

บทที่ 4

ความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์การค้ากับคนกรุงเทพฯ พ.ศ. 2526 – 2539

ศูนย์การค้าเติบโตขึ้นจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป การขยายตัวของเมือง กรุงเทพฯ ไปยังชานเมืองและการขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรรทำให้เกิดศูนย์การค้าชานเมืองขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาของย่านธุรกิจในเมือง โดยเฉพาะย่านสาทรและสีลมนั้นทำให้ศูนย์การค้าในเมืองสามารถเติบโตได้เช่นเดียวกัน การเติบโตของศูนย์การค้าใน ปัจจุบันหลักที่สำคัญจึงเป็นคนที่เข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้า ศูนย์การค้าจึงต้องมีการปรับตัวไปตามสภาพการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและตอบสนองความต้องการของผู้ที่เข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้าให้ได้มากที่สุด

ดังนั้น ศูนย์การค้ากับคนกรุงเทพฯ ที่เข้าไปใช้บริการจึงมีความสัมพันธ์กันและเป็นความสัมพันธ์ในเชิง “ปฏิสัมพันธ์” คู่กัน กล่าวคือ ศูนย์การค้าพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการซึ่งถ้าพิจารณาในประเด็นนี้ ลูกค้าจึงเป็นฝ่ายที่กำหนดความเป็นไปของศูนย์การค้า แต่ในขณะเดียวกันศูนย์การค้าก็พยายามนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้านิยมเข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้า การนำเสนอสิ่งแปลกใหม่นั้นจึงเป็นบทบาทของศูนย์การค้า ซึ่งมีใช้การสร้างการเปลี่ยนแปลงใหม่ให้เกิดขึ้น หากแต่เป็นการ “เร้า” ภาวะการเปลี่ยนแปลงที่ได้เกิดขึ้นกับคนกรุงเทพฯ อยู่แล้วให้ขยายตัวมากยิ่งขึ้น

สิ่งที่จะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์การค้ากับคนกรุงเทพฯ ก็คือ การบอกเล่าจากคนกรุงเทพฯ ที่อยู่ร่วมสมัยในระบอบเวลานั้น โดยตรง ซึ่งจะทำให้ได้เห็นภาพของความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์การค้ากับคนกรุงเทพฯ มากขึ้น ดังนั้น วิธีที่ใช้ในการศึกษาบทนี้ที่สำคัญคือ การใช้วิธีประวัติศาสตร์จากการบอกเล่า (Oral History) ซึ่งการบอกเล่าจากกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ศึกษาไปสัมภาษณ์นั้นจะทำให้ได้รับรู้ถึงทัศนคติ อารมณ์ ความรู้สึก ของผู้ที่ให้สัมภาษณ์กับศูนย์การค้าและการที่เรื่องที่เกี่ยวข้องทอดออกมาอยู่ในความทรงจำของผู้ให้สัมภาษณ์นั้น ย่อมแสดงให้เห็นว่าศูนย์การค้ามีความสัมพันธ์และความสำคัญกับผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะที่เป็นคนกรุงเทพฯ คนหนึ่งอย่างชัดเจน

กลุ่มคนที่สำคัญในการให้ภาพความสัมพันธ์ระหว่างตนกับศูนย์การค้าได้ดี คือ กลุ่มชนชั้นกลางในกรุงเทพฯ เนื่องจากคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของศูนย์การค้า เพราะมีรายได้และอำนาจซื้อในการจับจ่ายและใช้บริการต่างๆ ในศูนย์การค้า การจัดกลุ่มว่ากลุ่มบุคคลใดจะจัดอยู่ในชนชั้นกลางนั้น สามารถพิจารณาได้จากการให้นิยามของคำว่าชนชั้นกลางในบริบทของสังคมไทย

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ ให้นิยามชนชั้นกลางว่าประกอบด้วย คนงานคอปกขาว หรือคนงานที่ไม่ต้องใช้แรงงานและผู้ผลิตขนาดเล็ก โดยคนกลุ่มนี้จะอยู่ระหว่างนายทุน ผู้ใช้แรงงานและชาวนา¹ นอกจากนี้ปรีชายังเสนอว่า อย่างน้อยคนสองกลุ่มที่สังกัดอยู่ในชนชั้นกลาง คือ ข้าราชการและผู้ที่ทำงานอยู่ในสายวิชาชีพที่มีความหลากหลาย เช่น นักบริหารระดับสูง ผู้จัดการ นักวิชาการ ผู้มีอาชีพทางการตลาด การธนาคาร การประกันภัย รวมกระทั่ง ครู อาจารย์ ปัญญาชน สื่อมวลชน²

