

ศูนย์การค้ากับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2526 – 2539

นายฉัตรนัท เลี้ยวไพโรจน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาประวัติศาสตร์ ภาควิชาประวัติศาสตร์

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**SHOPPING PLAZAS AND CHANGES IN BANGKOK PEOPLE'S WAY OF LIFE,
1983 – 1996**

Mr. Nutthanut Leawpiroj

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in History

Department of History

Faculty of Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

Copyright of Chulalongkorn University

501533

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ศูนย์การค้ากับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนกรุงเทพมหานคร

พ.ศ. 2526 – 2539

โดย

นายณัทชนัท เลี้ยวไพโรจน์

ภาควิชา

ประวัติศาสตร์


อาจารย์ที่ปรึกษา


รองศาสตราจารย์พิพาดา ยังเจริญ


คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท



..... คณบดีคณะอักษรศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร. ชีระพันธ์ เหลืองทองคำ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ฉลอง สุนทราวาณิชย์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ พิปาดา ยังเจริญ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาวิตรี เจริญพงศ์)

ณัฏชนัท เลี้ยวไพโรจน์ : ศูนย์การค้ากับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2526 – 2539. (SHOPPING PLAZAS AND CHANGES IN BANGKOK PEOPLE'S WAY OF LIFE, 1983 – 1996) อ. ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์พิพาดา ช่างเจริญ, 239 หน้า.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์การค้ากับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ พ.ศ. 2526 – 2539 โดยพิจารณาจากพัฒนาการของศูนย์การค้าในกรุงเทพฯ การสร้างความนิยมของศูนย์การค้าในหมู่คนกรุงเทพฯ และ วิถีชีวิตด้านการบริโภคและใช้เวลาว่างของชนชั้นกลางกรุงเทพฯ ที่เข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้า ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว

ปี พ.ศ. 2526 ศูนย์การค้าในกรุงเทพฯ มีลักษณะเป็นศูนย์การค้าครบวงจร ซึ่งเป็นศูนย์การค้าที่รวมห้างสรรพสินค้า ร้านค้า และส่วนบริการอื่นๆ เพื่อการพักผ่อนและการบันเทิงเข้ามารวมไว้ในอาคารเดียวกัน นอกจากนี้ ปีพ.ศ. 2526 ยังเป็นปีที่ศูนย์การค้าเริ่มขยายไปสู่ชานเมือง

จากการศึกษาพบว่าในช่วง พ.ศ. 2526 – 2539 เป็นช่วงที่เกิดการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในกรุงเทพฯ ทั้งบริเวณในเมืองและชานเมือง ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจในช่วงทศวรรษที่ 2530 การขยายตัวของชนชั้นกลางและการขยายตัวของสังคมบริโภค ศูนย์การค้าใช้วิธีการสร้างความนิยมด้วยการตอบสนองวิถีชีวิตของชนชั้นกลางกรุงเทพฯ

ศูนย์การค้ากับวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ มีความสัมพันธ์ในเชิงปฏิสัมพันธ์ต่อกัน กล่าวคือวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ เป็นตัวกำหนดการเติบโตและวิธีการสร้างความนิยมของศูนย์การค้า ในขณะที่เดียวกันศูนย์การค้าก็เป็นตัวกำหนดวิถีชีวิตของชนชั้นกลางกรุงเทพฯ ในการบริโภคและใช้เวลาว่างในศูนย์การค้าให้มีความชัดเจนขึ้นด้วย

ภาควิชา.....ประวัติศาสตร์..... ลายมือชื่อนิสิต.....
สาขาวิชา.....ประวัติศาสตร์..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา 2550

478 01629 22 : MAJOR HISTORY

KEY WORD: SHOPPING PLAZAS, WAY OF LIFE, BANGKOK

NUTTHANUT LEAWPIROJ : SHOPPING PLAZAS AND CHANGES IN BANGKOK PEOPLE'S WAY OF LIFE, 1983 – 1996. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PIPADA YOUNGCHAROEN, 239 pp.

