยการที่สุขชัย อัมพุกเสิ่งเห็นว่าย่านนั้นมีหมู่บ้านจำนวนมาก มีมหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของเมืองไทย มีนักศึกษาจำนวนมาก จึงมีแนวโน้มว่าต้องมีอัตราจำนวนผู้คนขยายออกมาอยู่อาศัยมากขึ้น ในที่สุดสุขชัยจึงตัดสินใจเช่าที่ดินจำนวน 20 ไร่ ซึ่งตอนนั้นยังเป็นสวนอยู่ แล้วลงมือก่อสร้างด้วยแนวคิดที่ต้องการจะรวมทุกอย่างให้อยู่ภายใต้หลังคาเดียวกัน ให้ตรงกับแนวคิดของเดอะมอลล์ (The mall) เรื่องนี้ได้ถ่ายทอดไว้โดยลูกหลานของสุขชัย ความว่า

ความที่เดอะมอลล์ 2 มีเนื้อที่มาก พ่อจึงคิดว่า ต้องทำเดอะมอลล์แห่งนี้ให้เป็นเมือง โดยจะจัดให้มีหลายๆ อย่างอยู่ในนั้น แต่เดิมไม่มีโรงหนังอยู่ในศูนย์การค้ามาก่อน พ่อก็เริ่มเอาโรงหนังเข้ามา คือพ่อมองถึงว่า ในสมัยก่อนช่วงที่พาหุรัด วังบูรพา เป็นแหล่งช้อปปิ้งที่โด่งดังที่สุดของยุค ทุกคนจะไปเดินแล้วมีโรงหนังใหญ่ๆ 3 แห่งอยู่ใกล้ๆ กัน คือ แกรนด์ กิงส์ ควีนส์

พ่อคิดต่อไปว่า ตอนนั้นมีสยามสแควร์แล้ว ตรงนั้นมีตัวโรงหนัง 3 โรง คือ สยาม ลิโด สกาลา และมีตึกแถวที่เปิดเป็นร้านอยู่รอบๆ พ่อจึงคิดจะหาวิธีที่จะใส่ทุกอย่างเข้าไปในนี้ จึงออกแบบสร้างตึกซึ่งทั้งห้างสรรพสินค้า โรงหนัง ร้านค้า และมีถนนหนทางเข้า - ออกล้อมรอบ มีที่อยู่อาศัย คือ มือพาร์ทเมนท์ด้วย ใส่ทุกอย่างเข้าไปที่นี้เพื่อให้เกิดความใหญ่ เพราะถ้าไม่ใหญ่ก็ไม่สามารถดึงดูดคนมาได้¹¹¹

แรงบันดาลใจสำคัญของสุขชัย คือ การเดินทางไปดูการดำเนินธุรกิจช้อปปิ้งมอลล์ที่สหรัฐอเมริกา จุดสังเกตที่ได้กลับมา คือ ธุรกิจช้อปปิ้งมอลล์ของอเมริกามักจะอยู่ตามชานเมือง

¹¹¹ บริษัทเดอะมอลล์กรุ๊ปจำกัด, อนุสรณ์เนื่องในพิธีพระราชทานเพลิงศพนายสุขชัย อัมพุก, หน้า 64

มากกว่าที่จะอยู่ในตัวเมือง ดังนั้น หลังจากกลับจากดูงานที่อเมริกานั้นแล้ว จึงเริ่มไปหาทำเล
แถบชานเมือง และเนื่องจากบ้านอยู่แถวอ่อนนุชจึงได้ไปดูทำเลแถบใกล้บ้านคือ ย่านรามคำแหง

ในที่สุดศุภชัยก็ตัดสินใจก่อสร้างศูนย์การค้าเดอะมอลล์ ขึ้นที่ย่านหัวหมากในปี พ.ศ. 2526
ประกอบด้วยตึก 3 ชั้น บนเนื้อที่ 20 ไร่ ซึ่ง *ธนวัฒน์ ทรัพย์ไพบุลย์* ได้กล่าวไว้ว่า

ในช่วงเปิดศูนย์การค้าเดอะมอลล์ ชาวบ้านย่านนั้นแทบจะไม่
รู้จักศูนย์การค้าเดอะมอลล์รามคำแหงมาก่อน อาจเป็นเพราะในยุคนั้น
ย่านรามคำแหง หัวหมากยังไม่เคยมีห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าที่
ใหญ่ๆ มาก่อน ชาวบ้านจะรู้จักว่าแถบนั้นมีแต่น้ำท่วม และมี
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้วยเหตุนี้ในช่วงแรกศูนย์การค้าเดอะมอลล์
รามคำแหงจึงถูกวิพากษ์วิจารณ์ไม่น่าจะประสบความสำเร็จ แต่เดอะ
มอลล์ รามคำแหง ก็มีโชคจำหน่ายสินค้าที่คึกคักเรื่อยๆ¹¹⁴

จะเห็นได้ว่าปี พ.ศ. 2526 เป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญ คือ การเปลี่ยนทิศทางทำเลที่ตั้งของ
ศูนย์การค้าไปยังบริเวณชานเมือง เพื่อรองรับการขยายตัวของเมือง นอกจากนี้ ยังสร้างให้ศูนย์การค้า
มีลักษณะเป็นศูนย์การค้าครบวงจร โดยเฉพาะที่เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว เพื่อสนองตอบต่อวิถีชีวิต
ของคนเมืองที่มีเวลาจำกัด ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ได้สะท้อนให้เห็นว่า ศูนย์การค้าครบวงจร
นั้นเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการและวิถีชีวิตของคนเมืองที่เริ่มเปลี่ยนแปลงไป และทำให้
คนกรุงเทพฯ ที่อาศัยอยู่บริเวณชานเมืองสามารถเข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้าได้มากขึ้น

4.2.3 ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าช่วงปลายทศวรรษที่ 2520 (พ.ศ. 2527 – 2529)

ปี พ.ศ. 2527 – 2528 มีการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้า
อย่างมาก โดยมีห้างสรรพสินค้าเกิดขึ้นมากกว่า 10 แห่ง ทั้งที่มีเจ้าของกิจการเป็นคนไทยและ
ชาวต่างชาติ แหล่งทำเลที่ตั้งที่โดดเด่น คือ ย่านราชดำริ เพราะมีทั้งคนทำงานและคนที่เดินทางเข้ามา
ติดต่อในย่านนี้อย่างมหาศาลและยังมีโรงแรมชั้นนำ ที่ทำให้ได้ลูกค้าชาวต่างประเทศอีกด้วย โดยวันที่
1 ธันวาคม พ.ศ. 2527 วันเดียวมีศูนย์การค้าเปิดถึง 4 แห่ง คือ อัมรินทร์พลาซ่า ย่านราชประสงค์ที่มี
ห้างโซโกซึ่งเป็นห้างของญี่ปุ่นมาเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญ สีลมเทรดเซนเตอร์ ซิดดี้พลาซ่า และ
ริเวอร์ซิตี¹¹⁵

¹¹⁴ อ้างอิงจากธนวัฒน์ ทรัพย์ไพบุลย์, *สุดยอดเจ้าสัวไทย ภาค 2*, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มติชนบุ๊คเฮนซ์, 2540, หน้า 285.

¹¹⁵ อนุกต ภาวิกรม และคณะ, "ศูนย์การค้า" สารคดี 1, 1 (กุมภาพันธ์ 2528) : 26 – 39.

ต่อมาในปี พ.ศ. 2528 ก็ได้มีศูนย์การค้าเพนินซูล่าพลาซาและห้างที่มาจากฝรั่งเศส คือ กาเลอรีส์ ลาฟาแยตต์ แต่ศูนย์การค้าใหม่ที่โดดเด่นขึ้นมา คือ ศูนย์การค้ามาบุญครอง ซึ่งเป็น ศูนย์การค้าครบวงจร (Complex) และ ใหญ่โตที่สุดในจำนวน 8 ศูนย์การค้า (พิจารณาจากตารางที่ 2.2 ประกอบ) ต่างอยู่สี่แยกปทุมวัน ลงทุนโดยกลุ่มบริษัทมาบุญครองซึ่งมีกิจการธุรกิจครอบคลุมหลาย สาขา เช่น การก่อสร้าง อุตสาหกรรมและเดินเรือ โดยทางกลุ่มมาบุญครองเช่าที่ดินจากจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารกสิกรไทยเป็น แหล่งสำคัญ

ตารางที่ 2.2 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่เปิดปี พ.ศ. 2527 จนถึงต้นปี พ.ศ. 2528

ชื่อโครงการ	อิมริทพลาซ่า	พันทิพย์พลาซ่า	มหาทุนพลาซ่า	แก้วฟ้าซอปปิงมอลล์	สยามนครเซนเตอร์	มาบุญครองเซนเตอร์	จิวเวลล่า	โรเจอร์วิลล์
ลักษณะโครงการ	- ศูนย์การค้า - สานักงาน	- ศูนย์การค้า - โรงภาพยนตร์	- ศูนย์การค้า - สานักงาน	- ศูนย์การค้า	- ศูนย์การค้า - สานักงาน	- ศูนย์การค้า - สานักงาน - โรงแรม	- ศูนย์การค้า	- ศูนย์การค้า
ห้าง/ที่ตั้ง	อ. เพลินจิต กทม.	ประตูน้ำ กทม.	อ. เพลินจิต กทม.	บางลำพู กทม.	หัวมุมถนนสีลม กทม.	สี่แยกปทุมวัน กทม.	ประตูน้ำ กทม.	พหลโยธิน อ. โขขันธ์ กทม.
เนื้อที่ (ไร่)	9	6	10	3	2.50	23	4	4
เจ้าของที่ดิน	บ. เวสต์คราฟท์เทรด เซนเตอร์	บ.ร.ว. พันทิพย์ บริพัตร	คุณคณิศ คุงส์มัท	เชาท์ของทอ.ค. พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้า ภาณุพันธ์ คุงส์	ทรัพย์กิจส่วน พระมหากษัตริย์	จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	กฤษณ ช. ชาติ	เชาท์พระยา ดิ. คุงส์
เจ้าของโครงการ	บ. อิมริท ดีเวลอปเม้นท์	บ. ทิพย์พัฒนา อเนก จำกัด	บ. มหาทุนพลาซ่า จำกัด	บ. แก้วฟ้าซอปปิง อเนก	บ. ที.เอส. เรียว มอ เตอ จำกัด	บ. มาบุญครองอเนก ทีชเคไอโซ จำกัด	บ. จิวเวลล่า	บ. ไทยโรเจอร์วิลล์
กองอำนวยการ	ธ. ไทยพาณิชย์ บงก. บุกลักษณ์ บงก. สินธุสาทรภกร บงก. ธนชาติ บงก. ธนสยาม	ธ. กรุงทพ ธ. ไทยทพ ธ. ศรีนคร บงก. เงินทุนสากล	บ. มหาทุนวิมทุน	ธ. กรุงทพ หุ้นส่วนของบริษัท	บงก. สกลนคร บงก. ศาวิริยา	ธ. ไทยพาณิชย์ ธ. กสิกรไทย นักธุรกิจท้องถิ่น	ธ. กสิกรไทย	ธ. บลชีพเมย์ อเนก ดีเวลอปเม้นท์ บ. วิมลพาณิชย์อเนก วิมทุน จำกัด บงก. ศรีนคร อเนก
เงินลงทุน (ล้านบาท)	800	300	400	500	340	3,000	500	415
ชื่อห้างสรรพสินค้า	โรเจอร์วิลล์ ดิพาร์ตเมนท์สโตร์	เอ็กซ์เซล ดิพาร์ตเมนท์สโตร์	บิกเบตส์ ดิพาร์ตเมนท์สโตร์	นิววีลด์ ดิพาร์ตเมนท์สโตร์	โรบินสัน ดิพาร์ตเมนท์สโตร์	โรเจอร์วิลล์ ดิพาร์ตเมนท์สโตร์	จิวเวลล่า ดิพาร์ตเมนท์สโตร์	โรเจอร์วิลล์ ดิพาร์ตเมนท์สโตร์
พื้นที่อาคารทั้งหมด (ตร. เมตร)	84,000	22,600	30,000	53,200	12,955	140,000	40,000	11,000
พื้นที่ห้างสรรพสินค้า (ตร. เมตร)	30,000	15,000	10,400	41,800	12,000	12,000	12,000	ไม่มี ห้างสรรพสินค้า
จำนวนชั้น สราพสินค้า	4	4	4	4	5	5	6	-
จำนวนชั้นทั้งหมด	31	9	4	14	20	ศูนย์การค้า 5 ชั้น สำนักงาน 17 ชั้น โรงแรม 32 ชั้น	6	4
จำนวนห้องเช่า	1,000 ห้อง	2,000 ห้อง	1,300 ห้อง	670 ห้อง	400 ห้อง	2,500 ห้อง	400 ห้อง	500 ห้อง
เปิดใช้	1 ธ.ค. 27	5 ธ.ค. 27	29 ธ.ค. 27	24 ธ.ค. 27	1 ธ.ค. 27	7 ธ.ค. 28	1 ธ.ค. 27	1 ธ.ค. 27

ที่มา : อ้างใน เอนก นาวิกมูลและคณะ, “ศูนย์การค้า,” สารคดี 1. 1 (กุมภาพันธ์ 2528) : 40.

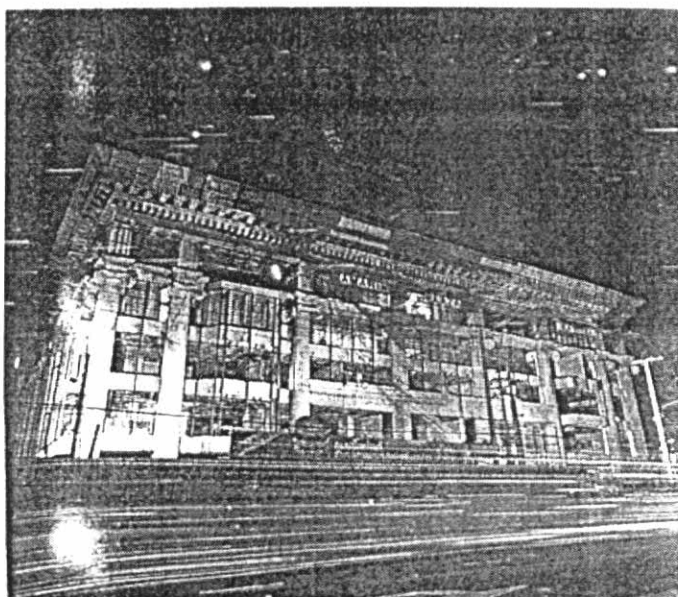
ประเด็นที่น่าสังเกตของการเติบโตของศูนย์การค้ากลางเมืองในช่วง พ.ศ. 2527 - 2528 นี้ นั่นคือการแข่งขันกันใหญ่โต โอ้อ้อ และการแข่งขันหรูหรา ผ่านลักษณะการก่อสร้างและการตกแต่ง เพื่อเป็นจุดดึงดูดให้คนเข้ามาใช้บริการ ลักษณะเช่นนี้มักเกิดขึ้นกับศูนย์การค้าอยู่ใจกลางเมือง เนื่องจากใจกลางเมืองเป็นแหล่งกำเนิดของความเจริญและความหรูหรา ผู้คนที่อยู่อาศัยหรือเดินทาง มาต้องการสิ่งที่แสดงออกซึ่งความเจริญนั้น จึงทำให้ปรากฏออกมาในรูปแบบของสถาปัตยกรรม เช่น ศูนย์การค้ามาบุญครอง ที่สร้างศูนย์การค้าด้วยการใช้วัสดุ “หินอ่อน” ทั้งอาคารและแสดง ลักษณะเฉพาะของศูนย์การค้าตนผ่านสโลแกนว่า “นครหินอ่อน นุ่มปทุมวัน”¹¹ ซึ่งเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญของมาบุญครอง

มาบุญครองเลือกใช้คำว่า “นคร” ที่แปลว่า “เมือง” สื่อให้เห็นชัดเจนของบทบาทในฐานะ ผู้ผลิตพื้นที่แบบเมืองขึ้นมาใหม่ “หินอ่อน” เป็นสัญลักษณ์ของความหรูหรา และความเป็นชั้นสูง เพราะหินอ่อนมักนิยมนำไปสร้างสถาปัตยกรรมเพื่อชนชั้นสูง เช่น พระราชวัง หรือพระที่นั่ง นอกจากนี้มาบุญครองยังมีคำโฆษณาว่า “ถนนทุกสายมุ่งสู่มาบุญครอง”¹² ซึ่งบ่งบอกจะสะท้อนว่า มาบุญครองเป็นตัวดึงดูดผู้คนจากทุกหนแห่งให้มาใช้บริการแล้ว การใช้คำโฆษณาที่เกี่ยวกับสำนวน ว่า “ถนนทุกสายมุ่งสู่กรุงโรม” การใช้คำว่า “มาบุญครอง” แทนที่ “กรุงโรม” ซึ่งก็มีความสัมพันธ์ กับ “นครหินอ่อน” ย่อมสะท้อนให้เห็นชัดเจนว่าการได้ไปเยือนศูนย์การค้ามาบุญครองดุจดังไป เยือนต่างประเทศที่เป็นแหล่งอารยธรรมโลก ประเด็นที่มาบุญครองเสนอจึงเป็นเรื่องการเสนอพื้นที่ “ท่องเที่ยว” เยี่ยมชมมากกว่าการเสนอพื้นที่ของสินค้า นอกจากนี้อีกหนึ่งกรณีตัวอย่างที่แสดงให้เห็น ถึงความโอ้อ้อ หรูหรา เป็นจุดดึงดูดนั้น คือ ศูนย์การค้าอัมรินทร์ พลาซ่า

¹¹ โอบน บวกบุญ, “ศูนย์การค้า”, สารคดี, 39.