นิธิ เอียวศรีวงศ์ ได้แบ่งชนชั้นกลางออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มนักธุรกิจซึ่งมีความมั่งคั่งอันเกิดจากระบบตลาดและกลุ่มผู้ประกอบอาชีพชั้นสูงรวมถึงคนงานคอปกขาวผู้ซึ่งอาศัยทักษะความชำนาญเฉพาะตัวทำให้ตนเองก้าวหน้าในหน้าที่การงาน³

วรวิทย์ เจริญเลิศ ได้กล่าวไว้ว่าชนชั้นกลางประกอบด้วยผู้ประกอบการรายย่อย พ่อค้ารายย่อย อาชีพอิสระ ปัญญาชน ข้าราชการ รวมทั้งพนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัทห้างร้าน โดยเสนอว่าเหตุที่ทำให้พวกกลุ่มคนดังกล่าวนี้จัดอยู่ในชนชั้นกลางเป็นเหตุผลทางเศรษฐกิจ นั่นคือ การมีพื้นฐานทางวัตถุโดยเฉพาะรายได้และความเชื่อมั่นในการทำงานใกล้เคียงกัน⁴

วิระศักดิ์ สาเลชยกานนท์ ได้จัดประเภทของชนชั้นกลางไว้ว่า ชนชั้นกลางประกอบด้วย นักศึกษามหาวิทยาลัยที่ถึงแม้จะยังไม่มีรายได้เป็นของตัวเองแต่เมื่อสำเร็จการศึกษาก็มักจะเป็นลูกจ้างประเภทคอปกขาว นอกจากนี้ยังประกอบด้วยข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ ปัญญาชน อาจารย์มหาวิทยาลัย นักวิชาการ นักเขียน นักหนังสือพิมพ์ ลูกจ้างเอกชน ซึ่งก็คือ ลูกจ้างบริษัท ห้างร้าน วิสาหกิจต่างๆ⁵

เอนก เหล่าธรรมทัศน์ ได้จัดประเภทของชนชั้นกลางไว้ว่ามี 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มนักธุรกิจ - วิชาชีพ ซึ่ง ได้แก่ นักบริหาร ผู้จัดการ ผู้ชำนาญการในบริษัท โรงงาน ธนาคาร นักธุรกิจ แพทย์ พยาบาล ทนายความ สถาปนิก วิศวกร และกลุ่มนักปฏิรูป ซึ่ง ได้แก่ นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการ⁶

ที่ยกตัวอย่างมาทั้งหมดนั้นจะเห็นได้ว่า การจัดกลุ่มให้กลุ่มบุคคลใดเป็นชนชั้นกลางนั้น จำแนกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มผู้ประกอบธุรกิจ กลุ่มคนที่ทำงานให้กับธุรกิจซึ่งเรียกว่า

¹ อังโณ สังคีต พิริยะรังสรรค์และผาสุก พงษ์ไพจิตร (บรรณาธิการ), *ชนชั้นกลางบนกระแสประชาธิปไตย* (กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536), หน้า 17.

² ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, "ทฤษฎีชนชั้นกลาง" ใน *เรื่องเดียวกัน*, หน้า 83.

³ อังโณ เรื่องเดียวกัน, หน้า 17 - 18.

⁴ วรวิทย์ เจริญเลิศ, "ชนชั้นกลางกับเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ : ฝ่ายประชาธิปไตยหรือรัฐปฏิรูป?" ใน *เรื่องเดียวกัน*, หน้า 129 - 133.

⁵ วิระศักดิ์ สาเลชยกานนท์, "คอปกขาว : ชนชั้นกลางใหม่ในสังคมไทย," *ไทย - ไตเจสต์* 1, 64 (2518) : 44 - 49.

⁶ เอนก เหล่าธรรมทัศน์, *สองนครประชาธิปไตย แนวทางการปฏิรูปการเมืองเศรษฐกิจเพื่อประชาธิปไตย* (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน, 2538), หน้า 10.