This thesis aims to study the relationship between shopping plazas and changes in Bangkok people's way of life during 1983 and 1996, exploring the development of shopping plazas in Bangkok, their promotion techniques, and the middle class's way of life: the consumption habits, and leisure time spending.

In 1983, the shopping plazas were the center of department store, stores, and other services for both entertainment and recreation. In addition, this year was the beginning of these shopping plazas expanding to suburb areas.

The study reveals that there were the expansion of the department stores and shopping plazas in Bangkok both in the center and suburb areas from 1983 to 1996. This was a result of an economic prosperity during 1987 and 1996, the expansion of the middle class as well as the consumer society. Attempting to be recognized and popular, the shopping plazas comply with the preference of the middle class's way of life.

The relationship between the shopping plazas and the Bangkok people's way of life was interactive. The Bangkok people's way of life, especially the middle class indicated the growth and the popularity of the shopping plazas. Meanwhile, the shopping plazas was also clearly determined the middle class's way of life regarding their consumption and leisure time.

Department.....History.....Student's signature.....*N. Leawpiroj*

Field of study.....History.....Advisor's signature.....*Pipada Youngcharoen*

Academic year 2007

กิตติกรรมประกาศ

งานเขียนวิทยานิพนธ์และการศึกษาระดับปริญญาโทผ่านลุล่วงไปได้ด้วยภาระสนับสนุนและการให้ความช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน อันเป็นความกรุณาอย่างที่สุดจากรองศาสตราจารย์พิพาดา ยังเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษา ถือเป็น "พลังใจ" ผลักดันให้ผู้เขียนก้าวขึ้นมาจากผาชันและหุบเหวลึกจนสามารถก้าวผ่านชีวิตการศึกษาที่ยากที่สุดช่วงนี้ไปได้

ผู้เขียนกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ฉลอง สุนทรวาทินิชย์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. สุวดี ชนประสิทธิ์พัฒนาและผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาวิตรี เจริญพงศ์ ที่เป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และช่วยพิจารณาตรวจสอบแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ กราบขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร. ปิยนารถ บุญนาค ที่ให้ความช่วยเหลือและกำลังใจแก่ผู้เขียนมาโดยตลอด ขอบพระคุณ ดร. วิสลา วิสัยทอง และ คุณศุภย์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้ที่ถึงแม้ว่าผู้เขียนจะได้พบในตอนปลายของการเขียนวิทยานิพนธ์นี้ แต่ก็เป็นส่วนสำคัญยิ่งในการผลักดัน จุดประกายความคิดให้ออกมาเป็นตัวอักษรแต่ละตัว จนออกมาเป็นเรื่องราวและเป็นวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ดังรายนามที่ปรากฏในตารางที่ 4.1 ซึ่งทุกท่านได้กรุณาเสียสละเวลามาให้คำสัมภาษณ์แก่ผู้เขียน โดยไม่หวังสิ่งใดเป็นการตอบแทน ขอขอบคุณแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่อ้างอิงไว้ ขอขอบคุณพี่ค่าและน้องค่วยแฟนพันธุ์แท้ห้างสรรพสินค้าที่เอื้อเฟื้อข้อมูลบางส่วน ขอขอบคุณนิภารวรรณ แฟนพันธุ์แท้มรดกโลกและโลกของเรที่เป็น "กัลยาณศิษย์" ช่วยเหลือในการติดต่อผู้คนที่เกี่ยวข้องกับงานเล่มนี้ ให้ผู้เขียน ขอขอบคุณนักชกที่ช่วยงานพิมพ์วิทยานิพนธ์เล่มนี้ และขอขอบคุณบุคคลที่ไม่ได้กล่าวถึง ณ ที่นี้ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือทั้งข้อมูลและกำลังใจ

ขอบคุณ "แม่" ที่เชื่อว่าเป็นกำลังใจให้ "ลูก" คนนี้อยู่ตลอด แม้เราจะอยู่ห่างกัน ไกลแสนไกลก็ตาม ยิ่งทนทุกข์ทรมานจากการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้แบบไม่สามารถเอื้อนเอ่ยให้ใครฟังได้เพียงใด ในใจยิ่งคิดถึงแม่มากกว่านั้น มาถึงจุดนี้จึงอยากจะบอกแม่ว่า "ป๊อปทำได้แล้วแม่!" ถ้าแม่อยู่ด้วยกัน ณ วันนี้ เราคงได้ฉลองกับความสำเร็จครั้งนี้ด้วยกันและมีความสุขด้วยกันมากๆ "...โง่ไหมแม่?"

เกือบทุกตัวอักษรในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ล้วนต้องแลกกับ "หยาดเหงื่อ" และ "คราบน้ำตา" และนับว่าเป็นงานเขียนที่ยากที่สุดตลอดชีวิตการเขียนงานทางวิชาการที่ผ่านมาทั้งหมด เป็นงานเขียนที่เกิดจากอวิชชาและสุญญาภาสทางความคิดเมื่องานเขียนเล่มนี้เสร็จสิ้น ผู้เขียนก็ยังมึนงงคิดว่าอวิชชาที่ตนถูกแทนที่ด้วย "ปัญญา" หรือไม่

งานวิทยานิพนธ์เล่มนี้จึงเป็น "หลักฐาน" สลักรอยจารึกแห่งความเพียรอย่างที่สุดครั้งหนึ่งในชีวิตของผู้เขียน ระยะเวลาตลอด 4 ปีของการศึกษา ผู้เขียนต้องเจอเรื่องราวที่ "บาดลึก" เข้ามาในชีวิตมากมาย เมื่อสิ้น ณ จุดนี้แล้วมองกลับไป ยังไม่รู้ตัวเลขว่าตนเองผ่านเรื่องดังกล่าวมาได้อย่างไร จึงต้องขอบคุณ "ใจตัวเอง" ที่ทำเขสุดมีความเข้มแข็งพอที่จะผลักดันตัวเองก้าวผ่านจุดที่ยากที่สุดจุดหนึ่งของชีวิตไปได้ ซึ่งอาจเป็นเพียงเพราะ "กระต่าย" ไบนั่นใบเดียว

ขอบคุณโชคชะตาที่พัดพาชีวิตให้เข้ามาศึกษา ณ ที่นี้ ได้มิตรภาพจากเพื่อนร่วมรุ่น ประสบการณ์ต่างๆ ในชีวิตที่ล้วนเป็น "ประวัติศาสตร์" หน้าหนึ่งของชีวิตและที่สำคัญคือขอบคุณที่ทำให้ค้นพบตนเองได้ว่า "ตนมิใช่นักประวัติศาสตร์!"

หากเกิดข้อผิดพลาดใดๆ ในงานเขียนเล่มนี้ ผู้เขียนขออภัยไว้ ณ ที่นี้ และขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. วัตถุประสงค์.....	4
3. สมมติฐาน.....	4
4. วิธีการศึกษา.....	4
5. ขอบเขตการศึกษาและการนำเสนอ.....	6
6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
7. ทบทวนวรรณกรรม.....	8
8. แนวคิดเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้ากับระบบการค้าปลีก.....	23
9. การให้ความหมายของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในบริบทสังคมไทย.....	31
บทที่ 2 พัฒนาการของศูนย์การค้าในกรุงเทพฯ พ.ศ. 2526 – 2539.....	37
1. พัฒนาการของ “ห้าง” หรือ “ห้างร้าน” ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2.....	37
2. การกำเนิดของ “ห้างสรรพสินค้า” ที่พัฒนามาเป็น “ศูนย์การค้า” ในกรุงเทพมหานคร.....	41
2.1 การกำเนิดของ “ห้างสรรพสินค้า” และ “ศูนย์การค้า” ในโลกตะวันตก : ต้นแบบของ “ห้างสรรพสินค้า” และ “ศูนย์การค้า” ในประเทศไทย.....	41
2.2 กำเนิดของ “ห้างสรรพสินค้า” และ “ศูนย์การค้า” ในกรุงเทพฯ.....	43
3. ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าช่วงทศวรรษที่ 2500 – 2510.....	47
3.1 บริบททางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงทศวรรษที่ 2500 – 2510 (พ.ศ. 2500 – 2519)	47
3.2 พัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2500 – 2510.....	54