¹² เรื่องเดียวกัน.

ภาพที่ 2.8 แสดงภาพถ่ายของศูนย์การค้าอัมรินทร์ พลาซ่า พ.ศ. 2528



ที่มา : เอนก นาวิกมูล, “ศูนย์การค้า,” สารคดี, 2528.

พิจารณาจากภาพที่ 2.8 ศูนย์การค้าอัมรินทร์ พลาซ่า เป็นอีกศูนย์การค้าหนึ่งที่ตั้งอยู่ในใจกลางเมือง สถาปัตยกรรมการก่อสร้างใช้ห้วเสาแบบไอโอนิก (Ionic) ตามสถาปัตยกรรมรูปทรงเดียวกับวิหารกรีกมีความหรูหรา โอ่อ่า และมีป้ายโฆษณาด้านล่างเพื่อโฆษณาว่า “แมกโดนัลด์” จากอเมริกาจะมาเปิดแห่งแรกในประเทศไทยที่ศูนย์การค้านี้ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของคนใจกลางเมืองที่มีค่านิยมแบบตะวันตกมากขึ้น

งานสถาปัตยกรรมหรูหาดังกล่าวจึงทำให้ของศูนย์การค้ากลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อนหย่อนใจและกลายเป็นสถานที่สำคัญของเมืองที่ต้องไปเยี่ยมชม¹¹⁸

ในปี พ.ศ. 2529 สุกชัยก็มามุ่งพัฒนาเดอะมอลล์ 2 ย่านรามคำแหง ด้วยความคิดว่า เดอะมอลล์ 2 ยังไม่ครบวงจรพอจึงติดต่อขอเช่าที่ดินแปลงที่อยู่ฝั่งตรงข้ามถนนซึ่งเป็นเจ้าของคนเดียวกัน เป็นที่มาของ “เดอะมอลล์ ซุปเปอร์เซ็นเตอร์” ที่เรียกว่า “เดอะมอลล์ 3” โดยชั้นล่างเปิดเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตใหญ่เป็นที่กำเนิดของ “โฮม เฟรช มาร์ท” และมีการดึงคนทั้ง 2 ฝั่งถนนให้เข้าด้วยกัน หลังการขออนุญาตจากกรุงเทพมหานครทำสะพานลอยเชื่อมต่อกัน¹¹⁹ โดยทางเดอะมอลล์ออก

¹¹⁸ ไซริคค์ เจริญสินโอฬาร, วาทกรรมกรพัฒนา, หน้า 184.

¹¹⁹ บริษัทเดอะมอลล์กรุ๊ปจำกัด, อนุสรณ์เนื่องในพิธีพระราชทานเพลิงศพสุกชัย อัมพูช, หน้า 66.

ค่าใช้จ่ายเองแล้วมอบให้แก่ทางกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นที่แรกที่มีทางเลื่อนบนสะพานลอย¹²⁰ หลังจากนั้นก็เกิดโครงการเดอะมอลล์ 4 บนเนื้อที่ประมาณ 10 ไร่ เนื่องจากการขยายสาขาของห้างเซ็นทรัลมาที่หัวหมาก ด้วยการสร้างเป็น “The Mall Food Street & Entertainment Complex” โดยทำให้บริเวณชั้นล่างเป็นร้านอาหารทั้งหมด มีคิสโก้เชค ไอซ์สเก็ค โบว์ลิง และสถานบริการร่างกาย ทำให้คนไม่ได้มาซื้อของอย่างเดียว แต่ยังมีรับประทานอาหารเช้าของใช้บริการด้านต่างๆ อีกด้วย ด้วยความที่เดอะมอลล์ 4 มีขนาดเล็กกว่าจึงเปิดบริการก่อนในวันที่ 18 ตุลาคม 2529 หลังจากนั้นก็เปิดเดอะมอลล์ 3 ในวันที่ 27 พฤศจิกายนของปีเดียวกัน¹²¹ การที่มีเดอะมอลล์ 2, 3, 4 ทำให้ย่านนั้นดูจะเป็น “อาณาจักรแห่งเดอะมอลล์” สมกับเจตนารมณ์ของเดอะมอลล์ที่ตั้งใจจะเป็นอภิมหาอาณาจักรศูนย์การค้าแน่นอนว่าผู้คนชานเมืองเริ่มซึมซับวัฒนธรรมการเข้าศูนย์การค้าเช่นนี้มากขึ้น โดยเฉพาะนักศึกษารามคำแหงที่ต้องไปเยือนเพื่อหาประสบการณ์ตามวิธีการดังคู่คี่ต่างๆ ที่เดอะมอลล์ได้นำเสนอสิ่งที่ *ศุภลักษณ์ อัมพุก* กล่าวว่า

ที่เราตัดสินใจออกมาทำที่เดอะมอลล์ รามคำแหง เพราะคิดว่ารอบบ้านเมืองเจริญขึ้นมากและมีหมู่บ้านจัดสรรเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมากมาย ดีพาร์ทเมนท์ส โดร์ย่านั้นก็ยังมี ในขณะที่กลางเมืองเต็มไปด้วยปัญหาจราจรติดและเนื้อที่แออัด เราจึงเน้นไปที่รามคำแหงแทน ซึ่งผลที่ออกมาก็พิสูจน์ทฤษฎีของเราว่าได้ผล¹²²

จะเห็นได้ว่าพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและการพัฒนามาเป็นศูนย์การค้าครบวงจรในทศวรรษที่ 2520 นั้น เป็นไปเพื่อตอบสนองวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ทั้งในใจกลางเมืองและชานเมือง จุดเด่นของพัฒนาการห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในทศวรรษที่ 2520 นั้น คือ การเริ่มขึ้นของศูนย์การค้าชานเมืองและการเกิดอย่างหนาแน่นของศูนย์การค้าในเมือง ซึ่งเป็นไปเพราะความมั่นใจในการลงทุนเนื่องจากปลายทศวรรษที่ 2520 เป็นยุคที่เริ่มต้นของยุคแห่ง “โชติช่วงชัชวาล” ตามการประกาศของรัฐบาลสมัยพลเอก เปรม ติณสูลานนท์ อย่างไรก็ตามพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงนี้ได้เป็นต้นแบบและส่งผลต่อพัฒนาของศูนย์การค้าที่จะเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 2530

¹²⁰ เรืองดิษกานัน, หน้า 66.

¹²¹ เรืองดิษกานัน, หน้า 67.

¹²² ศุภริชัช ศิริวงษ์วัฒนา และคณะ, “ย่านราชดำริ,” *มีเดียโฆษณาและการตลาด* : 20.

เมื่อพิจารณาพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2520 แล้ว พบว่ามีความสัมพันธ์กับบริบททางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงระยะเวลาเดียวกัน กล่าวคือ จากความไม่มั่นคงทางการเมืองภายในในปลายทศวรรษที่ 2510 การเกิดวิกฤตการณ์น้ำมันครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2522 นั้น ทำให้ในช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. 2520 – 2523 นั้นมิได้มีการเกิดของศูนย์การค้า แต่เมื่อเหตุการณ์ทุกอย่างเริ่มคลี่คลายลง อัตราเงินเฟ้อลดลง ราคาสินค้าลดลง ภาวะการเมืองที่มีบรรยากาศแบบเสรีประชาธิปไตย และการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจสมัยพลเอกเปรม ติณสูลานนท์นั้น ทำให้เกิดบรรยากาศแห่งการลงทุนหรือเปิดกิจการใหม่ ดังนั้น ทำให้ในปี พ.ศ. 2524 เป็นปีที่มีการเปิดห้างเซ็นทรัล ลาดหญ้า ฝั่งธนบุรี เพื่อรองรับการขยายตัวของเมือง แต่แนวโน้มของเมืองมีการขยายตัวไปทางตะวันออกมากขึ้น โดยเฉพาะหลังจากการมีโครงการพัฒนาชายฝั่งทะเลตะวันออกตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 ทำให้เกิดศูนย์การค้าที่อยู่ฝั่งตะวันออกมากขึ้น เช่น เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว และเดอะมอลล์ งามคำแหง ดังนั้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 – 2526 จึงมีห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าเกิดขึ้นมาก

การลดค่าเงินบาทในปี พ.ศ. 2527 และราคาน้ำมันในตลาดโลกลดลงในปี พ.ศ. 2528 เอื้อต่อการเปิดศูนย์การค้าเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2527 ที่มีการเกิดศูนย์การค้าใจกลางเมืองขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งรองรับกับการพัฒนาย่านธุรกิจใจกลางเมืองและต่างพัฒนาให้ศูนย์การค้าคนยิ่งใหญ่อ้อ่า และหรรษา เพื่อดึงดูดคนกรุงเทพฯ แถบนั้นที่มีอำนาจในการซื้อสูงให้เข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้า

นอกจากนี้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 และ ฉบับที่ 5 มีผลต่อการขยายตัวของกลุ่มทุน โดยเฉพาะชนชั้นกลางเชื้อสายจีน ซึ่งพิจารณาได้จากผลการดำเนินงานของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 ที่ปรากฏว่า ธุรกิจสาขาการก่อสร้างและคมนาคมเป็นธุรกิจที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นกว่าเป้าหมาย¹²¹ ซึ่งธุรกิจดังกล่าวส่วนใหญ่อยู่ในการควบคุมของนักธุรกิจเชื้อสายจีน เช่น ธุรกิจการก่อสร้างของตระกูลลิปตพัลลภ (แช่เชียว) ตระกูลกรณสูตร (แช่ตั้ง) ธุรกิจสีทาบ้าน TOA ของตระกูลตั้งการวะคุณ (แช่ตั้ง) ธุรกิจผลิตกระจกของตระกูลศรีเฟื่องฟู่ง (แช่แต่)¹²⁴ ส่วนผลของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 ธุรกิจด้านบริการและความบันเทิง ธุรกิจด้านการก่อสร้าง และด้านอุตสาหกรรมมีอัตราการขยายตัวสูง ซึ่งก็มีนักธุรกิจเชื้อสายจีนที่เป็นเจ้าของหรือผู้ดำเนินงาน เช่น ธุรกิจห้างสรรพสินค้าและโรงแรมไนโครีเซ็นทรัลของตระกูลจิราธิวัฒน์ (แช่เจ็ง) ธุรกิจห้างเดอะมอลล์ของตระกูลอัมพูช (แช่อื้อ) ธุรกิจห้างมาบุญครองของตระกูลบุญกุล (แช่หม่า) ธุรกิจทางด้านการเกษตร เจ้าของบริษัทเครือเจริญ

¹²¹ ธนาคารทหารไทย, เรื่องเดิม, หน้า 114.

¹²² ธนวัฒน์ ทรัพย์ไพบูลย์, 55 ตระกูลดังภาค 1 และ ภาค 2 (กรุงเทพฯ : กรุงเทพฯธุรกิจ, 2543), หน้า 12 – 37.

โกกกันท์ (ซีพี) ของตระกูลเจียรนวนนท์ (แซ่เจีย)¹²⁵ ทั้งหมดที่กล่าวมานี้แสดงถึงการขยายตัวของกลุ่มทุนเชื้อสายจีน ประกอบกิจการยังคงมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติ ทำให้ในช่วงปลายทศวรรษที่ 2520 เกิดการรวมตัวของกลุ่มทุนตั้งเป็นบริษัท เช่น ทรัลพัฒนา การเกิดขึ้นของศูนย์การค้าที่เป็นกลุ่มทุนเชื้อสายจีนและการลงทุนของชาวต่างชาติ เช่น กาแลอรี่ส์ ลาฟายแอสต์ นอกจากนี้การเข้าสู่ยุคโชติช่วงชัชวาล ทำให้เศรษฐกิจกระเตื้องขึ้น คนจึงมีความสามารถในการจับจ่ายมากขึ้น เกิดต่อการขยายตัวของศูนย์การค้าอย่างมาก ซึ่งสืบเนื่องไปถึงทศวรรษที่ 2530

5. ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าช่วงทศวรรษที่ 2530

5.1 บริบททางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงทศวรรษที่ 2530 (พ.ศ. 2530 – 2539)

- 1) นโยบายของรัฐกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 – 2534) และ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 – 2539)

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 – 7 นั้น ได้ตรงกับสมัยรัฐบาลที่บริหารประเทศ ได้แก่ รัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ (พ.ศ. 2531 – 2534) รัฐบาลนายอานันท์ ปันยารชุน (พ.ศ. 2534 – 2535) รัฐบาลพลเอกสุจินดา คราประยูร (เมษายน พ.ศ. 2535 – มิถุนายน พ.ศ. 2535) รัฐบาลนายอานันท์ ปันยารชุน (มิถุนายน พ.ศ. 2535 – กันยายน พ.ศ. 2535) รัฐบาลนายชวน หลีกภัย (พ.ศ. 2535 – 2538) และรัฐบาลนายบรรหาร ศิลปอาชา (พ.ศ. 2538 – 2539) ตามลำดับ

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 – 2534) เกิดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 โดยเน้นการรักษาระดับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพื่อให้สามารถรองรับแรงงานและสร้างความเท่าเทียมกันในการกระจายรายได้¹²⁶ มุ่งเน้นอุตสาหกรรมการส่งออก อุตสาหกรรมวิศวกรรมเพื่อเป็นฐานอุตสาหกรรมอื่นในระยะยาว อย่างไรก็ตามผลจากการพัฒนาตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 นั้น เศรษฐกิจของประเทศไทยได้ฟื้นตัวและขยายตัวอย่างต่อเนื่องสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ในแผนพัฒนาฯ ถึงหนึ่งเท่าตัวมีการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้สัมพันธ์กับเศรษฐกิจโลกมากขึ้น มีการเน้นบทบาทของภาคเอกชนและให้ความสำคัญกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการพัฒนาประเทศ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวในอัตราสูงนั้น เป็น

¹²⁵ เรื่องเดียวกัน, หน้า 67.

¹²⁶ ธนาคารทหารไทย จำกัด, *เรื่องเดิม*, หน้า 154 – 155.

เพราะการขยายตัวทั้งการส่งออก การลงทุนและการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการจ้างงานและรายได้โดยรวมที่สูงขึ้น¹²⁷

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 – 2539) เริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาคุณภาพชีวิต ตลอดจนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไว้มิให้เสื่อมโทรมลงไป และพยายามรักษาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างมีเสถียรภาพ อย่างไรก็ตามในช่วงระยะครึ่งแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 นั้น อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจยังคงขยายตัวอยู่ในระดับสูงและเป็น การยกฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศจากกลุ่มประเทศ “รายได้ต่ำ” มาเป็น “รายได้ปานกลาง” โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อคนประมาณ 60,000 บาท ในปี พ.ศ. 2537¹²⁸

อย่างไรก็ตามการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงเกินไปโดยขาดการพัฒนาที่รากฐานอย่างมั่นคง ทำให้ในที่สุดเศรษฐกิจไทยอยู่ในช่วงที่เรียกว่า “ขาลง” กล่าวคือ เดิมคาดหมายไว้ว่าเศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ. 2539 จะเติบโตประมาณร้อยละ 8.3 แต่ปรากฏว่ามีอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 6.9¹²⁹ ทั้งนี้ เพราะได้สูญเสียตลาดสินค้าส่งออกที่เน้นการใช้แรงงาน อาทิ สิ่งทอ รองเท้า ให้กับประเทศคู่แข่ง อย่างจีนและเวียดนาม ประกอบกับปัญหาขาดดุลบัญชีเดินสะพัดมาอย่างยาวนาน ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยตกต่ำลงและกลายเป็นวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540

2) ประเด็นสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคมที่ส่งผลต่อพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและ ศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2530

(1) การเติบโตและรุ่งเรืองของ “ยุคโชติช่วงชัชวาล”

ทศวรรษ 2530 ถือได้ว่าเป็นทศวรรษที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงมาก โดยในปี พ.ศ. 2530 เศรษฐกิจขยายตัวสูงถึงร้อยละ 9.5 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2529 ขยายตัวเพียงร้อยละ 4.9 และ ต่อมาในปี พ.ศ. 2531 เศรษฐกิจขยายตัวสูงสุดถึงร้อยละ 13.2 หลังจากนั้นแม้จะชะลอตัวแต่ก็ยัง ขยายตัวอยู่ในระดับที่สูง¹³⁰ ซึ่งปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการเติบโตและรุ่งเรืองดังกล่าวนี้มาจากปัจจัย หลายประการ อาทิ

¹²⁷ เรื่องเดียวกัน, หน้า 162 – 163.

¹²⁸ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, เรื่องเดิม, หน้า 175

¹²⁹ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มหานคร จำกัด (มหาชน), เรื่องเดิม, หน้า 28 – 29.

¹³⁰ ธนาคารทหารไทย จำกัด, เรื่องเดิม, หน้า 162 – 163.