คนคอปกขาวที่จำเป็นต้องใช้ความสามารถ ความชำนาญเฉพาะตัวเพื่อสร้างความก้าวหน้าในอาชีพ การงานของตน และกลุ่มปัญญาชนทั้งอาจารย์ แพทย์ วิศวกร สถาปนิก ข้าราชการ

เมื่อได้ขบข้อของการจัดประเภทกลุ่มบุคคลให้เป็นชนชั้นกลางแล้ว ผู้ศึกษาจึงเลือก กลุ่มเป้าหมายที่เป็นชนชั้นกลางหลากหลายอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 18 คน ที่เคยได้ไปใช้บริการใน ศูนย์การค้า อนึ่ง กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเข้าไปสัมพันธ์กับศูนย์การค้ากลุ่มหนึ่งคือกลุ่มผู้หญิงแม่บ้าน ใน ครอบครัวชนชั้นกลาง ซึ่งจะใช้เวลาในช่วงเวลาที่ถือว่าเป็นเวลาทำงานของกลุ่มบุคคลทำงานนั้นในการพบปะเพื่อนฝูงที่เป็นแม่บ้านด้วยกันหรือรับประทานอาหารเช้า หรือรอรับลูกของตนจากโรงเรียน กลับบ้าน และเมื่อรับลูกแล้วอาจพาลูกมาที่ศูนย์การค้าเพื่อจับจ่ายใช้สอย รับประทานอาหาร หรือให้ ลูกได้เที่ยวเล่นพักผ่อน กลุ่มแม่บ้านจึงเป็นกลุ่มที่มีอาจมองข้ามไปได้

ดังนั้น แม้การจัดกลุ่มบุคคลให้เป็นชนชั้นกลางของนักวิชาการนั้นจะหมายความถึงเฉพาะ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลในการทำงาน แต่เมื่อพิจารณาในบริบทของสังคมไทยแล้วพบว่าสถานภาพของ ภรรยาจะเป็นไปตามสามี สามีเป็นผู้ที่ออกไปทำงานนอกบ้าน มีอาชีพ หน้าที่การงาน เช่นใด ย่อม ส่งผลมายังภรรยา เพราะสามีเป็นผู้นำครอบครัว สถานภาพของภรรยาที่เป็นแม่บ้านจึงเป็นไปตามสามี นอกจากนี้รายได้ของภรรยาส่วนหนึ่งย่อมมาจากผลตอบแทนของการทำงานที่สามีได้รับ ดังนั้น ชนชั้นกลางในการศึกษาเล่มนี้จึงจำเป็นต้องรวมกลุ่มผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านในครอบครัวชนชั้นกลางไป ด้วย

กลุ่มเป้าหมายที่ผู้ศึกษาเลือกทำการสัมภาษณ์จำนวน 18 คน นั้น ประกอบไปด้วยทั้ง ชายและหญิงและมีอาชีพที่หลากหลายตามการนิยามขบข้อของชนชั้นกลางดังที่กล่าวมาแล้ว ซึ่งมี ทั้งกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ โดยผู้ศึกษาเลือกสัมภาษณ์ผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 คน กลุ่มคนที่ทำงานให้กับธุรกิจซึ่งเรียกว่าคนงานคอปกขาว โดยผู้ศึกษาเลือกสัมภาษณ์ ผู้ที่ทำงานในธนาคารและบริษัทเอกชน จำนวน 9 คน กลุ่มปัญญาชน โดยผู้ศึกษาเลือกสัมภาษณ์ อาชีพข้าราชการ และอาจารย์มหาวิทยาลัย จำนวน 3 คน และแม่บ้านที่มีได้ประกอบอาชีพใดๆ แต่อยู่ในครอบครัวชนชั้นกลาง จำนวน 3 คน

เพื่อให้สามารถเข้าใจวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ จากกลุ่มบุคคลที่ถูกสัมภาษณ์มากขึ้น ผู้ศึกษา จึงแสดงข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลของบุคคลที่ให้สัมภาษณ์