4.	ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าช่วงทศวรรษที่ 2520.....	59
4.1	บริบททางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงทศวรรษที่ 2520 (พ.ศ. 2520 – 2529).....	59
4.2	พัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2520.....	70
5.	ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าช่วงทศวรรษที่ 2530.....	93
5.1	บริบททางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงทศวรรษที่ 2530 (พ.ศ. 2530 – 2539).....	93
5.2	พัฒนาการของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในช่วงทศวรรษที่ 2530.....	110
บทที่ 3	ศูนย์การค้าในช่วง พ.ศ. 2526 – 2539 กับวิธีการสร้างความนิยมในหมู่คนกรุงเทพฯ.....	123
1.	ลักษณะความเป็น “ศูนย์การค้า”.....	124
1.1	อาคารศูนย์การค้า : ลักษณะภายนอกของศูนย์การค้า.....	124
1.2	การจัดวางตำแหน่งและการจัดบรรยากาศ : ลักษณะภายในของศูนย์การค้า.....	127
2.	วิธีการสร้างการรับรู้และการจดจำของศูนย์การค้า.....	146
2.1	การสร้าง “ตราสัญลักษณ์” (Logo).....	147
2.2	การ “โฆษณา” ของศูนย์การค้า.....	149
3.	ศูนย์การค้ากับการดึงดูดคนกรุงเทพฯ ให้เข้ามาจับจ่ายใช้สอยและใช้เวลาว่าง.....	155
3.1	ศูนย์การค้ากับการสร้างความหมายให้สินค้า.....	156
3.2	การลดราคาเพื่อส่งเสริมการขาย.....	168
3.3	บัตรเครดิต : ตัวกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยในศูนย์การค้า.....	170
3.4	การขายเวลาปิดศูนย์การค้า : การตอบสนองวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของ คนกรุงเทพฯ.....	172
3.5	ร้านอาหารและกิจกรรมบันเทิง : ตัวดึงดูดการใช้เวลาว่างของคนกรุงเทพฯ.....	178
บทที่ 4	ความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์การค้ากับคนกรุงเทพฯ พ.ศ. 2526 – 2539.....	181
1.	ศูนย์การค้ากับการจับจ่ายใช้สอยของคนกรุงเทพฯ.....	186
1.1	ศูนย์การค้ากับการจับจ่ายสินค้าแบรนด์เนม.....	187
1.2	ศูนย์การค้ากับการจับจ่ายใช้สอยเกินความจำเป็น.....	190
1.3	ศูนย์การค้ากับการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการจับจ่ายใช้สอย.....	195
2.	ศูนย์การค้ากับชนชั้นกลางหญิงกรุงเทพฯ.....	203
3.	ศูนย์การค้ากับชนชั้นกลางชายกรุงเทพฯ.....	205
4.	ศูนย์การค้ากับครอบครัวชนชั้นกลางในกรุงเทพฯ.....	211
5.	ศูนย์การค้ากับการใช้เวลาว่างเพื่อสร้างการพักผ่อนหย่อนใจของคนกรุงเทพฯ.....	218

สารบัญ (ต่อ)

ฉ

หน้า

บทที่ 5 บทสรุป.....	224
รายการอ้างอิง.....	228
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	239