ประการแรก สถานการณ์เศรษฐกิจโลกเอื้ออำนวย โดยปี พ.ศ. 2530 – 2533 ราคาน้ำมันอยู่ในระดับที่ไม่สูงเกินไป ทำให้เศรษฐกิจโลกเกิดการฟื้นตัว ภาวะเงินเฟ้อไม่มาก จึงเกิดการขยายตัวของปริมาณการค้าของโลก ซึ่งทำให้ประเทศไทยได้เปรียบที่ราคาสินค้าส่งออกมีราคาที่ไม่สูงมากจึงสามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้

ประการที่สอง การย้ายฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศญี่ปุ่นและประเทศคู่แข่งมายังประเทศไทย ซึ่งเป็นผลจากข้อตกลงพลาซ่า (Plaza Accord) ในปี พ.ศ. 2528 เมื่อญี่ปุ่นถูกบีบจากประเทศกลุ่มอุตสาหกรรมชั้นนำ 7 ประเทศ (G7) ให้ปล่อยค่าเงินเยนให้แข็งค่าตามสภาพที่เป็นจริง เป็นผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าภายในญี่ปุ่นสูงเกินไป จึงต้องย้ายฐานการผลิตออกสู่ต่างประเทศ เพื่อลดต้นทุนการผลิต ประเทศที่เป็นเป้าหมายในการย้ายการผลิตประกอบด้วย จีน ไทย และอินโดนีเซีย ซึ่งทำให้เงินทุนจากต่างประเทศของญี่ปุ่นไหลเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมาก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา เมื่อค่าเงินเยนแข็งตัวขึ้น ในขณะที่ค่าเงินไทยอ่อนลง ประกอบกับราคาที่ดินในประเทศไทยก่อนปี พ.ศ. 2530 ยังมีราคาต่ำทำให้การซื้อขายที่ดินเพื่อการลงทุนและการเก็งกำไรเป็นไปอย่างกว้างขวาง และเมื่อประเทศญี่ปุ่นย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทย ประเทศคู่แข่งของญี่ปุ่น อาทิ อเมริกา ยุโรป หรือประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในเอเชียอย่าง ไต้หวัน เกาหลีใต้ ฮองกง และสิงคโปร์ ก็ต้องลงทุนเพื่อขยายการผลิตในไทยเพิ่มขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นมาก นอกจากนี้ยังมีการลงทุนของนักธุรกิจเอกชนคนไทยมาลงทุนประกอบกิจการเองมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2531 มีจำนวนกิจการที่ได้รับอนุมัติถึง 1,463 ราย จากในปี พ.ศ. 2530 จำนวน 627 ราย¹¹¹

ประการที่สาม การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการส่งออกมาเป็นการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมซึ่งเป็นผลมาจากการย้ายฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมจากต่างชาติเข้าสู่ไทย โดยมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม คือ จากร้อยละ 24.7 ในช่วงปี พ.ศ. 2527 – 2528 เป็นร้อยละ 30.7 ในปี พ.ศ. 2529 – 2533 ในขณะที่การส่งออกสินค้าเกษตรกรรมขยายตัวเพียงร้อยละ 6.5 และ ร้อยละ 5.8 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันนี้ นอกจากนี้ยังมีการให้ความสำคัญการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนและเทคโนโลยีมากกว่าที่ใช้แรงงาน

นอกจากนี้ นโยบายเปลี่ยนสนามรบให้เป็นสนามการค้าของรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ ยังทำให้การค้า โดยเฉพาะบริเวณชายแดนกับกลุ่มอินโดจีนเกิดการขยายตัวมากขึ้น

เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของไทยช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2538 นั้นพบว่าปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ พิจารณาได้จากตารางที่ 2.3

¹¹¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 164.

ตารางที่ 2.3 แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2530 - 2538

ปี	ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (พันล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2530	1,376.8	9.5
2531	1,559.8	13.3
2532	1,749.9	12.2
2533	1,946.2	11.2
2534	2,110.9	8.46
2535	2,282.1	8.11
2536	2,470.8	8.27
2537	2,686.7	8.7
2538	2,918.0	8.6

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย¹³²

และพิจารณาการบริโภคและการลงทุนในช่วงปี พ.ศ. 2530 - 2538 พบว่า มีการปริมาณที่เพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวกันกับการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ พิจารณาได้จากตารางที่ 2.4

¹³² อัมไบบ, บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มหาชนกิจ จำกัด (มหาชน), เรื่องเดิม, หน้า 20.

ตารางที่ 2.4 แสดงการบริโภคและการลงทุนในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2538

ปี	การบริโภค (พันล้านบาท)	การลงทุน (พันล้านบาท)
2530	964.4	392.4
2531	1,041.7	478.5
2532	1,145.0	586.3
2533	1,281.9	759.9
2534	1,365.9	865.5
2535	1,469.7	914.4
2536	1,591.2	1,011.3
2537	1,721.0	1,121.6
2538	1,857.7	1,260.4

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย¹³³

เป็นที่น่าสังเกตว่าแม้ในช่วงปี พ.ศ. 2533 จะเกิดวิกฤตการณ์น้ำมันครั้งที่ 3 เนื่องจากประเทศอิรักบุกเข้ายึดครองคูเวต แต่อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจก็ยังอยู่ในระดับสูง เนื่องจากว่าวิกฤตการณ์น้ำมัน 2 ครั้งที่ผ่านมาทำให้ประเทศไทยมีการปรับตัวและเตรียมรับมือกับสถานการณ์นี้ได้ แต่การที่เศรษฐกิจไทยพึ่งพิงทุนต่างชาติและการส่งออกอย่างมาก ทำให้เกิดการชะลอตัวลงของภาคอุตสาหกรรมและภาคก่อสร้างเล็กน้อย

ปี พ.ศ. 2534 เกิดการรัฐประหารพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ โดยคณะรักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติ (รสช.) ตามด้วยการเกิดเหตุการณ์เรียกร้องประชาธิปไตยในเดือนพฤษภาคม 2535 ทำให้เกิดภาวะความไม่มั่นคงทางการเมืองภายในประเทศ ซึ่งส่งผลต่อการชะงักงันทางเศรษฐกิจ แต่ก็ก็เป็นระยะเวลาอันสั้นหลังจากเหตุการณ์พฤษภาคม 2535 เศรษฐกิจก็กลับมาเติบโตขึ้นอีกครั้งจากการมีนายกรัฐมนตรีที่มาจากการเลือกตั้ง คือ รัฐบาลนายชวน หลีกภัย และการให้มิโนโยบายเปิดเสรีทางการเงิน

การเปิดเสรีทางการเงินหรือกิจการวิเทศธนกิจ (BIBF :Bangkok International Banking Facilities) หรือที่เรียกว่า “OFFSHORE BANKING”¹³⁴ เริ่มอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2536 ในสมัย

¹³³ อังโณ, เรื่องเดียวกัน, หน้า 46.

¹³⁴ เจริญ เหมภูวรัตน์, วิเทศธนกิจไทย (กรุงเทพฯ : บริษัท พอดี จำกัด), หน้า 5 – 9.

รัฐบาลนายชวน หลีกภัย ซึ่งทำให้มีการระดมเงินทุนจากต่างประเทศเข้ามาปล่อยกู้ให้กับบริษัทเงินทุน บริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์และธุรกิจเอกชน และเนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระดับต่ำจากต่างประเทศและอัตราดอกเบี้ยปล่อยกู้ระดับสูงภายในประเทศ ซึ่งมีส่วนต่างสูงมาก ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินต่างๆ จึงแข่งขันกันทำกำไรด้วยการเร่งนำเข้าเงินทุนระยะสั้นจากต่างประเทศมาปล่อยกู้ภายในเทศ แต่เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยในประเทศถูกกำหนดให้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง การลงทุนเพื่อไปผลิตสินค้าจึงขยายตัวน้อย ทำให้การขยายสินเชื่อสู่ภาคการผลิตสินค้ามีขอบเขตที่จำกัด จึงเกิดการขยายสินเชื่อไปยังภาคการผลิตที่มีการเก็งกำไร ได้แก่ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ปล่อยกู้ได้สะดวกกว่าธุรกิจอื่น ดังนั้น สถาบันการเงินจึงขยายสินเชื่อส่วนหนึ่งให้แก่ธุรกิจเก็งกำไรที่ดินและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์¹³⁵

การเจริญเติบโตของภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทำให้ประชาชนในประเทศมีรายได้จากผลตอบแทนการเก็งกำไรอสังหาริมทรัพย์เป็นมูลค่าสูงประกอบกับรายได้จากผลตอบแทนการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ทำให้ฐานะคนเมืองโดยเฉลี่ยสูงขึ้น ส่งผลให้อัตราการใช้จ่ายและอัตราการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยของประชากรมีจำนวนที่สูงขึ้น เกิดค่านิยมบริโภคสินค้าจากต่างประเทศมากขึ้น มีการไหลออกของเงินตราในประเทศเพื่อการจับจ่ายใช้สอยเกินความจำเป็น ส่งผลต่อสภาพสังคมที่เกิดการขยายตัวของสังคมบริโภค โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เกิดการใช้จ่ายเงินเกินตัวของเอกชนเป็นอย่างมาก¹³⁶

อย่างไรก็ตาม การเติบโตทางเศรษฐกิจก็ได้ทำให้การกระจายรายได้มีความเป็นธรรมมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2519 ร้อยละ 20 ของครัวเรือนไทยที่มีรายได้สูงสุดมีรายได้คิดเป็นร้อยละ 49.26 ของรายได้ประชาชาติ และในปี พ.ศ. 2531 มีสัดส่วนรายได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 54.1¹³⁷ ซึ่งประเด็นนี้เห็นได้ชัดเจนว่า ความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้มีทิศทางที่สูงขึ้นกว่าเดิม

จะเห็นได้ว่าตลอดทศวรรษที่ 2530 โดยเฉพาะช่วงปลายทศวรรษดังกล่าวนี้ แม้ภาวะเศรษฐกิจของไทยจะเจริญเติบโตสูงมาก ภาคธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะอสังหาริมทรัพย์ การเงินการธนาคาร การสื่อสาร โทรคมนาคม เติบโตในลักษณะก้าวกระโดด อาคารสำนักงาน สนามกอล์ฟ คอนโดมิเนียม รีสอร์ท บ้านจัดสรร เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก¹³⁸ และยังมีโครงการอุตสาหกรรมและโครงการสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ที่ใช้เงินทุนมหาศาลทั้งของภาครัฐและเอกชน ทำให้เศรษฐกิจใน

¹³⁵ ธนาคารแห่งประเทศไทย, 60 ปีธนาคารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2485 - 2545 (กรุงเทพฯ : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2545), หน้า 14 - 27, 47.

¹³⁶ เรื่องเดียวกัน, หน้า 14.

¹³⁷ สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศ, อังโณ, วันรักษ์ มิ่งมจินดาภิ, เศรษฐศาสตร์ไม่ยอมอย่างก็เกิด (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), หน้า 89.

¹³⁸ ธนาคารแห่งประเทศไทย, เรื่องเดิม, หน้า 28 - 29.

ช่วงเวลาดังกล่าวคาดว่าจะอยู่ในยุค “เฟื่องฟู” หากแต่เมื่อพิจารณาให้ดีแล้ว พบว่าการเจริญเติบโตนั้นมิได้มาจากรากฐานทางเศรษฐกิจที่มั่นคง เพราะการเจริญเติบโตมาจากการพึ่งพิงจากภายนอกเป็นหลัก ทั้งเงินทุนจากภายนอกประเทศ เงินกู้จากนโยบายเปิดเสรีทางการเงินหรือการพึ่งพิงรายได้จากการส่งออก ทำให้เป็นการเติบโตแบบที่เรียกว่า “ฟองสบู่” การขยายตัวของฟองสบู่ที่ใหญ่ขึ้น ทำให้เกิดฟองสบู่แตก และเป็นวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2540

(2) การขยายตัวของห้างสรรพสินค้าญี่ปุ่น

นับตั้งแต่การส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 เป็นต้นมานั้นทำให้เกิดการลงทุนอย่างเสรีของธุรกิจต่างชาติ แม้ต้องประสบกับการต่อต้านด้วยเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 แต่ธุรกิจชาวต่างชาติก็ยังสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ และในช่วงที่มีการแข่งขันในธุรกิจห้างสรรพสินค้าตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 2520 เป็นต้นมานั้น นอกจากนักธุรกิจผู้ประกอบการชาวไทยจะต้องแข่งขันกันเองแล้วยังต้องแข่งกับห้างสรรพสินค้าของต่างชาติ โดยเฉพาะจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเกิดมากขึ้นภายหลังข้อตกลงพลาซ่า ในปี พ.ศ. 2528

การคุกคามของห้างสรรพสินค้าญี่ปุ่นอย่างไทยไดมารู โตคิว โซโก้ จัสโก้ หรือ อิเซตัน ทำให้เกิดการรวมตัวกันของผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้าภายในประเทศ เพื่อเรียกร้องให้มีการคุ้มครองผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมค้าปลีก เนื่องจากห้างสรรพสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นที่เข้ามาใหม่ นั้นมักใช้วิธีการลดราคาให้มากกว่าราคาที่ขายในประเทศไทย เนื่องจากมีทุนมากซึ่งสามารถแบกรับภาระขาดทุนไปได้นานพอที่จะทำผู้ประกอบการของไทยเลิกกิจการ¹³⁹

นอกจากเรื่องของราคาแล้ว สินค้าที่จำหน่ายก็สร้างความแตกต่างในจุดยืนและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อันประกอบด้วยชาวญี่ปุ่นและชาวต่างชาติในประเทศไทย รวมถึงคนไทยชนชั้นกลางระดับบน¹⁴⁰ สินค้าที่ขายจึงไม่มีวางขายในห้างทั่วไป จุดแข็งสำคัญที่เป็นที่ยอมรับของห้างสรรพสินค้าจากประเทศญี่ปุ่น คือ การให้บริการลูกค้าซึ่งทางห้างของประเทศญี่ปุ่นถือว่าสำคัญที่สุด¹⁴¹ ซึ่งก็เป็นที่ประทับใจและสร้างความนิยมให้กับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวได้อย่างดี ทำให้ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวห้างสรรพสินค้าของไทยจึงต้องปรับตัวให้มีความหลากหลายในสินค้าและบริการต่างๆ มากขึ้น รวมถึงมีการจำหน่ายสินค้าญี่ปุ่น เพื่อตอบสนองความต้องการของคนที่นิยมสินค้าญี่ปุ่นด้วย

¹³⁹ “Department Stores : What Strategies, Which Direction ?,” *BUSINESS REVIEW* 17 : 31 – 32.

¹⁴⁰ ยุทธศักดิ์ สุภสร, “ธุรกิจค้าปลีกเมืองปลาบินในสมรภูมิเมืองไทย,” *วารสารส่งเสริมการลงทุน* 8 (มิถุนายน 2540) : 75-76.

¹⁴¹ ยุทธศักดิ์ สุภสร, “ยุคอะกิโกะ คาวานะ กรรมการผู้อำนวยการบริษัทอิเซตัน ประเทศไทย (จำกัด),” *วารสารส่งเสริมการลงทุน* 8 (มิถุนายน 2540) : 79.