อายุ	ชื่อ - สกุล	สถานภาพ	ระดับ การศึกษา สูงสุด	อาชีพในช่วง ระยะเวลาที่ศึกษา ตามลำดับ	รายได้/เงินเดือน ในช่วงระยะเวลา ที่ศึกษา
73 ปี	นางประยงค์ อิงคนินันท์	สมรส/ ไม่มีบุตร	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	แม่บ้าน	70,000 - 80,000 บาท
71 ปี	นายทรงศิลป์ชัย เทียนประเสริฐ	สมรส/ มีบุตร	ปริญญาตรี	รับราชการ	6,000 - 40,000 บาท
67 ปี	นายวิสิทธิ์ โรจน์พจนรัตน์	สมรส/ มีบุตร	ปริญญาตรี	เจ้าของสำนักพิมพ์	900,000 - 1,200,000 บาท
60 ปี	นางบุศรา ตันติพานิชกุล	สมรส/ มีบุตร	ปริญญาตรี	พนักงานธนาคาร	4,500 - 40,000 บาท
60 ปี	นางอมรา รอดคารา	สมรส/ มีบุตร	ปริญญาโท	รับราชการ	5,800 - 30,000 บาท
58 ปี	นายวชิรพงษ์ ทวีทอง	สมรส/ มีบุตร	ปริญญาตรี	พนักงาน บริษัทเอกชน	5,000 - 40,000 บาท
58 ปี	นางคารุณี กฤตบุญญาลัย	สมรส/ มีบุตร	ปริญญาโท	เจ้าของกิจการ	2,000,000 - 3,000,000 บาท
57 ปี	นางรัตนฉัตร เกิดชูชื่น	สมรส/ มีบุตร	ปริญญาตรี	พนักงานธนาคาร	10,000 - 20,000 บาท
56 ปี	นางพรรณศิริ เสวตเสริมณี	สมรส/ มีบุตร	ปริญญาตรี	พนักงานธนาคาร	5,000 - 30,000 บาท
54 ปี	นายวรพจน์ ทวีทอง	สมรส/ มีบุตร	ปริญญาโท	กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจพัฒนา อสังหาริมทรัพย์	90,000 - 120,000 บาท
54 ปี	นางนิลวดี กิระติยางกูร	สมรส/ ไม่มีบุตร	มัธยมศึกษา	แม่บ้าน	10,000 - 20,000 บาท
51 ปี	นางสมรทิพย์ วนลาภพัฒนา	สมรส/ มีบุตร	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	8,000 - 35,000 บาท
49 ปี	นางสอางค์ โสภินนุกักษ์	สมรส/ มีบุตร	ปริญญาตรี	แม่บ้าน	15,000 - 20,000 บาท

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงข้อมูลของบุคคลที่ให้สัมภาษณ์

อายุ	ชื่อ - สกุล	สถานภาพ	ระดับ การศึกษา สูงสุด	อาชีพในช่วง ระยะเวลาที่ศึกษา ตามลำดับ	รายได้ /เงินเดือน ในช่วงระยะเวลา ที่ศึกษา
45 ปี	นางพัชรี ศรีสีอ้าน	สมรส / มีบุตร	ปริญญาโท	นักแปลข่าว	10,000 – 20,000 บาท
37 ปี	นายประการ วงศ์วิสุทธิกุล	สมรส / ไม่มีบุตร	ปริญญาโท	พนักงานธนาคาร	5,500 – 40,000 บาท
35 ปี	นายอรรถพล อนันตวรสกุล	โสด	ปริญญาโท	รับราชการ	5,560 – 7,380 บาท
35 ปี	นางสาวณัฐกานต์ ทรัพย์ไพศาล	โสด	ปริญญาโท	ธุรกิจส่วนตัว	8,000 – 10,000 บาท
34 ปี	นายมนัสชัย ชูติวงศ์	โสด	ปริญญาโท	พนักงาน บริษัทเอกชน	10,000 – 20,000 บาท

กลุ่มแม่บ้านที่ผู้ศึกษาเลือกทำการสัมภาษณ์นั้น จัดอยู่ในกลุ่มแม่บ้านชนชั้นกลาง ที่มีสถานภาพเป็นไปตามสามี และรายได้หลักมาจากการจัดสรรรายได้จากสามี ซึ่งสามีของแม่บ้านทำอาชีพต่างๆ ตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงอาชีพของสามีของแม่บ้านที่ทำการศึกษา

ชื่อ - สกุลแม่บ้านผู้ให้สัมภาษณ์	อาชีพของสามีในช่วงระยะเวลาที่ศึกษา
นางประยงค์ อิงคนินันท์*	ข้าราชการ
นางนิลวดี กิริติยางกูร	พนักงานธนาคาร
นางสอางค์ โสภินนุรักษ์	สถาปนิก

กลุ่มชนชั้นกลางดังกล่าวนี้ได้เข้าไปมีความสัมพันธ์กับศูนย์การค้าทั้งในด้านของการบริโภค และการใช้เวลาว่าง ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่จะให้ภาพของวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวได้ ดังนั้นกลุ่มบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์

* จากการให้สัมภาษณ์ของนางประยงค์ อิงคนินันท์ รายได้ของนางประยงค์ นอกจากจะมาจากการจัดสรรรายได้จากสามีแล้ว ยังมีรายได้จากการให้เช่าและซื้อขายอสังหาริมทรัพย์