สารบัญตาราง

ญ

หน้า

ตารางที่	1.1	แสดงความแตกต่างระหว่างศูนย์การค้าที่เป็นตึกแถวและศูนย์การค้าภายใต้อาคารหลังเดียว.....	34
ตารางที่	1.2	แสดงสรุปพัฒนาการการให้ความหมายของศูนย์การค้าในบริบทสังคมไทย.....	36
ตารางที่	2.1	แสดงจำนวนประชากรของกรุงเทพมหานครจำแนกตามเขต ขนาดเนื้อที่และความหนาแน่นของประชากร พ.ศ. 2523 และ 2533.....	65
ตารางที่	2.2	แสดงข้อมูลเปรียบเทียบของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่เปิดปี พ.ศ. 2527 จนถึงต้นปี พ.ศ. 2528.....	88
ตารางที่	2.3	แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2538.....	96
ตารางที่	2.4	แสดงการบริโภคและการลงทุนในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2538.....	97
ตารางที่	2.5	แสดงสถิติจำนวนที่อยู่อาศัย จำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัย ที่ขออนุญาตก่อสร้างใหม่ ปี พ.ศ. 2535 – 2537.....	100
ตารางที่	2.6	แสดงอัตราการขยายตัวของพื้นที่เมือง พ.ศ. 2530 – 2538.....	101
ตารางที่	2.7	แสดงจำนวนยานยนต์ที่จดทะเบียนในกรุงเทพฯ พ.ศ. 2503 – 2538.....	104
ตารางที่	2.8	แสดงยอดการจำหน่ายของธุรกิจห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพฯ 39 แห่ง.....	118
ตารางที่	2.9	แสดงศูนย์การค้าครบวงจรที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2535 – พ.ศ. 2538.....	121
ตารางที่	3.1	แสดงพื้นที่รวมของศูนย์การค้าเซ็นทรัล โดยบริษัทเซ็นทรัลพัฒนา.....	125
ตารางที่	3.2	แสดงการวิเคราะห์ลักษณะสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อช่วงเวลาและระยะทางการเดินโดยวิกเตอร์ กรูน.....	128
ตารางที่	3.3	แสดงการเปรียบเทียบการจัดพื้นที่แต่ละชั้นของศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว และศูนย์การค้าเดอะมอลล์ งามวงศ์วาน.....	143
ตารางที่	3.4	แสดงการวิเคราะห์ภาพที่ 3.12 ภาพโฆษณาของเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว พ.ศ. 2526.....	152
ตารางที่	3.5	แสดงแผนของฝ่ายจัดซื้อของห้างเซ็นทรัลประจำปี พ.ศ. 2536.....	159
ตารางที่	3.6	แสดงรายการลดราคาหลักของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ปี พ.ศ. 2536.....	169
ตารางที่	4.1	แสดงข้อมูลของบุคคลที่ให้สัมภาษณ์.....	184
ตารางที่	4.2	แสดงอาชีพของสามีของแม่บ้านที่ทำการศึกษา.....	185
ตารางที่	4.3	แสดงกิจกรรมสุดสัปดาห์ของครอบครัวชนชั้นกลาง พ.ศ. 2529.....	212