(3) การขยายตัวของเมือง

ช่วงทศวรรษที่ 2530 ยังคงมีการขยายตัวของเมืองต่อเนื่องจากทศวรรษที่ 2520 และความรุ่งเรืองของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทั้งคอนโดมิเนียมและหมู่บ้านจัดสรรที่ก่อตั้งขึ้นย่านชานเมืองเพื่อรองรับการขยายตัวของเมืองนั้น ก็ยังทำให้ความเป็นเมืองแผ่ขยายไปมากขึ้น

การพัฒนาที่อยู่อาศัยชานเมืองทั้งที่ลงทุนโดยภาครัฐและเอกชน เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการขยายตัวของเมือง เพราะหากบริเวณใดที่อยู่อาศัยเกิดขึ้นมากที่สุด บริเวณนั้นย่อมมีการขยายตัวของชุมชน ดังในตารางที่ 2.5 แสดงสถิติจำนวนที่อยู่อาศัยที่ของอนุญาตก่อสร้างใหม่ในปี พ.ศ. 2535 – 2537 ดังนี้

ตารางที่ 2.5 แสดงสถิติจำนวนที่อยู่อาศัย จำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัย ที่ขอลอนุญาตก่อสร้างใหม่ ปี พ.ศ. 2535 - 2537¹⁴²

เขต	จำนวนรวมทั้งสิ้น (หลัง)	ร้อยละ
1. เขตเมืองชั้นใน	13,326	10
2. เขตต่อเมือง	82,786	65
3. เขตชานเมือง	31,934	25
รวม	128,036	100

ที่มา : สำนักงานผังเมืองกรุงเทพมหานคร

เมื่อเมืองเกิดการขยายตัว ย่านธุรกิจการค้าก็เกิดการขยายตัวตามไปด้วย จากที่มีแค่ย่านศูนย์กลางธุรกิจกลางเมืองซึ่งเป็นที่ตั้งของย่านธุรกิจการค้าที่มีมาตั้งแต่อดีต 4 บริเวณ ได้แก่ บริเวณเมืองเก่าสัมพันธวงศ์ บริเวณสีลม – สุรวงศ์ – สาทร บริเวณปทุมวัน – เพลินจิต – ราชเทวี และบริเวณสุขุมวิท – อโศก – คลองเตย มาเป็นย่านพื้นที่ขยายตัวจากศูนย์กลางธุรกิจ ซึ่งพัฒนาแนวถนนสายหลัก บริเวณถนนรัชดาภิเษก – พระรามที่ 9 เป็นบริเวณที่มีโครงการคมนาคมขนส่งผ่านเข้าไปอย่างมาก อาทิ โครงการ

¹⁴² กรมการผังเมือง แบ่งการกระจายตัวของที่อยู่อาศัยโดยศึกษาจากการแปลรูปถ่ายทางอากาศของกรุงเทพมหานคร ทำให้คาดประมาณขนาดพื้นที่เมืองและทิศทางการขยายตัว โดยแบ่งเป็น 3 บริเวณหลัก ดังนี้ 1. เขตเมืองชั้นใน 21 เขต ได้แก่ พระนคร, ป้อมปราบ, สัมพันธวงศ์, ดุสิต, ราชเทวี, ปทุมวัน, พญาไท, ธนบุรี, คลองสาน, บางพลัด, บางกอกน้อย, บางกอกใหญ่, บางรัก, ทลิ่งมลาย, จตุจักร, บางซื่อ, ภาษีawang, ดินแดง, สาทร, บางคอแหลม, ชานนชา 2. เขตต่อเมือง 13 เขต ได้แก่ ดอนเมือง, ลาดพร้าว, ทุ่งกุ่ม, บางเขน, บางกะปิ, สวนหลวง, พระโขนง, ประเวศ, กาญจนวนิช, จอมทอง, ราษฎร์บูรณะ, หนองแขม, ดลิ่งชัน 3. เขตชานเมือง 4 เขต ได้แก่ มีนบุรี, หนองจอก, ลาดกระบัง, บางขุนเทียน

ทางด่วนเอกมัย - รามอินทรา, และทางคู่ขนาน ทางด่วน ชั้นที่ 2 ฯลฯ นอกจากนี้บริเวณนี้ยังเชื่อมโยงกับถนนรามคำแหง, ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในบริเวณนี้จึงมีศูนย์การค้า เดอะมอลล์ รามคำแหง และเซ็นทรัล พลาซ่า หัวหมากเป็นศูนย์กลางที่สำคัญ บริเวณจตุจักร - ลาดพร้าว มีโครงข่ายถนนตัดผ่านหลายสาย รวมถึงเป็นที่ตั้งของสถาบันขนส่งสายเหนือ ตะวันออกเฉียงเหนือ มีโครงการพัฒนาเป็นสถานีระบบขนส่งมวลชนร่วม ทำให้เป็นจุดรวมของผู้คนจำนวนมาก และมีอิทธิพลต่อการพัฒนาโดยรอบ ในพื้นที่นี้จึงมีศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว เป็นศูนย์กลางที่สำคัญ บริเวณถนนปิ่นเกล้า อยู่ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา การพัฒนาเป็นศูนย์การค้า โรงแรม เกิดขึ้นรองรับประชากรกลุ่มรายได้ปานกลางและค่อนข้างสูงที่อยู่โดยรอบ เป็นประตูสู่ภาคตะวันตกและภาคใต้ เนื่องจากเป็นจุดต่อรถไฟไปยังสถานีขนส่งสายใต้ ในบริเวณนี้จึงมีศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ปิ่นเกล้า เป็นศูนย์กลางที่สำคัญ

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาพื้นที่ใหม่ชานเมืองโดยมีการก่อสร้างทางด่วนชั้นที่ 1 เชื่อมโยงเขตพระโขนงกับพื้นที่เมืองเขตชั้นใน ทำให้การเดินทางจากศูนย์กลางเมืองไปยังชานเมืองฝั่งตะวันออกบริเวณถนนบางนา - ตราด และถนนศรีนครินทร์ไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการขยายตัวของที่อยู่อาศัยและศูนย์การค้าขึ้นเพื่อรองรับชุมชนในบริเวณนี้ นอกจากนั้นถนนบางนา - ตราด ยังเป็นถนนที่เปรียบเสมือนเป็นประตูนำไปสู่พื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 และถนนศรีนครินทร์ยังมีความสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างเขตพระโขนง เขตประเวศ และจังหวัดสมุทรปราการกับชุมชนขนาดใหญ่ในเขตบางกะปิอีกด้วย¹⁴³

ตารางที่ 2.6 แสดงอัตราการขยายตัวของพื้นที่เมือง พ.ศ. 2530 - 2538

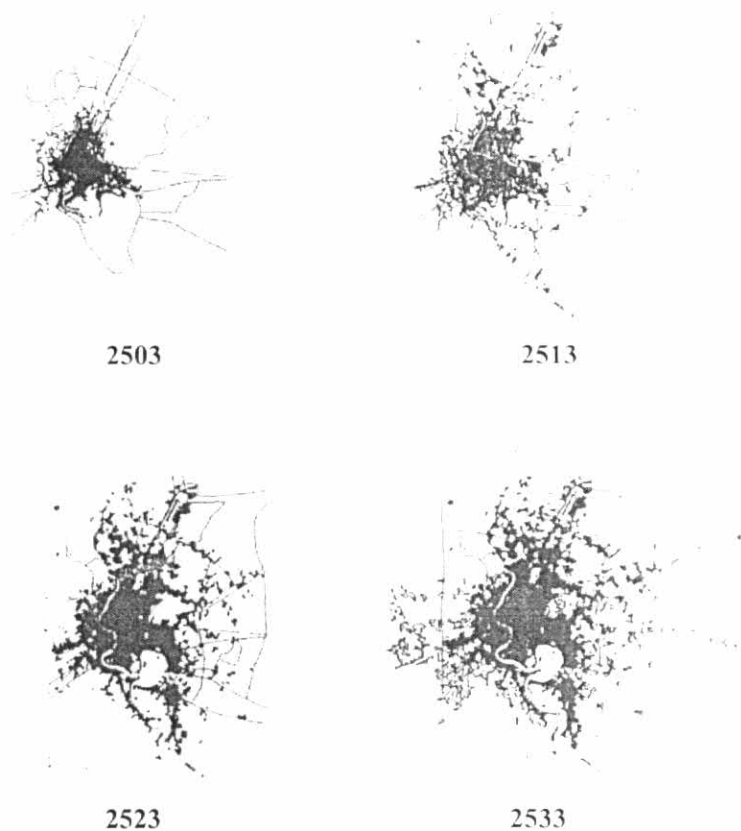
เขตพื้นที่	อัตราการขยายตัวของพื้นที่เมือง (ร้อยละ)
เขตเมืองชั้นใน	26.25
เขตต่อเมืองตะวันออก	36.63
เขตต่อเมืองตะวันตก	20.93
เขตชานเมืองตะวันออก	10.22
เขตชานเมืองตะวันตก	5.94

ที่มา : สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร

¹⁴³ วิยะมาศ เกษินทากุล, "อิทธิพลของศูนย์การค้าชานเมืองด้านตะวันออก," หน้า 63.

จากตารางที่ 2.6 แสดงให้เห็นว่าพื้นที่เขตต่อเมืองตะวันออก อันได้แก่ เขตลาดพร้าว เขตบางเขน และเขตบางกะปิ มีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับสูง การใช้ที่ดินส่วนใหญ่ของเขตนี้อาจเป็นที่อยู่อาศัยและย่านการค้า กระจายตัวให้บริการย่านพักอาศัย รองรับการพัฒนาขยายตัวจากเขตเมืองชั้นใน ประกอบกับในเขตดังกล่าวมีอัตราการเพิ่มประชากรสูง จึงทำให้เกิดการตั้งศูนย์การค้าในเขตนี้นี้มาก

ภาพที่ 2.9 แสดงพัฒนาการการเติบโตและขยายตัวของกรุงเทพมหานคร ระหว่างปี พ.ศ.2503 – 2533

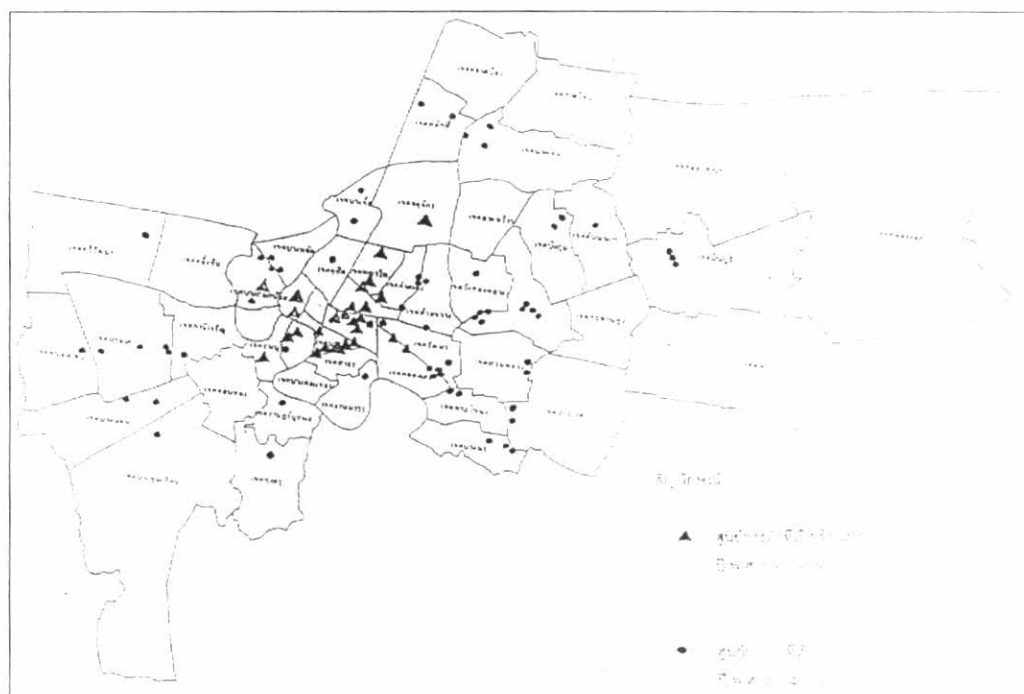


ที่มา : สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร

จากภาพที่ 2.9 นั้น แสดงให้เห็นว่าเมืองเกิดการขยายตัวไปเรื่อยๆ โดยมีแนวโน้มจะขยายตัวไปทางทิศเหนือและทิศตะวันออกมากยิ่งขึ้น ซึ่งก็มีความสัมพันธ์กับการตั้งศูนย์การค้าที่ระยะแรกจะกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพชั้นในแล้วเกิดการกระจายตัวไปทางทิศเหนือและทิศตะวันออกมากขึ้น และเริ่มที่จะกระจายไปทางตะวันตกมากขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2533 เป็นต้นมา

พิจารณาได้จากภาพที่ 2.10 แสดงตำแหน่งที่ตั้งศูนย์การค้าที่เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2512 – 2534 และ ปี พ.ศ. 2534 – 2540

ภาพที่ 2.10 แสดงตำแหน่งที่ตั้งศูนย์การค้าที่เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2512 – 2534 และ ปี พ.ศ. 2534 – 2540



ที่มา : ปิยะมาศ เลิศนภากุล¹⁴⁴

(4) การเกิดขึ้นของ “สังคมแห่งการใช้รถยนต์” ในกรุงเทพฯ

การที่เมืองขยายตัวออกไปในแนวทางราบตามที่ว่างอย่างรวดเร็วทำให้โครงสร้างคมนาคมเจริญเติบโตไม่ทันการขยายออกสู่ชานเมือง ความเจริญจะเกิดขึ้นเฉพาะตามเส้นทางสำคัญ และปล่อยที่ว่างในส่วนที่เส้นทางคมนาคมเข้าไปไม่ถึงไว้เป็นเรือกสวนไร่นา การที่ระบบคมนาคมไม่สามารถเจริญทันกับการขยายตัวออกสู่ชานเมือง ก็จะทำให้เกิดความสะดุดในการเข้ามาทำงานทำในเมือง ระบบขนส่งมวลชนไม่สามารถรองรับความต้องการนี้ได้¹⁴⁵

¹⁴⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 67.

¹⁴⁵ มาบพ พงศศักดิ์, รูปแบบการใช้ที่ดิน ระบบ และ โครงสร้างการสัญจรของกรุงเทพมหานคร, การพัฒนาและแนวโน้มในอนาคต, การวิจัยแม่บทเรื่อง “กรุงเทพฯ 2545”, 2527, หน้า 2 – 5.

ด้วยเหตุนี้จึงเกิด “สังคมแห่งการใช้รถยนต์” ขึ้น เนื่องจากมีการขยายตัวราคาที่ดินในเมืองแพงขึ้น ผู้คนส่วนใหญ่โดยเฉพาะประชากรกลุ่มอายุ 20 – 40 ปี ที่มีความสามารถในการจับจ่ายจึงนิยมซื้อบ้านหรือพักอาศัยตามชานเมืองที่มีราคาต่ำกว่าชุกกว่าในเมืองโดยหันมาพึ่งการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวแทน¹⁴⁶ โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในทศวรรษที่ 2530

ตารางที่ 2.7 แสดงจำนวนยานยนต์ที่จดทะเบียนในกรุงเทพฯ พ.ศ. 2503 – 2538

ปี	รถยนต์ (คัน)	รถจักรยานยนต์ (คัน)	รวม
2503	55,870	13,051	68,921
2513	201,459	59,481	260,940
2523	326,953	172,008	498,961
2533	1,199,402	728,679	1,928,081
2538	1,732,793	1,373,072	3,105,865

ที่มา : สำนักสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, สมุดสถิติรายปี ประเทศไทย 2507, 2515 – 2510, 2524 – 2520, 2534, 2539.

จากตารางที่ 2.7 จะเห็นได้ว่าตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาได้มีปริมาณยานพาหนะส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น โดยตลอดทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ที่มีแนวโน้มในทิศทางเพิ่มขึ้นทั้งคู่ ทั้งนี้เป็นเพราะการขยายตัวของเมืองที่เน้นการสร้างถนนแต่ยังขาดระบบขนส่งมวลชนที่ดีทำให้พื้นที่ในเมืองมีปริมาณรถยนต์ส่วนบุคคลมากเพราะเป็นวิธีการเดินทางที่สะดวกที่สุด ดังนั้นสิ่งที่ศูนย์การค้าต้องจัดไว้รองรับให้ได้ คือ สถานที่จอดรถ ประเด็นนี้เห็นได้ชัดจากการที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ได้สร้างสถานที่จอดรถให้จุรถได้ถึงวันละ 10,000 คัน ซึ่งเป็นสถานที่จอดรถใหญ่ที่สุดในประเทศไทยในเวลานั้น¹⁴⁷ ศูนย์การค้าจึงสามารถรองรับลูกค้าที่เดินทางมาด้วยรถยนต์ได้เป็นปริมาณมาก ซึ่งก็ส่งผลดีต่อตัวศูนย์การค้าเองที่ทำให้มีคนมาใช้บริการในจำนวนมาก

¹⁴⁶ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, รายงานการวิจัยเรื่องการค้าปลีกของไทย, ๒๕1๘

¹⁴⁷ จุฬารัตน์ สุวรรณเพชร, “ผลกระทบของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ชานเมืองต่อการใช้ที่ดินและการวางผังเมืองพิเศษ: กรณีศึกษาเซ็นทรัลพลาซ่า,” หน้า 331.

การ “มี” และการ “ใช้” รถยนต์นั้นได้สะท้อนให้เห็นถึงนัยยะทางสังคมที่แฝงอยู่หลายประการ ดังนี้

ประการแรก การมีรถยนต์หรือการซื้อรถยนต์มาใช้นั้นย่อมแสดงว่าคนคนนั้นเป็นคนชั้นกลางที่มีบ้านอาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรเข้ามาทำงานในตัวเมือง ขึ้นรถโดยสารประจำทางไม่ไหว เพราะต้องการความสะดวกสบายในชีวิตที่คนชั้นกลางพึงมี การมีรถยนต์จึงเป็นเรื่องจำเป็นเพราะเป็นที่พักพิงอาศัยในสัดส่วนเวลาพอๆ กับบ้านและที่ทำงาน บางครั้งอาจกลายเป็นบ้านหรือสำนักงานเคลื่อนที่ของคนเมืองกรุงเทพฯ¹⁴⁸ นั้นหมายความว่ารถยนต์เป็นอะไรที่มากไปกว่ายานพาหนะ มากไปกว่าเครื่องมือที่ช่วยนำพาคนจากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่ง แต่รถยนต์ได้กลายเป็น “พื้นที่ทางสังคม” หนึ่งที่เกิดขึ้นมา *ศิวา โคมฉาย* ได้กล่าวว่า รถยนต์กับสภาพรถติดในกรุงเทพฯ ทำให้ครอบครัวใกล้ชิดแน่นแฟ้น บางทีได้ทานอาหารกลางวันด้วยกันบนทางด่วนตามประสาครอบครัวอบอุ่น มีเรื่องได้หัวเราะต่อกระซิก บางทีอาจมีเกมเล่นกัน หากเมื่อรถติดยาวนานเป็นชั่วโมง นอกจากนี้ *ศิวา โคมฉาย* ยังได้เสนอภาพของคนชั้นกลางกับรถยนต์ไว้ว่า

ตามทฤษฎีแล้ว เราคือชนชั้นกลางเห็นได้จากบ้านพักของเราอยู่ตำบลสายไหม แคนต่อแคนลำลูกกากับบางเขน ขับรถผ่านหมู่บ้านจัดสรร โครงการแล้วโครงการเล่า ตัดไปทางกิโลเมตร 25 บนถนนพหลโยธินหักสู่วังสิต ตั้งลำบนถนนวิภาวดี มุ่งหน้าเข้ากรุงเทพฯ นี่เป็นทางสะดวก

หากเราเป็นชนชั้นล่างยากไร้ คงได้ยัดสลัมกลางเมืองเป็นที่พัก เช่นเดียวกับชนชั้นสูงมีคอนโดมิเนียมไว้ชมอาทิตย์อัสดง ทอประกายทองทาประดอกลิ้นแม่น้ำ¹⁴⁹

การเพิ่มขึ้นของปริมาณรถยนต์ ทำให้กรุงเทพฯ กลายเป็นเมืองของรถยนต์ โดยละเลยการคำนึงว่าเมืองเป็นเมืองของ “มนุษย์” พื้นที่เมืองจำนวนมากรวมทั้งคลองถูกถมขยายเป็นถนนสร้างเป็นที่จอดรถ และเมื่อจราจรติดขัดมาก ก็มีความพยายามขับไล่คนขึ้นไปบนฟ้าด้วยการข้ามสะพานลอย แม้แต่คนชราหรือคนพิการก็ต้องพยายามไต่ขึ้นไปบนสะพานลอยเพื่อให้ความสะดวกแก่คนขับรถ ซึ่งประเด็นนี้ *นิริ เอียวศรีวงศ์* มีความเห็นว่า

¹⁴⁸ ศิวา โคมฉาย, *ครอบครัวกลางถนน* (กรุงเทพฯ : บริษัท ทีที พรินท์ จำกัด, 2535), หน้า 77.

¹⁴⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 75 - 76.

สักวันหนึ่งในอนาคตสุรกาย¹⁵⁰ จะครอบครองถนนแต่ผู้เดียว
อย่างเด็ดขาด มนุษย์เดินดินทั้งหลายก็จะซุกซ่อนหลบหลีกวิ่งหนีกันอยู่
ตามตรอกซอยและบนสะพานลอย เหมือนหนูที่เที่ยวยุ้ยเสวยอาหารตาม
กองขยะและท่อน้ำทิ้ง¹⁵¹

ประเด็นนี้จึงสะท้อนให้เห็นภาพการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัด คนเมืองเห็นถนนเป็นใหญ่
ชีวิตเป็นไปตามการเกิดของถนนและรถยนต์ และศูนย์การค้าก็ได้เกิดขึ้นตามแนวคิดนี้ด้วย

ประการที่สอง คือคนชั้นกลางนั้นได้ใช้รถยนต์เป็นเครื่องมือในการแสดงฐานะของตัวเอง
การใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนนั้นเป็นผลประโยชน์ของทุนขุนนางที่นำพาพาหนะเหล่านั้น
จากต่างประเทศมาจำหน่าย แม้ประชาชนจะต้องลำบากดิ้นรนให้ได้มาเพื่อเป็นเจ้าของรถยนต์นั้น
แต่ก็มีความพึงพอใจแฝงอยู่เพราะพาหนะเหล่านั้นเป็นเครื่องแสดงสถานภาพในสังคมมิได้ต่างอะไร
จากสมัยศักดินา ซึ่งเป็นยุคที่คนที่จะมีรถยนต์ขับต้องเป็นเชื้อพระวงศ์หรือเศรษฐีเท่านั้น การขับรถจึง
ไม่ใช่เพียงการนำพาตัวเองไปยังสถานที่เป้าหมายเชิงรูปธรรมเท่านั้น หากแต่การขับรถยังเป็น
การนำพาตัวเราไปสู่การเป็นชนชั้นสูงอันเป็นเป้าหมายเชิงนามธรรม ยิ่งใช้รถยนต์ที่ราคาแพงขึ้นย่อม
แสดงให้เห็นถึงสถานภาพของตนได้ ประเด็นนี้เห็นได้ชัดจากงานของซิลลา โคมจาย ที่ได้เล่าไว้ว่า

จุดหมายในกระบวนแถวชนชั้นสูงเห็นได้แจ่มชัด จะคิดชัดเจน
หนทางไป เราจึงมุ่งทำงานเป็นบ้าเป็นหลัง แลมยังคิดวางโครงการส่วนตัว
อยู่ตลอดเวลา ตั้งความหวังเป็นเจ้าของกิจการตนเองเป็น โครงการราย
วันที่ทำได้ในขณะนี้มีบ้านและรถยนต์ของตัวเอง แม้รายจ่ายจึงมีไป
บ้างก็ตาม

เหตุผลของการมีรถ ผมไม่ปฏิเสธว่าเพื่อเพิ่มพูนฐานะ แต่สำคัญ
กว่านั้นคือร่างกายเริ่มอุทธรณ์ว่าสู้อยู่ไม่ไหว การต้องยืนเบียดเสียดขัดห้อย
โหนรถเมล์ครั้งละ 3 – 4 ชั่วโมง กระเถิบที่สะอึกสะอากอยู่กลางความ
ร้อนรุ่ม แม้การมีรถติดแหง็กอยู่บนถนนระยะเวลาพอกัน แต่การได้นั่ง
แช่แอร์ ฟังเพลงโปรด ย่อมประเสริฐกว่าเป็นไหนๆ¹⁵²

¹⁵⁰ ไบท์ที่มีหมายถึง รถยนต์

¹⁵¹ นิธิ เอียวศรีวงศ์, “ถิ่นถนนเก่าก่อนเดินเท้า” ในดวงจันทร์ อากาศวิรุจน์ (บรรณาธิการ), เข็มปักหมุดในกระแสนวน
เปลี่ยนแปลง, ปรากฏและพิมพ์ครั้งที่ 2, (เชียงใหม่: ศูนย์การศึกษาปัญญาเมืองเชียงใหม่, 2537), หน้า 41.

¹⁵² ซิลลา โคมจาย, ครอบครัวยุคทอง, หน้า 76.

ทั้งสองประการที่กล่าวมาข้างต้นนั้น แสดงเห็นว่าคนชั้นกลางกับรถยนต์แทบเป็นสิ่งที่จะต้องอยู่คู่กันจนทำให้เกิดเป็น “วัฒนธรรมรถยนต์” ของคนชั้นกลางขึ้นมาด้วยเหตุผลที่กล่าวมาแล้ว อย่างไรก็ตาม ถ้าพิจารณาถึงชีวิตประจำวันของคนชั้นกลางที่ทำงาน เราจะพบว่าตื่นเช้าขึ้นมาอย่างเร่งรีบในบ้านออกมาขับรถยนต์ ขับรถเจอกับสภาพรถติดถึงที่ทำงาน หลังทำงานก็ขับรถกลับเจอกับสภาพรถติดอีกแล้วก็กลับถึงบ้าน ประเด็นที่น่าสังเกตก็คือคนชั้นกลางอยู่ภายใต้ “หลังคา” แทบตลอดเวลา คนชั้นกลางแทบจะไม่นำตัวเองไปสัมผัสกับแสงอาทิตย์ภายนอกโดยตรง และอีกประการหนึ่งก็คือ คนชั้นกลางใช้เพียงถนนแต่แทบไม่เคยใช้เท้าตัวเองสัมผัสบนถนนหรือพื้นที่ข้างถนนแต่ประการใด ทั้งหมดนี้ทำให้ศูนย์การค้าสนองพื้นที่เพื่อตอบรับคนชั้นกลางกลุ่มดังกล่าวนี้ อย่างแท้จริง ตั้งแต่การสร้างพื้นที่อาคารจอดรถให้อยู่ภายใต้หลังคาเดียวกับพื้นที่ศูนย์การค้า คนชั้นกลางจึงคงสภาพเดิมก็คืออยู่ภายใต้หลังคาและไม่ต้องนำเท้าของตัวเองเหยียบพื้นที่ริมถนนที่จะทำให้ดูลดระดับของความเป็นคนชั้นกลางไป นอกจากนี้ในช่วงเวลาหลังเลิกงานที่ต้องเผชิญปัญหาจราจรติดขัดอย่างหนัก แทนที่จะเสียเวลาอยู่ในรถยนต์ก็สามารถใช้เวลานั้นอยู่ในศูนย์การค้าได้ เพราะในเมื่อรถยนต์สามารถเป็นถึงบ้านหรือที่ทำงานได้ ศูนย์การค้าก็สามารถตอบสนองในประเด็นนี้ได้เช่นกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าศูนย์การค้าเกิดขึ้นมาเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของคนกรุงเทพฯ

(5) การขยายตัวของ “โลกาภิวัตน์”

นิธิ เอียวศรีวงศ์¹³ ได้ให้คำจำกัดความถึงลักษณะของ “โลกาภิวัตน์” (Globalization) ไว้ว่า

โลกาภิวัตน์เป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของโลกทั้งสี่ อันได้แก่ ด้านข่าวสารข้อมูล ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม และด้านการศึกษา เป็นกระบวนการที่ได้กำลังเกิดขึ้น ซึ่งหมายถึงได้เกิดขึ้นมานานแล้วในอดีต กำลังดำเนินอยู่ในปัจจุบันและจะเกิดขึ้นอีกต่อไปในอนาคต ลักษณะของกระบวนการนี้จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงครอบคลุมไปทั่วโลกมากขึ้น...มากขึ้น¹³

ประเด็นสำคัญของโลกาภิวัตน์ คือ การสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของโลก มีลักษณะทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม ที่คล้ายคลึงกันอันเกิดจากความเจริญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งทำให้เกิดสภาพ “หมู่บ้านโลก” ที่ปรากฏชัดเจนช่วงทศวรรษที่ 1990 (พ.ศ.2533

¹³ จิตรกรรณ มนัสพงษ์. “นิธิ เอียวศรีวงศ์-ผมเรียกมันว่าโลกาภิวัตน์ด้านดิจิทัล,” สยามรัฐสุดสัปดาห์วิจารณ์ 40, 40

เป็นต้นมา)¹⁵⁴ ซึ่งก็คือการที่โลกจะรวมตัวเข้ากันเป็นหนึ่งเดียวเสมือนหมู่บ้านหนึ่งที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างทั่วถึง การรวมตัวกันนี้จะมีเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเป็นตัวเชื่อมโยงและทำให้เป็นจริงเร็วขึ้น โลกแคบลง มนุษย์สามารถเชื่อมโยงเวลาและระยะทางให้ซิดติดกันมากขึ้น¹⁵⁵

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้นเกิดกระบวนการทำให้เป็นอเมริกัน (Americanization) ซึ่งส่งผลกระทบต่อโลกโดยเฉพาะประเทศไทย และตั้งแต่ไทยเริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมนั้น จึงทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายทางการค้าของเขตเศรษฐกิจของโลก การมีนโยบายเปิดกว้างทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ไทยอยู่ภายใต้ข้อตกลงการค้าพหุภาคีของการเจรจาการค้าเสรีเมื่อปี พ.ศ.2538 ที่พยายามให้การค้าและการบริการเป็นไปโดยเสรี ทำให้บริการของการศึกษากลายเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศอุตสาหกรรม จนทำให้เกิดการลงทุนระหว่างประเทศ ในการผลิตการบริการ โรงเรียนและมหาวิทยาลัยนานาชาติ¹⁵⁶

เมื่อไทยเข้าร่วมในระบบทุนนิยมโลกมากขึ้น อิทธิพลของการสื่อสารระหว่างประเทศที่มากับกระบวนการโลกาภิวัตน์ก็เริ่มเข้ามามีอิทธิพลต่อสังคมไทยมาก โดยสื่อมวลชนในสังคมไทยได้กลายเป็นกลไกของระบบโลกอย่างแนบแน่น¹⁵⁷ จนทำให้มีการรับสื่อจากต่างประเทศ โดย 60% ของการสื่อสารภายในโลกทั้งหมดจะมีแหล่งที่มาจากอเมริกา¹⁵⁸ ทำให้วิถีชีวิตแบบใหม่ของคนไทยเป็นไปตามแบบของอเมริกาซึ่งนับวันจะสูงขึ้น โดยเฉพาะการสื่อสารทางโทรทัศน์ ซึ่งจะมีผลทำให้การโฆษณาขายสินค้าต่าง ๆ ของศูนย์การค้าแพร่เข้ามาในสังคมกรุงเทพฯ ได้อย่างรวดเร็ว จนมีการไหลบ่าของวัฒนธรรมจากตะวันตกโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา¹⁵⁹ การขยายตัวของโฆษณาสินค้าจากตะวันตกนั้นได้เอื้อต่อการเกิดวัฒนธรรมการบริโภคแบบตะวันตกมากขึ้น ซึ่งแพร่ไปในคนทุกชั้นในสังคมดังที่ *วิทยากร เชียงกุล* ได้กล่าววว่า

¹⁵⁴ จอห์น ไบรซ์ฟิลด์ และ แพทริเซีย เบอร์ตัน, *อินเทรนด์โลก - MEGATRENDS 2000*, (แปลโดยสันติ สวัสดิ์เป็ญกร (กรุงเทพฯ: Global Brain Publication, 2534), หน้า 20.

¹⁵⁵ ชัยอนันต์ สมุทวาณิช, *โลกาภิวัตน์กับอนาคตของประเทศไทย* (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ผู้จัดการ, 2537), หน้า 36.

¹⁵⁶ วังสรรพ์ ธนะพรพันธุ์, "โลกาภิวัตน์กับสังคมเศรษฐกิจไทย," ใน *สังคม พิริยะรังสรรค์และภาคีสภา* (กรุงเทพฯ: บรรณกิจ), *โลกาภิวัตน์กับสังคมเศรษฐกิจไทย* (กรุงเทพฯ: 179 การพิมพ์, 2538), หน้า 71.

¹⁵⁷ บุญรักษ์ บุญยะเขตมาลา, *ฐานันดรที่สื่อระบบโลกถึงรัฐไทย* (กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คนใหม่, 2537), หน้า 30-31

¹⁵⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 51.

¹⁵⁹ เศรษฐพร ศรีพิทักษ์, "การถ่ายทอดรายการโทรทัศน์ข้ามชาติมีผลอย่างไร" *บางเดือนในไทย*, ใน *สื่อมวลชนเป็นสังคมไทย: สถานภาพและแนวโน้มในทศวรรษ 1990* โครงการกระแสข่าวสารเสรี และการพัฒนา (กรุงเทพฯ: มูลนิธิวิจัยและส่งเสริมสารสนเทศและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), หน้า 2.

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจไทยเติบโตมาก เปิดโอกาสให้คนได้งานและมีรายได้มากขึ้น โดยเฉพาะภาคเอกชน คนจะแข่งแสวงหารายได้เพื่อสนองตอบทางวัตถุมาก มีผลทำให้วัฒนธรรมการเสพของคนรุ่นนี้เปลี่ยนไปตามกระแสแห่งบริโภคนิยม จะเห็นได้จากอัตราการบริโภคสินค้าประเภทฟุ่มเฟือยเพื่อสนองความต้องการการบริโภคมากขึ้น ส่วนรสนิยมการเสพสินค้าก็ตามแนวตะวันตกอย่างชัดเจน ภาวะเช่นนี้มีใช้ว่าจะเกิดเฉพาะคนชั้นกลางรุ่นใหม่เท่านั้น แต่เกิดได้ทั่วไปทั้งคนรุ่นเก่า – ใหม่ คนชั้นกลางระดับล่างถือว่าเป็นกระแสหลักของเศรษฐกิจในยุคนี้ ยุคที่มีการเคลื่อนย้ายทุนและแหล่งงานเร็ว¹⁶⁰

จากปรากฏการณ์ที่กล่าวมาข้างต้น เป็นผลที่ตามมาจากการที่สังคมไทยเปิดรับกระแสโลกาภิวัตน์ เกิดการเชื่อมโยงไปเป็นส่วนหนึ่งของระบบทุนนิยมโลกจึงเกิดการหลั่งไหลเข้ามาของข่าวสาร และที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ คือ การถ่ายทอดวัฒนธรรมของประเทศส่งสาร โดยผ่านสื่อต่างๆ

เศรษฐกิจที่เสรีและวัฒนธรรมที่เป็นไปตามกระแสของโลกาภิวัตน์ ทำให้วิถีชีวิตของคนในสังคมเป็นไปตามกระแสโลกนั้นมากขึ้น ซึ่งเริ่มจากเมืองหลวงของประเทศ คือ กรุงเทพฯ ก่อน คนที่แสดงออกถึงการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือชนชั้นกลาง เอื้อต่อการที่ศูนย์การค้าพยายามนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรม การบริโภคแบบตะวันตกที่ทันสมัยด้วยการนำเสนอสินค้าที่ตอกย้ำความทันสมัยแบบตะวันตก โดยใส่หรือเพิ่มความหมายลงไปในตัวสินค้าให้เป็นสินค้าที่มากกว่าประโยชน์ใช้สอย แต่ให้คุณค่าที่มากกว่านั้น

การหลั่งไหลเข้ามาของทุนต่างชาติ โดยเฉพาะในทศวรรษที่ 2530 นั้น จึงมิได้เป็นการเข้ามาแค่ทุนหากแต่เป็นการหลั่งไหลของวัฒนธรรมที่ติดมากับทุนนั้นด้วย วัฒนธรรมจากต่างชาติจึงเข้ามายังสังคมไทยได้ง่าย เมื่อภาพของวัฒนธรรมต่างชาติที่คนไทยโดยเฉพาะคนกรุงเทพฯ รับรู้ คือ ภาพของความทันสมัย ความเจริญ ประกอบกับการกำลังหาจุดยืนให้กับตัวเอง จึงทำให้คนกรุงเทพฯ พร้อมที่จะรับวัฒนธรรมที่คิดว่าดีมีคุณค่ามาเป็นแบบอย่างกลายเป็นค่านิยม ซึ่งการที่จะทำให้อาณาวัฒนธรรมต่างชาติปรากฏเป็นรูปธรรมในตัวคนนั้น จำเป็นต้องมีการบริโภคเพื่อแสดงออกถึงคุณค่าความเป็นตัวตน กระแสโลกาภิวัตน์ดังกล่าวจึงทำให้สังคมบริโภคเกิดการขยายตัวอย่างมาก ทำให้คนจับจ่ายเกินความจำเป็น เพราะเป็นการจับจ่ายเพื่อให้ได้สินค้าที่มายกระดับตัวตน ซึ่งเมื่อบริบททางสังคมเป็นสังคมแห่งการบริโภคและบริบททางเศรษฐกิจที่คนมีรายได้สูงขึ้นมาประกอบกันจึงทำ

¹⁶⁰ วิชาติกร เชิงอุก, “วัฒนธรรมชนชั้นกลางไทยในยุคโลกาภิวัตน์,” เนชั่นสุดสัปดาห์ 3, 6 (23 – 29 ธันวาคม 2537).