สารบัญภาพ

ณ

หน้า

ภาพที่ 2.1	แสดงไปรษณียบัตรที่สัมฤทธิ์ส่งถึงลูกค้าเมื่อคราวย้ายร้านมาที่ถนนเจริญกรุง พ.ศ. 2493.....	44
ภาพที่ 2.2	แสดงโฆษณายุคแรกของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง พ.ศ. 2495.....	45
ภาพที่ 2.3	แสดงภาพวันเปิดโรบินสันราชดำริที่มีการตั้งเปียโนไว้หน้าลิฟท์แก้ว.....	74
ภาพที่ 2.4	แสดงแผนผังบริเวณสี่เหลี่ยมทองคำ.....	76
ภาพที่ 2.5	แสดงจำนวนเงินที่ใช้โฆษณาต่อวันของห้างสรรพสินค้าย่านราชดำริ ช่วงเดือนกันยายน - ตุลาคม พ.ศ. 2525.....	76
ภาพที่ 2.6	แสดงขอบเขตพื้นที่และทำเลที่ตั้งของเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว.....	82
ภาพที่ 2.7	แสดงบริเวณตลาดของโครงการเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว.....	84
ภาพที่ 2.8	แสดงภาพถ่ายของศูนย์การค้าอัมรินทร์ พลาซ่า พ.ศ. 2528.....	90
ภาพที่ 2.9	แสดงพัฒนาการการเติบโต และขยายตัวของกรุงเทพมหานคร ระหว่างปี พ.ศ. 2503 - 2533.....	102
ภาพที่ 2.10	แสดงตำแหน่งที่ตั้งศูนย์การค้าที่เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2512 - 2534 และปีพ.ศ. 2534 - 2540.....	103
ภาพที่ 3.1	แสดงที่ตั้งและ โครงสร้างอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัล.....	125
ภาพที่ 3.2	แสดงบรรยากาศโอ่อ่ากลางเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว พ.ศ. 2526.....	132
ภาพที่ 3.3	แสดงโฆษณาของผู้แทนจำหน่ายลิฟท์และบันไดเลื่อนต่อห้างเซ็นทรัล.....	136
ภาพที่ 3.4	แสดงภาพการใช้บันไดเลื่อนในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว พ.ศ. 2526.....	138
ภาพที่ 3.5	แสดงตำแหน่งที่ตั้งของ VDO Wall.....	139
ภาพที่ 3.6	แสดงแผนผังชั้นที่ 1 ของศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว พ.ศ. 2526.....	140
ภาพที่ 3.7	แสดงแผนผังชั้นที่ 1 ของศูนย์การค้าเดอะมอลล์ งามวงศ์วาน พ.ศ. 2534.....	141
ภาพที่ 3.8	แสดงแผนผังชั้น 6 และ ชั้น 7 ของศูนย์การค้าเดอะมอลล์ งามวงศ์วาน พ.ศ. 2534.....	142
ภาพที่ 3.9	แสดงตราสัญลักษณ์ (Logo) ของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล.....	147
ภาพที่ 3.10	แสดงตราสัญลักษณ์ (Logo) ของห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์.....	148
ภาพที่ 3.11	แสดงโฆษณาของห้างเซ็นทรัล ลาดพร้าว พ.ศ. 2526.....	150
ภาพที่ 3.12	แสดงโฆษณาของห้างเซ็นทรัล ลาดพร้าว พ.ศ. 2526.....	151
ภาพที่ 3.13	แสดงโฆษณาประชาสัมพันธ์การก่อสร้างศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ปิ่นเกล้า.....	153

	หน้า
ภาพที่ 3.14 แสดงโฆษณาหน้าหนังสือพิมพ์ของศูนย์การค้าเดอะมอลล์.....	154
ภาพที่ 3.15 แสดงภาพถ่ายการจัดแสดงสินค้าในช่วงหน้าร้อน ห้างเซ็นทรัล เดือนมีนาคม – เมษายน 2536.....	159
ภาพที่ 3.16 แสดงภาพโฆษณาเสื้อเชิ้ตแมนฮัตตันรูปแบบที่ 1.....	162
ภาพที่ 3.17 แสดงภาพโฆษณาเสื้อเชิ้ตแมนฮัตตันรูปแบบที่ 2.....	163
ภาพที่ 3.18 แสดงภาพโฆษณากางเกงยีนส์แรงเลอร์.....	164
ภาพที่ 3.19 แสดงภาพโฆษณาเสื้อเชิ้ต แวน ฮิวเซน.....	164
ภาพที่ 3.20 แสดงภาพโฆษณาเครื่องโกนหนวด บราวน์.....	165
ภาพที่ 3.21 แสดงภาพโฆษณากางเกงยีนส์ตีวาลัย.....	166
ภาพที่ 3.22 แสดงภาพโฆษณาที่ซังน้ำหนัก.....	166
ภาพที่ 3.23 แสดงภาพโฆษณาของเล่นเลโก้.....	167
ภาพที่ 3.24 แสดงการจัดสรรเวลาของมนุษย์.....	173
ภาพที่ 3.25 แสดงภาพเวลาปิดของห้างเซ็นทรัล สีลม พ.ศ. 2511.....	175
ภาพที่ 3.26 แสดงภาพเวลาปิดของห้างเซ็นทรัล ซิดลม พ.ศ. 2534.....	175
ภาพที่ 3.27 แสดงการจัดสรรเวลาของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไป.....	177