ให้ศูนย์การค้าใช้ “โฆษณา” และ “สินค้า” ในการดึงให้คนมาใช้บริการในศูนย์การค้าผ่านการบริโภค
นั่นเอง

5.2 พัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2530

จากยุคเปลี่ยนผ่านของประวัติศาสตร์ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าตั้งแต่ปีพ.ศ. 2526 เป็นต้นมา นั้น นอกจากจะทำให้ความหมายของศูนย์การค้าที่อิงจากรูปแบบโครงสร้างของศูนย์การค้าต่างไปจากเดิม คือ เป็นไปในลักษณะของศูนย์การค้าครบวงจร (Shopping Complex) แล้ว ยังมีใบประเด็นของทำเลที่ตั้งที่เริ่มกระจายไปสู่ชานเมืองนับว่าเป็นการบุกเบิกพื้นที่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อพื้นที่โดยรอบอย่างมาก จุดเริ่มต้นดังกล่าวได้มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และเห็นได้อย่างเด่นชัดมากในทศวรรษที่ 2530 ทั้งนี้เพราะในทศวรรษนี้ได้มีบริบทอื่นๆ ที่เอื้อต่อการเติบโตของห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าอย่างมาก ทั้งในเรื่องของเศรษฐกิจที่เป็น “ยุคโชติช่วงชัชวาล” มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้คนมีความสามารถในการจับจ่ายที่เพิ่มมากขึ้น การขยายตัวของเมืองไปยังบริเวณรอบนอกมากขึ้น ประจวบกับการตัดถนนหรือทางด่วน ทำให้ผู้คนอาศัยในแถบชานเมืองมากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของสังคมแห่งการบริโภค

5.2.1 พัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงครึ่งแรกของทศวรรษที่ 2530 (พ.ศ. 2530 – 2534)

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 เป็นต้นมาจนถึงปีพ.ศ. 2532 นั้น นับว่าเป็นช่วงที่เศรษฐกิจไทยมีการเติบโตรวดเร็วอย่างก้าวกระโดด และขยายตัวต่อเนื่องในอัตรากว่าร้อยละ 10 ซึ่งการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย ในเวลานั้นมีผลจากปัจจัยส่งเสริมหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา การเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่คึกคักของความมั่นคงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หลังจากข้อตกลงสันติภาพกัมพูชา การย้ายฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมจากประเทศญี่ปุ่นมายังประเทศไทยเนื่องจากการอ่อนตัวของเงินดอลลาร์สหรัฐเทียบกับเงินเยน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ในปี พ.ศ. 2530 มีเงินลงทุนโดยตรงที่ไหลเข้ามาในประเทศไทยถึง 64,000 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2528 ที่มีเงินลงทุนโดยตรงที่ไหลเข้ามาในประเทศไทย 9,000 ล้านบาท¹⁶¹ ในปี พ.ศ. 2531

¹⁶¹ สุภาวดี สายเชื้อและณอมศรี ฟ่องอรุณรุ่ง, เศรษฐกิจไทยพลัดสู่วิกฤติ, (กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 2, 2543), หน้า 29 – 30.

ตลาดห้างสรรพสินค้ามีมูลค่าปีละ 15,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นตลาดที่มีการเติบโตเฉลี่ยประมาณ 10%¹⁶² และในปี 2532 ยอดขายของห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯก็สูงขึ้นกว่าปี พ.ศ. 2531 ถึง 20%¹⁶³

จุดสังเกตของรูปแบบศูนย์การค้าตั้งแต่ปีพ.ศ. 2530 เป็นต้นไป คือการเติบโตของ ศูนย์การค้าครบวงจร ซึ่งตามแนวความคิดในสมัยนี้จะหมายถึงศูนย์รวมของสรรพสิ่งที่จะสร้างความสุข ความบันเทิง ความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่แวะเข้ามา มีทั้งห้างสรรพสินค้า ร้านค้าชั้นนำมากมาย แฟชั่นหลากหลาย ศูนย์บันเทิงและสวนสนุก โรงภาพยนตร์ ภัตตาคาร อาหารนานาชาติ ศูนย์อาหารขนาดใหญ่ ซึ่งรูปแบบดังกล่าวนี้เริ่มปรากฏมาแต่ช่วงกลางและปลายทศวรรษที่ 2520 และมีการใช้กิจกรรมบริการด้านการบันเทิงมาเป็นจุดดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาใช้บริการมากขึ้น

แนวคิดดังกล่าวนี้ถูกพัฒนาขึ้นโดยกลุ่มเดอะมอลล์ ผู้บุกเบิกศูนย์การค้าที่เรียกว่า "Entertainment Complex"¹⁶⁴ เนื่องจากสุขชัย อัมพูชเคยประกอบกิจการด้านการบันเทิงมาก่อนจึงนำมาสู่แนวคิดนี้ด้วยการพัฒนาจากสวนสนุกเล็กๆมาเปิดเป็นสวนน้ำใน ปีพ.ศ. 2532 ที่เดอะมอลล์ ท่าพระ

หลังจากเปิดเดอะมอลล์ 2, 3, 4 ที่รามคำแหงแล้ว สุขชัยก็เริ่มตระเวนไปหาทำเลอื่น โดยไปยังบริเวณท่าพระ เนื่องจากบริเวณท่าพระกำลังจะมีโครงการตัดถนนใหม่ ก็ถนนรัชดาภิเษกตัดผ่านจากแยกท่าพระไปยังแยกมไหสวรรย์ ซึ่งเพิ่งจะเริ่มลงมือก่อสร้างในขณะนั้น ทำให้สุขชัยเกิดความสนใจในพื้นที่นี้ โดยสุขชัยมองเห็นว่า ธนบุรีเป็นเมืองเก่าที่มีคนอยู่เป็นจำนวนมาก ย่านท่าพระเปรียบเสมือนลอ ส่วนวงเวียนใหญ่เปรียบเสมือนสิริระ ถ้าจะออกไปก็ต้องผ่านลอเพื่อจะออกไปสู่ลำตัว ก็ไปบางแค สุขสวัสดิ์ บางบอน ฯลฯ บริเวณนี้จึงเป็นบริเวณทำเลที่ดีมาก ทำให้สุขชัยมีแนวคิดที่จะตั้งศูนย์การค้าบริเวณนี้ และเป็นศูนย์การค้าครบวงจรที่มีสวนน้ำลอยฟ้าบนตึกด้วย ดังที่ *บุตรีดาของสุขชัย* ถ่ายทอดความทรงจำไว้ ความว่า

...พ่อมีโครงการอยากจะทำศูนย์การค้าครบวงจรที่มีสวนน้ำลอยฟ้าบนตึกด้วย เพราะพ่อได้ความคิดมา จากตอนนั้นมีคนทำสวนน้ำที่สวนสยาม พี่ตุ๊กตา - พัฒนิน กิติไพเราะภรณ์ ลูกสาวของป้านงนุช ซึ่งเป็นคนสร้างแดนเนรมิดก็ไปทำสวนน้ำไอเซ็นเวสต์ที่บางแสน และพ่อก็ไปเห็น โรงแรมต่างๆ มีสระว่ายน้ำอยู่บนตึกด้วย จึงคิดว่าน่าจะมีสถานที่สำหรับสร้างความบันเทิงให้เด็กๆ ได้ จึงคิดออกมาเป็น

¹⁶² "แนวโน้มยุทธจักรค้าปลีก," *คู่แข่ง* (ธันวาคม 2531) : 101.

¹⁶³ "ยุทธจักรการค้าปลีก 1990," *คู่แข่ง* (มกราคม 2533) : 227.

¹⁶⁴ วุฒิกวี สิมธุวาณิน, "Magnet Evolution," *Brand Age*, หน้า 130.

สวนน้ำลอยฟ้า แล้วปรึกษากับดร.ชัชชัยว่า จะทำได้หรือไม่ เมื่อ ดร.ชัชชัย บอกว่าสามารถสร้างได้ เลยกลายเป็นที่มาของสวนน้ำลอยฟ้าแห่งแรก¹⁶⁵

ในที่สุดวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2532 จึงเป็นวันเปิด “เดอะมอลล์ 5” ท่าพระ เนื้อที่จำนวน 20 ไร่ ซึ่งเป็นครั้งแรกที่มีการนำเอาสวนน้ำหรือที่เรียกว่า “วอเตอร์ปาร์ค” มาจับบนห้าง โดยในวันเปิดมีคนแห่กันมาชมสวนน้ำกันอย่างล้นหลาม โดย *ศุภลักษณ์ อัมพุช* ได้ถ่ายทอดความทรงจำไว้ว่า

ที่ชื่อฮามากสมัยก่อนก็คือ เอาสวนน้ำมาไว้ในศูนย์การค้าข้างบน เป็นสวนน้ำลอยฟ้าที่เดอะมอลล์ ท่าพระ ทำให้เดอะมอลล์สาขานี้โด่งดังมาก มีคนเป็นแสนขึ้นไปดูสวนน้ำลอยฟ้า จำได้ว่าคนขึ้นบันไดเลื่อนเยอะมาก จนบันไดเลื่อน เลื่อนไหลลงมา แทนที่จะเลื่อนขึ้น เพราะคนเยอะมาก¹⁶⁶

ดังนั้นสวนน้ำลอยฟ้าจึงเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญให้เดอะมอลล์ กลายเป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้ในเวลาต่อมาเดอะมอลล์ทุกสาขาจะต้องมี จึงถือว่าเป็นสิ่งที่สร้างความสำเร็จให้กับเดอะมอลล์เป็นอย่างมาก จากผลการวิจัยของกลุ่มเดอะมอลล์นั้นสรุปให้เห็นถึงเหตุผลของการประสบความสำเร็จในย่านนี้ไว้ว่า เป็นเพราะทำเลที่ตั้งและพฤติกรรมการณ์การซื้อของคนฝั่งธนฯ โดยพื้นที่ในเขตฝั่งธนมีทั้งหมด 9 เขตใหญ่ๆ เช่น ธนบุรี, บางกอกใหญ่, บางกอกน้อย, ฝั่งคลองสาน (ขณะที่ฝั่งกรุงเทพฯมีทั้งหมด 15 เขต) เทียบกับจำนวนประชากรรวมทั้งหมดทั่วกทม. มีประมาณ 6 ล้านคนแล้วแบ่งเป็นคนทางฟากฝั่งธน 30% หรือเกือบ 2 ล้านคน แต่มีห้างสรรพสินค้าเพียง 4-5 แห่ง เทียบเป็นพื้นที่ได้ 5,000 – 6,000 ตารางวา ขณะที่ฝั่งกรุงเทพฯมีห้างถึง 48 แห่งเทียบจำนวนพื้นที่ที่มีเป็นหลายแสนตารางวา ประการต่อมาคือ พฤติกรรมการณ์การซื้อของคนฝั่งธน มักจะข้ามมาซื้อของในฝั่งกรุงเทพฯเพราะต้องเดินทางข้ามมาทำงานฝั่งกรุงเทพฯ อยู่แล้ว หรือไม่ก็ข้ามมาซื้อในช่วงวันหยุด ทำให้ห้างมีโอกาสที่จะขยายมาฝั่งธน “เพราะดูแล้วประชากรไม่น้อยคน 4 ล้านกับจำนวนห้างหลายสิบห้างในฝั่งกรุงเทพฯ

¹⁶⁵ บทสัมภาษณ์เดอะมอลล์กรุ๊ปจำกัด, อนุสรณ์เนื่องในพิธีพระราชทานเพลิงศพนายศุภชัย อัมพุช, หน้า 69

¹⁶⁶ เรื่องเดียวกัน, หน้า 62.

มันต้องแข่งขันแย่งมากกว่า ย่านฝั่งธนที่มีแค่ 4 แห่ง จุดนี้หลายค่ายก็มองเห็น แต่ยังไม่มีความตั้งใจทำจริง¹⁶⁵

ศุภลักษณ์ได้กล่าวถึงแนวคิดในการสร้างสวนน้ำบนห้างไว้ว่า

การเล่นน้ำเป็นการสร้างความสุข เป็นคอนเซ็ปต์ที่ไม่มีใครทำมาก่อน เรานำสวนน้ำขึ้นบนห้างก็กลายเป็นสวนน้ำลอยฟ้า วิธีการคิดเราจะมี Inspiration และ Initiative ตลอดเวลา อินโนเวชั่นถือเป็นเรื่องสำคัญมากในการทำรีเทล คุณจะต้องกล้าที่จะ Renovate ต้องมีแรงบันดาลใจ ต้องหา Unique Point ให้ได้

เราเกิดมาจาก Underdog เพราะไม่เคยทำเรื่องห้างมาก่อน ครอบครัวไม่ได้ค้าขายมาทางนี้ สมัยก่อนมีห้างห้างใดมารู โรบินสัน เมอร์รี่คิงส์ โดคิว เซ็นทรัลเต็มไปหมด เราเหมือนเด็กเล่นขายของจึงต้องหาจุดต่างเพื่อสร้างความโดดเด่น เราอาจไม่โดดเด่นเรื่องสินค้า เราก็ต้องโดดเด่นด้วยไอเดีย¹⁶⁶

ถ้ำกล่าวของศุภลักษณ์ข้างต้น สะท้อนให้เห็นแนวคิดที่ชัดเจนว่า จุดดึงดูดของแต่ละมอลล์นั้นมีได้มีเพียงแต่สินค้า แต่เป็นเรื่องของ “ไอเดีย” และไอเดียที่ว่าเป็นก็คือเรื่องของกิจกรรมที่จะเป็นการสร้างความสุข นั่นคือ เรื่องของการบันเทิง จุดนี้สะท้อนให้เห็นชัดเจนว่า คนที่มาห้างมิได้มีวัตถุประสงค์เพียงจับจ่ายสำหรับซื้อสินค้าเหมือนแต่เดิม หากแต่เริ่มมา “หาความสุข” ด้านอื่นๆ ที่ห้างจะสรรหามาให้ และจุดนี้เองที่ทำให้ทางเดอะมอลล์ดึงจุดขายในเรื่องของ “ความสุข” โดยเฉพาะในครอบครัวจากการมาช้อปปิ้งในที่เดอะมอลล์¹⁶⁷

เมื่อธุรกิจที่เดอะมอลล์ 5 ท่าพระประสบความสำเร็จ ก็ตามมาด้วยการเปิดเดอะมอลล์สาขางามวงศ์วาน เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2534 ที่ใช้แนวคิดเดียวกับสาขาท่าพระ คือ มีสวนน้ำลอยฟ้าแล้วใส่โรงภาพยนตร์เข้าไป¹⁶⁸

จากสภาพความเปลี่ยนแปลงของเมืองที่มีการขยายตัวออกไปนั้น ก็ได้ส่งผลต่อย่านงามวงศ์วานด้วย ก่อนที่จะมีการตั้งเดอะมอลล์ งามวงศ์วานนั้น ได้มีการเกิดขึ้นของซูเปอร์มาร์เก็ตชื่อว่า

¹⁶⁵ อังโศภน “กิจกรรมใหม่บนห้างฯปริมังกรไลฟ์” คู่แข่ง (ธันวาคม 2530) 30

¹⁶⁶ นารดา ปัญญาภรณ์, “สยามพาร โทอน World Class Brand,” Brand Age 8, 8 (กุมภาพันธ์ 2550) 142

¹⁶⁷ บริษัทเดอะมอลล์กรุ๊ปจำกัด, อนุสรณ์เนื่องในพิธีพระราชทานเพลิงศพนายศุภชัย อัมพฤษ, หน้า 240

¹⁶⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 73.

แฟร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ต่อมาในปีพ.ศ. 2524 ชุมชนดังกล่าวมีการขยายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะการขยายตัวของที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น จึงมีการเกิดขึ้นของห้างลือตเต้ และห้างเอ็ม วิล ที่ตั้งขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของห้างลือตเต้ที่มีสินค้าขายมาก จากการขยายตัวของชุมชนย่านงามวงศ์วาน ทำให้มีกลุ่มทุนเห็นโอกาสที่จะลงทุน โดยเฉพาะในกิจการห้างสรรพสินค้าจนกระทั่งมีการตั้งห้างบางลำพู งามวงศ์วาน โดยวันแรกของการเปิดทำการปรากฏว่าชั้นแรกของห้างคือ ซูเปอร์มาร์เก็ตได้รับความสนใจจากลูกค้าเป็นจำนวนมาก และดูเหมือนว่าห้างสรรพสินค้าจะกลายเป็นตลาดแห่งใหม่ของถนนงามวงศ์วาน¹⁷¹ นอกจากนี้ห้างบางลำพูยังมีการเปิดขายอาหารสด 24 ชั่วโมง ยังทำให้การค้าในย่านนี้เกิดการขยายตัวมากขึ้น จึงทำให้เดอะมอลล์เกิดขึ้นที่ถนนงามวงศ์วานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

ระหว่างที่ช่วงเวลา พ.ศ. 2530 – 2534 เดอะมอลล์ขยายตัวออกไปในรูปแบบของศูนย์การค้า แต่เซ็นทรัลขยายตัวออกไปในรูปแบบของห้างสรรพสินค้า ทั้งนี้เป็นเพราะการลงทุนขนาดใหญ่จากโครงการเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ทำให้เซ็นทรัลพัฒนาต้องหยุดการขยายการลงทุนไปเกือบ 10 ปี อย่างไรก็ตามสิ่งที่สังเกตได้ในช่วงเวลานี้ก็คือ เซ็นทรัลได้กระจายห้างสรรพสินค้าไปยังชานเมืองมากขึ้นหลังจากที่บุกเบิกไปที่ลาดพร้าว

ปี พ.ศ. 2531 ห้างเซ็นทรัลได้เปิดสาขาหัวหมาก ย่านรามคำแหง ซึ่งเป็นการแข่งขันกับเดอะมอลล์ที่ครองตลาดอยู่ในย่านนั้นมาก่อน โดยตรง ที่ห้างนี้เองที่เซ็นทรัลได้นำอาาระบบบาร์โค้ด (Bar Code) มาใช้เป็นครั้งแรกของประเทศ เพื่อให้บริการลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น รวมทั้งยังมีการพัฒนาระบบการบริหารสต็อกสินค้าของเซ็นทรัลอีกด้วย¹⁷² ตามมาด้วยปี พ.ศ. 2532 ที่ห้างเซ็นทรัลเริ่มมีการแตกตัว โดยจับกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจนขึ้น ด้วยการเปิดสาขาเซน เรียกว่า เซ็นทรัล เซน (Central ZEN) ในศูนย์การค้าวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าที่เจาะกลุ่มตลาดวัยรุ่นรุ่นใหม่ที่มีความสามารถในการจับจ่าย แนวคิดของเซนต่างจากสาขาของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลทุกแห่งโดยชัดเจน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นระดับบนในตลาดและเป็นลูกค้าที่กำลังพัฒนารูปแบบการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลจากตะวันตกอย่างชัดเจน โดยสินค้าที่จำหน่ายในเซนนั้น ส่วนใหญ่เป็นสินค้าระดับลิเคียม ที่หลายชนิดไม่มีจำหน่ายในสาขาของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนรายการสินค้าถึง 30% เป็นประจำทุกปี¹⁷³ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งการตั้งห้างเซนขึ้นมานี้ถือว่าการตั้งรับการแข่งขันอย่างรวดเร็วของห้างสรรพสินค้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะจากญี่ปุ่นที่ในขณะนั้นกำลังรุกหนักมาทั้งห้างไทยไดมารู ห้างโซโก และห้างอิเซตัน

¹⁷¹ เกตติกร์ โมสิขเดิลละคะ, “ร้านงามวงศ์วาน ปรับตัวสู้ศึกใหม่,” มติชน 6, 72 (กุมภาพันธ์ 2533), 34–35.

¹⁷² จิราวัฒน์สัมฤทธิ์, หน้า 228.

¹⁷³ จิราวัฒน์ สัมฤทธิ์, 70 ปี จิราวัฒน์ Central ยิ่งสู้ยิ่งโต, หน้า 116–117.

ต่างประเทศโดยเฉพาะจากญี่ปุ่นที่ในขณะนั้นกำลังรุกหนักมากทั้งห้างไทยโดมารู ห้างโซโก และ ห้างกิเซตัน

อย่างไรก็ตามในช่วงเวลานี้ได้มีการรुकคืบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่แบบอื่นๆ เข้ามา โดยเริ่มจากร้านโนเนวคอนวีเนียนสโตร์หรือร้านสะดวกซื้อ กับการเกิดขึ้นของร้าน 7-Eleven ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2532 ในประเทศไทยโดยกลุ่มซี.พี. ตามด้วยการเปิดดำเนินการของแม็คโคร ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2532 ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างแม็คโครเนเธอร์แลนด์ ซี.พี. และหุ้นส่วน การเกิดขึ้นของธุรกิจค้าปลีกแบบใหม่ดังกล่าวนี้ทำให้วงการห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าต้องมีการปรับตัว โดยเฉพาะเซ็นทรัลกรุ๊ป ซึ่งในปีพ.ศ. 2531 เริ่มเข้าไปในกิจการร้านสะดวกซื้อด้วยการผลักดัน “เซ็นทรัลมินิมาร์ท” สำหรับรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มว่าจะให้ความสนใจต่อร้านค้าติดแอร์เพิ่มขึ้น และเป็นอีกส่วนหนึ่งในการขยายธุรกิจให้กว้างขวางขึ้น¹⁷⁴ แต่ต่อมาไม่ประสบความสำเร็จเพราะไม่สามารถแข่งขันกับ 7-Eleven ได้

ในปีพ.ศ. 2534 ห้างเซ็นทรัลได้เปิดสาขาที่วงศ์สว่าง ในรูปแบบของซูเปอร์สโตร์ คือมีลักษณะกึ่งซูเปอร์มาร์เก็ต เน้นสินค้าที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวันเป็นพิเศษ และในปีเดียวกันนี้ ห้างเซ็นทรัลก็ได้ขยายสาขานอนนสีลม อยู่ในอาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ถูกกล่าวกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มวัยทำงานย่านสีลม ให้เลือกซื้อสินค้าโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง การเปิดสาขานี้เน้นถือว่าเป็นการเผชิญหน้าของคู่แข่งที่สำคัญ คือ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน

เป็นที่น่าสังเกตว่าตั้งแต่ปีพ.ศ. 2530 เป็นต้นมา เศรษฐกิจไทยเกิดการขยายตัวสูง ความมั่นใจทางด้านเศรษฐกิจทำให้มีการกล้าที่จะลงทุนมากขึ้น การลงทุนนี้มีใช้เพียงแต่ศูนย์กลางเท่านั้น แต่หมายถึงภาพรวมที่แสดงว่าการจ้างงานจะมีมากขึ้น ผู้คนจึงมีความสามารถในการจับจ่ายที่มากขึ้น ไปด้วย ขณะเดียวกันพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนส่วนใหญ่ให้ ความสนใจในการซื้อสินค้าอุปโภค - บริโภคจากห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้ามากขึ้น จึงทำให้ธุรกิจดังกล่าวขยายตัวอย่างมาก¹⁷⁵ ตัวอย่างเช่น อัตราการเติบโตของห้างเดอะมอลล์ในปีพ.ศ. 2533 เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2532 ถึง 20 - 25%¹⁷⁶ และปีพ.ศ. 2530 - 2533 ธุรกิจค้าปลีกห้างสรรพสินค้ามีอัตราการขยายตัว 30% มียอดขายรวมประมาณ 22,000 ล้านบาท¹⁷⁷

แม้ว่าถึงต้นปีพ.ศ. 2534 เศรษฐกิจไทยจะเกิดการชะลอการขยายตัวจากปัจจัยภายนอกประเทศอย่างสงครามอ่าวเปอร์เซียในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2533 และปัจจัยภายในประเทศอย่าง

¹⁷⁴ รื้อฟื้นเดชาถิ่น, หน้า 116.

¹⁷⁵ “ห้างสรรพสินค้า,” Business Profile, หน้า 8.

¹⁷⁶ “ห้างสรรพสินค้าปะทุ - แอ้งถูกค้าปลีกปีหลัง,” กรุงเทพธุรกิจสุดสัปดาห์ (29 มิถุนายน - 5 กรกฎาคม 2534) : 11.

¹⁷⁷ “เซ็นทรัล “แซมปี” ขยายสาขา,” กรุงเทพธุรกิจสุดสัปดาห์ (3 พฤศจิกายน - 6 ธันวาคม 2534) : 1.

รัฐประหาร โดยคณะรักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2534 ทำให้เกิดการตกของยอดขายในช่วงครึ่งปีแรกของปีพ.ศ. 2534 เท่านั้น หลังจากนั้นแต่ละห้างก็นำเสนอกกลยุทธ์ต่างๆกระตุ้นยอดขาย เช่น ห้างเซ็นทรัลที่ยังคงเน้นหนักที่ภาพพจน์ของห้างออกมาในรูปของการมุ่งขายสินค้าที่ดี ด้วยราคาที่ยุติธรรม ห้างเดอะมอลล์ประกาศแคมเปญฉลองครบรอบ 10 ปีในรายการ “ลุ้น ลด แลก รับ” ที่เริ่มตั้งแต่วันที่ 27 มิถุนายน – 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2534 ที่สาขารวมค้าแห่งละท่าพระ¹⁷⁸

การเติบโตของห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าช่วงต้นทศวรรษ 2530 นั้นจึงเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป หลังจากการเติบโตอย่างรวดเร็วในปลายทศวรรษที่ 2520 โดยการเติบโตในช่วงนี้เริ่มขยายออกไปที่ชานเมืองมากขึ้น อันเป็นผลจากการวางรากฐานไว้เมื่อปลายทศวรรษที่ 2520 เช่นกัน ตัวดึงดูดที่สำคัญเริ่มเปลี่ยนมาอยู่ที่กิจกรรมบันเทิงมากขึ้นที่จะสร้าง “ความสุข” ให้แก่ผู้มาใช้บริการ เป้าหมายของห้างจึงเป็นอะไรที่มากกว่าการสนองตอบสินค้า ซึ่งตัวดึงดูดนี้นับว่าประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง สะท้อนให้เห็นว่า ผู้คนเริ่มซึมซับและคุ้นชินกับวัฒนธรรมการหาความสุขในห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้ามากกว่าภาพลักษณ์ของความหรูหรา หรือความทันสมัยอย่างที่เคยเป็นมา แนวคิดในการจัดตั้งศูนย์การค้าครบวงจรจึงเริ่มขยายตัวมากขึ้นในช่วงปลายของทศวรรษที่ 2530 นี้

นอกจากนี้ความเปลี่ยนแปลงที่เริ่มส่องเค้ามอเห็นในช่วงนี้คือการปรับตัวของธุรกิจห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้า หลังจากการรุกคืบของธุรกิจค้าปลีกรูปแบบอื่นๆ ที่ขยายไปยังพื้นที่ถึงตัวชุมชนมากขึ้น เช่น ร้านสะดวกซื้อ หรือมีกรขายของราคาส่งอย่างเม็คโกรที่กำลังคืบหน้าได้ท่ามกลางการเติบโตของห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าที่มีมากจนทำให้ความแตกต่างของแต่ละศูนย์ลดลง จึงทำให้ธุรกิจค้าปลีกแต่ละแห่งต้องมีจุดยืนของตัวเองที่ชัดเจน¹⁷⁹ เพื่อให้เกิดแนวทางที่ชัดเจนขึ้น ตัวอย่างที่เกิดขึ้นก็คือ การเกิดห้างเซ็นที่เจาะกลุ่มวัยรุ่นมีฐานะ และเซ็นทรัล วงศ์สว่างที่เป็นรูปแบบซูเปอร์สโตร์

พัฒนาการต่างๆที่เกิดขึ้นในครั้งแรกของทศวรรษที่ 2530 นี้เองที่จะเป็นตัวส่งต่อให้เกิดการเติบโตของห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้าในช่วงครึ่งหลังทศวรรษ 2530 ต่อมา

¹⁷⁸ “ศึกห้างสรรพสินค้าปะทุ – แย่งลูกค้าครึ่งปีหลัง,” กรุงเทพธุรกิจสุดสัปดาห์ (29 มิถุนายน – 5 กรกฎาคม 2534) 11.

¹⁷⁹ สิริกร สิมศิริ, พัฒนาการค้าปลีกไทยวิถีทางแห่งอนาคต (กรุงเทพฯ, 2543) หน้า 2.

5.2.2. พัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงครึ่งหลังทศวรรษที่ 2530 (พ.ศ. 2535 – 2539)

ทั้งวิกฤตการณ์สงครามอ่าวเปอร์เซีย การยึดอำนาจรัฐของคณะรักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติ ตามมาด้วยเหตุการณ์พฤษภาทมิฬในปีพ.ศ. 2535 นั้น ทำให้อัตราการขยายตัวโดยรวมของเศรษฐกิจไทยลดลงเหลือเพียง 7.3%¹⁸⁰ นอกจากนี้ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2535 รัฐบาลไทยได้นำระบบจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มเข้ามาใช้แทนภาษีการค้าเดิม ซึ่งทำให้ต้นทุนการก่อสร้างและดำเนินโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม สภาพขยายตัวของธุรกิจอาคารศูนย์การค้ายังคงเพิ่มขึ้นในอัตราเดิมเมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2534 คือเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยปีละ 2 แสนตารางเมตร และจากกล่าวได้ว่าเป็นธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ถูกผลกระทบจากบริบทดังกล่าว¹⁸¹ ทั้งนี้เป็นเพราะว่ารัฐบาลได้ลดภาษีส่วนบุคคลลง มีการปรับเงินเดือนข้าราชการ ตลอดจนอัตราดอกเบี้ยที่ค่อนข้างสูง ทั้งหมดนี้จึงยังทำให้ผู้บริโภคมีความสามารถในการจับจ่ายที่สูงขึ้น

ในปีพ.ศ. 2535 ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลครองส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจห้างสรรพสินค้าสูงสุดถึงร้อยละ 24 รองลงมาได้แก่ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ร้อยละ 17 ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ร้อยละ 10 และอื่นๆรวมกัน ร้อยละ 49¹⁸² และเมื่อพิจารณาจากยอดการจำหน่ายของธุรกิจห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพฯ ในปีพ.ศ. 2535 มีทั้งสิ้น 39 แห่งนั้นจะเห็นได้ว่า จำนวนยอดขายเพิ่มขึ้น ส่วนอัตราการเพิ่มก็มีแนวโน้มที่ลดลงเรื่อยๆ ลดลงมากที่สุดในปีพ.ศ. 2537 เนื่องด้วยสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกประเทศ หลังจากปีพ.ศ. 2535 จึงค่อยมีการฟื้นตัวมากขึ้นพิจารณาได้จากตารางที่ 2.8 ประกอบ

¹⁸⁰ สำนักพิมพ์เมืองกรุงกมลมหานคร, การศึกษาปรากฏการณ์อาคารสูงในเขตชั้นในและชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร, 2539, หน้า 165.

¹⁸¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 166.

¹⁸² “ห้างสรรพสินค้า,” *Business Profile*, หน้า 10.

ตารางที่ 2.8 แสดงยอดการจำหน่ายของธุรกิจห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพฯ 39 แห่ง

ปี	ยอดขาย (ล้านบาท)	อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)
2531	13,561	50.1
2532	16,244	19.8
2533	19,466	19.8
2534	20,266	4.1
2535	22,093	9.0
2536	25,000	13.2

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย¹⁸³

ในปีพ.ศ. 2536 รัฐบาลไทยประสบปัญหาการใช้จ่ายงบประมาณล่าช้า อันเนื่องมาจากการอนุมัติงบประมาณปี 2536 ล่าออกไปถึง 6 เดือน แม้ว่ารัฐบาลจะได้พยายามเร่งรัดการใช้จ่ายเงินตามยอดงบประมาณที่ได้รับการอนุมัติ แต่ปรากฏว่าสิ้นปีรัฐบาลสามารถดำเนินการใช้จ่ายไปได้ต่ำกว่า 60% ของงบประมาณ ทำให้การลงทุนภาคเอกชนซบเซา แต่สำหรับธุรกิจศูนย์การค้าในปีพ.ศ. 2536 นั้นยังมีอัตราขยายตัวอยู่ที่ 26.76% เพิ่มพื้นที่ขึ้นอีกกว่า 370,000 ตารางเมตร ทำให้มีพื้นที่รวมทั้งหมดกว่า 1,741,000 ตารางเมตร¹⁸⁴ โดยการขยายตัวของพื้นที่อาคารศูนย์การค้าที่เพิ่มมากขึ้น เป็นผลโดยตรงจากการแข่งขันเพื่อช่วงชิงทำเลการค้าปลีกในกรุงเทพฯ ด้านชานเมือง ดังนั้นจึงเป็นการขยายตัวที่กระจายครอบคลุมพื้นที่โดยทั่วไป มิได้กระจุกตัวตามศูนย์กลางในเขตชั้นในของกรุงเทพฯ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา ทางเซ็นทรัลกรุ๊ปก็ได้มีการจัดระบบธุรกิจของตระกูลที่กระจัดกระจายให้เป็นหมวดหมู่มีระบบ ภายหลังจากที่สัมฤทธิ์ จิราธิวัฒน์เสียชีวิต ด้วยการแบ่งกลุ่มธุรกิจออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรม และค้าส่ง กลุ่มธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท สุดท้ายคือกลุ่มธุรกิจฟาสต์ฟู้ด¹⁸⁵

¹⁸³ อ้างในเรื่องเดียวกัน, หน้า 12.

¹⁸⁴ สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร, การศึกษาปรากฏการณ์อาคารสูงในเขตชั้นในและชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร, 2539, หน้า 166-167.

¹⁸⁵ วิรัตน์ บสงทองคำและคณะ, 70 ปี Central ยิ่งสู้งัด, หน้า 83-84, 216-217.

การเติบโตของธุรกิจเซ็นทรัลกรุ๊ปยังคงดำเนินต่อไปโดยในปีพ.ศ. 2535 ห้างเซ็นทรัลเปิดสาขาเพิ่มขึ้นอีก 1 สาขา คือ ห้างเซ็นทรัล กาดสวนแก้วจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นครั้งแรกที่ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ ขยายสาขาไปต่างจังหวัด นับเป็นการเปิดมิติใหม่ของห้างสรรพสินค้าอีกครั้งหนึ่ง¹⁸⁶

และในปีพ.ศ. 2536 บริษัทเซ็นทรัลพัฒนาได้เปิดศูนย์การค้าเซ็นทรัล 2 แห่งในปีเดียวกัน โดยเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2536 กำเนิดเซ็นทรัลรามอินทรา ที่สร้างขึ้นตามแนวคิดเพื่อให้เป็นศูนย์การค้าสำหรับครอบครัวและชุมชนด้วยเนื้อที่ค้าปลีก 23,500 ตารางเมตร และจัดให้มีกิจกรรมสำหรับครอบครัวและชุมชนอย่างสม่ำเสมอ¹⁸⁷ ตามมาด้วยเดือนธันวาคม พ.ศ. 2536 ก็ได้กำเนิดเซ็นทรัลชิดดีบางนา โดยภายในโครงการประกอบด้วยห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ศูนย์การค้าครบวงจร อาคารชุดสำนักงาน 37 ชั้น 3 อาคาร อาคารชุดพักอาศัยนอร์ธทาวเวอร์สูง 29 ชั้น เซ็นท์ทาวเวอร์สูง 30 ชั้น อีสทาวเวอร์สูง 31 ชั้น โรงแรมชั้นหนึ่งขนาด 430 ห้อง โรงภาพยนตร์ 3 โรง สวนอาหาร สโมสรกีฬา ที่จอดรถมากกว่า 7,000 คัน¹⁸⁸ มีพื้นที่ค้าปลีก 113,000 ตารางเมตร พื้นที่อาคารสำนักงาน 10,000 ตารางเมตร พื้นที่พักอาศัย 2,000 ตารางเมตร รวมพื้นที่ 125,000 ตารางเมตร¹⁸⁹ โดยโครงการนี้ตั้งอยู่ทางตะวันออกของกรุงเทพฯ บนถนนบางนา – ตราด เป็นโครงการศูนย์การค้าครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดของบริษัท ได้รับความนิยมนิยมสูงสุดจากผู้ค้าปลีกและนักท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นชุมชนที่มีอัตราการเติบโตเร็ว ซึ่งศูนย์การค้าแต่ละแห่งได้นำแนวคิดการค้า การตกแต่งและการจัดแสดงสินค้าอย่างสวยงามมาใช้เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ¹⁹⁰

ในปีพ.ศ. 2537 การเติบโตและการแข่งขันของศูนย์การค้าครบวงจรมีมากขึ้น เริ่มต้นด้วยแนวคิดในการจัดตั้ง “อภิมหาอาณาจักรศูนย์การค้า” ของเดอะมอลล์กรุ๊ป ด้วยการเปิดเดอะมอลล์สาขาบางกะปิและสาขาบางแคซึ่งอยู่ในเขตชานเมืองได้พร้อมกันในวันเดียวกัน คือวันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2537¹⁹¹ โดยทั้ง 2 สาขานี้ มีการสร้างสวนน้ำที่เป็นสัญลักษณ์ของเดอะมอลล์แต่ละแบบยังใช้การแสดงแนวแฟนตาซีประกอบแสงสีเสียง เพื่อดึงดูดลูกค้าซึ่งสุขชยได้แนวคิดนี้มาจากการไปชมโชว์ที่ลาสเวกัส และในช่วงของการเปิดห้างนั้นประชาชนจำนวนมากแห่มาเที่ยวชมอย่างตื่นตาตื่นใจ¹⁹²

¹⁸⁶ จิราธิวัฒน์สัมฤทธิ์, หน้า 228.

¹⁸⁷ บริษัทเซ็นทรัลพัฒนา, รายงานประจำปีเซ็นทรัลพัฒนา พ.ศ. 2543, หน้า 26.

¹⁸⁸ “ผ่า ‘เซ็นทรัลชิดดี’ 4 ค่ายยักษ์,” กรุงเทพธุรกิจสุดสัปดาห์ (16 – 22 พฤศจิกายน 2534), 50.

¹⁸⁹ บริษัทเซ็นทรัลพัฒนา, รายงานประจำปีเซ็นทรัลพัฒนา พ.ศ. 2543, หน้า 26.

¹⁹⁰ อธิวัฒน์ ทรัพย์ไพฑูริย์, 4 อภิมหาอาณาจักรธุรกิจการค้าไทย, หน้า 315.

¹⁹¹ บริษัทเดอะมอลล์กรุ๊ป, อนุสรณ์ในพิธีพระราชทานเพลิงศพนายศุภชัย อัมพพ, หน้า 74 – 75.

¹⁹² เรื่องเดียวกัน, หน้า 241.

นอกจากนี้ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2537 ยังได้เกิดศูนย์การค้าครบวงจรมหาศาลใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชีย และติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลก คือ ศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ ตั้งอยู่บนถนนศรีนครินทร์ มีร้านค้าปลีกกว่า 400 ร้านค้า ตั้งอยู่บนพื้นที่ค้าปลีกกว่า 180,000 ตารางเมตร แบ่งเป็นโซนต่างๆ จำนวน 15 โซน ภายในโครงการของอาคาร 5 ชั้น¹⁹³ ซึ่งถือว่าเป็นศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในแง่ของการรวมไว้ภายใต้อาคารเดียวกัน ทั้งห้างสรรพสินค้า สวนสนุก โยโยแลนด์ ร้านค้าแบรนด์เนม ศูนย์หนังสือ ฯลฯ

ปี พ.ศ. 2537 จึงเป็นปีที่เพิ่มพื้นที่รวมของศูนย์การค้าเพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่าตัวของปี พ.ศ. 2536¹⁹⁴ อันเนื่องมาจากการเน้นพื้นที่ของศูนย์การค้าแต่ละแห่งให้มีความยิ่งใหญ่ เพราะนอกจากจะมีเดอะมอลล์ 2 สาขา และซีคอนสแควร์แล้ว ยังมีการเปิดตัวของศูนย์การค้าเสรี เซ็นเตอร์ และฟิวเจอร์ปาร์ค บางแค ซึ่งแต่ละแห่งนั้นมีการนำห้างสรรพสินค้ามาเป็นตัวดึงดูดถึง 2 แห่งขึ้นไป และที่น่าสังเกตก็คือ การเพิ่มขึ้นของพื้นที่นี้เป็นปรากฏการณ์เฉพาะในเขตชั้นนอกของกรุงเทพฯ ตามการขยายตัวของเมืองนั่นเอง

นอกจากนี้ในปีพ.ศ. 2537 ยังมีโครงการศูนย์การค้าเปิดดำเนินการ 15 โครงการคิดเป็นพื้นที่ไม่น้อยกว่า 800,000 ตารางเมตร ซึ่งใน 15 โครงการนี้มีศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่บริเวณชานเมืองไม่น้อยกว่า 10 โครงการ คิดเป็นพื้นที่ประมาณ 760,000 ตารางเมตร¹⁹⁵ ทั้งนี้เป็นเพราะที่ดินในบริเวณใจกลางเมืองนั้นหายากและมีราคาแพงมากขึ้น ประกอบกับที่ผ่านมาได้เกิดศูนย์การค้าใจกลางเมืองมากในช่วงปลายทศวรรษที่ 2520 การเกิดขึ้นของศูนย์การค้าที่ชานเมืองจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการขยายเครือข่ายเพื่อครอบคลุมจุดขายให้มากที่สุดด้วยต้นทุนที่มีราคาถูกกว่าในย่านใจกลางเมือง นอกจากนี้การที่เมืองขยายตัวออกไป ทำให้ผู้คนอาศัยอยู่ตามชานเมืองมากขึ้น สังเกตได้จากการกระจายของบ้านจัดสรร คนที่มีกำลังซื้อจึงเกิดการเคลื่อนไปอยู่ที่ชานเมืองมากขึ้นด้วย¹⁹⁶ ศูนย์การค้าจึงกระจายไปยังจุดทำเลต่างๆ ที่มีที่อยู่อาศัยหนาแน่น เช่น ย่านศรีนครินทร์ซึ่งถือว่าเป็นทำเลทองที่มีอัตราความเจริญสูง เนื่องจากเป็นทำเลที่มีการคมนาคมสะดวกอยู่ไม่ไกลจากใจกลางเมือง ทำให้คนเริ่มหันไปเลือกเข้ามาอาศัยอยู่ในย่านนี้มาก และรายได้ของประชากรในย่านนี้จะมีรายได้ระดับกลางขึ้นไป จึงมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง¹⁹⁷ พิจารณาได้จากตารางที่ 2.9

¹⁹³ บวรดา ปัญญาภรณ์, "ซีคอนสแควร์ ศูนย์รวมแม่เหล็กสำหรับครอบครัว," *Brand Age* 8 : 8 (สิงหาคม 2550) : 150.

¹⁹⁴ สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร, การศึกษาปรากฏการณ์อาคารสูงในเขตชั้นในและชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร,

2509, หน้า 169

¹⁹⁵ "ศูนย์การค้าชานเมืองบูมสุดขีด," *ผู้จัดการรายสัปดาห์* (18 - 24 กรกฎาคม 2537) : 21.

¹⁹⁶ "ห้างสรรพสินค้าแนวใหม่ลดขนาด," *มติชน* 4, 47 (พฤษภาคม 2531) : 107.

¹⁹⁷ "ศูนย์การค้าชานเมืองบูมสุดขีด," *ผู้จัดการรายสัปดาห์* (18 - 24 กรกฎาคม 2537) : 21.

ตารางที่ 2.9 แสดงศูนย์การค้าครบวงจรที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2535 - พ.ศ. 2538

โครงการ	ขนาดพื้นที่โครงการ (ไร่)	พื้นที่ขาย (ตารางเมตร)	พื้นที่
เซียร์ รังสิต	100	200,000	รังสิต
เซ็นทรัลปิ่นเกล้า	30	115,000	ปิ่นเกล้า
เสรีเซ็นเตอร์	40	100,000	ศรีนครินทร์
เดอะมอลล์บางแค	47	100,000	บางแค
เดอะมอลล์บางกะปิ	40	100,000	บางกะปิ
ซีคอนสแควร์	100	180,000	ศรีนครินทร์
ฟิวเจอร์พาร์ครังสิต	105	145,000	รังสิต
ฟิวเจอร์พาร์คบางแค	53	87,000	บางแค
แพชั่นไอส์แลนด์ พลาซ่า	87	120,000	รามอินทรา

ที่มา : FUTURE SHOP กลยุทธ์ค้าปลีก¹⁹⁸

จะเห็นได้ว่าพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2530 นั้น เป็นพัฒนาการที่ต่อเนื่องมาจากทศวรรษที่ 2520 และมีการพัฒนาถึงขีดสุดในช่วงปลายทศวรรษที่ 2530 ด้วยการเกิดขึ้นของศูนย์การค้าชานเมืองและเน้นพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่โตมากขึ้น ซึ่งทำให้ความครบวงจรผ่านกิจกรรมบริการต่างๆ นั้นต้องนำไปเป็นจุดดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาใช้บริการที่มากขึ้น

เมื่อพิจารณาพัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2530 แล้วพบว่ามีความสัมพันธ์กับบริบททางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงระยะเวลาเดียวกัน กล่าวคือสืบเนื่องมาจากปลายทศวรรษที่ 2520 เศรษฐกิจของไทยเติบโตมาโดยตลอด โดยผลของการพัฒนาตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 นั้น ภาคการผลิตสาขาการก่อสร้างมีอัตราการขยายตัวสูงสุดที่อัตราร้อยละ 6.11¹⁹⁹ การเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศนับว่าเป็นผลดีต่อการเติบโตของกลุ่มทุนซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจเชื้อสายจีน โดยเฉพาะธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ทั้งที่ดินและโครงการหมู่บ้านจัดสรร กลุ่มคนเชื้อสายจีนหลายตระกูลจึงเป็นเจ้าของ เช่น ตระกูลศรีวิกรม์ ตระกูลกาญจนพานิช²⁰⁰

¹⁹⁸ เกษม ทรัพย์เสรี, FUTURE SHOP กลยุทธ์ค้าปลีก, (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน, 2538), หน้า 26

¹⁹⁹ ธนาคารทหารไทย, เรื่องเดิม, หน้า 178.

²⁰⁰ ธวัชฉัตร ทรัพย์ไพฑูย์, เรื่องเดิม, หน้า 7-60.

แต่อย่างไรก็ตามในช่วงทศวรรษที่ 2530 มีการขยายตัวของศูนย์การค้าชานเมืองอย่างมากอันเป็นผลมาจากการขยายตัวของชนชั้นกลาง การขยายตัวของเมืองและหมู่บ้านจัดสรรไปยังชานเมืองและการใช้รถยนต์ที่มากขึ้น

แม้เกิดเหตุการณ์ความวุ่นวายภายในประเทศอย่างเหตุการณ์รัฐประหารรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ ในปี พ.ศ. 2534 และเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ พ.ศ. 2535 แต่ก็ทำให้เพียงยอดขายในห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าลดต่ำลง ซึ่งทางห้างใช้นโยบาย “ลด แลก แจก แถม” ในการกระตุ้นการซื้อจนกลับมาสู่ในภาวะที่ปกติ หลังการขึ้นมาของรัฐบาลนายชวน หลีกภัย สภาพทางการเมืองมั่นคงขึ้น การเกิดขึ้นของภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ในประเทศญี่ปุ่นทำให้มีผลกระทบต่อไทยด้วยการสร้างรีสอร์ทริมทะเล สนามกอล์ฟ เพื่อรองรับการเข้ามาจับจ่ายของคนญี่ปุ่นที่มีอำนาจซื้อสูงและนิยมการพักผ่อนในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงเริ่มขยายตัว จนกระทั่งการออกนโยบายเสรีทางการเงิน (BIBF) ในปี พ.ศ. 2536 ยิ่งทำให้กระแสเงินทุนจากต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยในปริมาณที่มากขึ้น โดยปี พ.ศ. 2536 มีเงินทุนเข้าประเทศ 193.195 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 202.431 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2538²⁰¹ ทำให้เกิดการกู้ยืมเงินผ่านนโยบายนี้ได้ง่ายขึ้น นำมาสู่การเคลื่อนย้ายเข้ามาของทุนจำนวนมากจากต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้ศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นในช่วงปลายทศวรรษที่ 2530 จึงพัฒนาโครงการให้ใหญ่โตได้มาก ตัวอย่างเช่น การเกิดขึ้นของศูนย์การค้าซีคอน สแควร์ หรือ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค บางแค และรังสิต การเติบโตของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ โดยเฉพาะบริเวณชานเมืองนั้น นอกจากเป็นเพราะปัจจัยจากกลุ่มทุนแล้ว การขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง การเกิดกลุ่มเศรษฐกิจใหม่จากการเก็งกำไรในอสังหาริมทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ทำให้เงินได้มาง่ายในจำนวนสูง กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มผู้มีอำนาจซื้อหลักของศูนย์การค้าจึงยังทำให้ศูนย์การค้าเติบโตในทศวรรษที่ 2530

พัฒนาการของศูนย์การค้าจึงเป็นไปตามบริบททางเศรษฐกิจและสังคม และเติบโตขึ้นเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว อย่างไรก็ตามการที่ในช่วง พ.ศ. 2526 – 2539 เป็น “ยุคทอง” ของการเติบโตของศูนย์การค้าทำให้ศูนย์การค้าแต่ละแห่งจำเป็นต้องหาวิธีการเพื่อสร้างความนิยมให้กับศูนย์การค้าตนให้มากที่สุดในการแข่งขันนี้ จึงส่งผลให้คนกรุงเทพฯ เข้าไปใช้บริการมากขึ้น ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะได้ศึกษาในบทต่อไป

²⁰¹ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์มหาชนกิจ จำกัด (มหาชน), *เรื่องเดิม*, หน้า 122.