โดยคัดเลือกมาจากอาชีพต่างๆ ในขอบข่ายของชนชั้นกลางนั้น จึงน่าจะเป็น “ภาพแทน” ของคนกรุงเทพฯ ได้

ประเด็นที่ใช้ในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์การค้ากับคนกรุงเทพฯ นั้น ได้แก่

1. ศูนย์การค้ากับการจับจ่ายใช้สอยของคนกรุงเทพฯ
2. ศูนย์การค้ากับชนชั้นกลางหญิงกรุงเทพฯ
3. ศูนย์การค้ากับชนชั้นกลางชายกรุงเทพฯ
4. ศูนย์การค้ากับครอบครัวชนชั้นกลางในกรุงเทพฯ
5. ศูนย์การค้ากับการใช้เวลาว่างเพื่อสร้างการพักผ่อนหย่อนใจของคนกรุงเทพฯ

แม้ศูนย์การค้าชานเมืองจะเติบโตขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 2530 แต่ศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าในเมืองก็ได้ลดบทบาทความสำคัญลงไป ดังนั้นในการศึกษาจึงรวมห้างเซ็นทรัลชิดลม เข้าไปในการศึกษาด้วย เนื่องจากห้างเซ็นทรัลชิดลม เป็นพัฒนาการของห้างเซ็นทรัลก่อนที่จะพัฒนามาเป็นศูนย์การค้า เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว และมีองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกับศูนย์การค้า กล่าวคือ มีทั้งส่วนที่เป็นตัวห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ร้านค้าแบรนด์เนมต่างๆ และร้านอาหาร แต่ขาดองค์ประกอบด้านบริการการบันเทิงต่างๆ เช่น โรงภาพยนตร์ สวนสนุก ซึ่งจะเกิดการพัฒนารอบวงจรด้วยการรวมการบริการบันเทิงที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ในเวลาต่อมา

ศูนย์การค้าครบวงจรที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 เป็นต้นมานั้นจึงมีพัฒนาการมาจากห้างสรรพสินค้าในเมือง โดยเฉพาะห้างเซ็นทรัลชิดลม ที่อยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของการเกิดศูนย์การค้าครบวงจรทำให้ห้างสรรพสินค้าในเมืองอย่างเซ็นทรัลชิดลม หรือศูนย์การค้าครบวงจรชานเมือง สร้างศูนย์รวมของหลากหลายกิจกรรมทำให้คนกรุงเทพฯ ไปใช้บริการในศูนย์การค้าที่มากขึ้น

1. ศูนย์การค้ากับการจับจ่ายใช้สอยของคนกรุงเทพฯ

หากจะกล่าวถึงสถานที่ในการจับจ่ายใช้สอยของคนกรุงเทพฯ นั้น ก่อนการเกิดในลักษณะของศูนย์การค้า การจะเลือกซื้อของชนิดหนึ่ง อาจต้องพิจารณาจากประเภทของสินค้าที่จะซื้อ เพราะสถานที่แต่ละแห่งย่อมมีสินค้าเฉพาะของสถานที่ตนเอง เช่น หากจะซื้อไข่ไก่ ผักสด เนื้อหมู ต้องไปที่ตลาดสด หากจะซื้อเสื้อผ้าอาจต้องไปย่านบางลำพู หากจะซื้อเครื่องเสียงอาจต้องไปย่านวังบูรพา แต่เมื่อวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ เปลี่ยนไป ทั้งเวลาที่มีจำกัด สภาพการจราจรที่คับคั่ง จึงทำให้ไม่สะดวกที่จะไปซื้อสินค้าต่างๆ ตามสถานที่ที่ขายสินค้านั้น โดยเฉพาะได้ การเกิดขึ้นของศูนย์การค้าที่รวมสินค้าหลากหลายประเภทเข้ามาไว้ในสถานที่เดียวกัน จึงทำให้เกิดความสะดวกแก่การจับจ่าย ทำให้ซื้อของหลากหลายได้ในสถานที่แห่งเดียว นอกจากนี้ การมีที่จอดรถยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คน

กรุงเทพฯ ที่มีรถยนต์นั้นเลือกที่จะมาใช้บริการในศูนย์การค้า เนื่องจากสถานที่จับจ่ายเดิมมักอยู่ริมถนนที่ไม่มีที่จอดรถหรือหาที่จอดรถได้ยาก

เมื่อศูนย์การค้าเกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ที่เปลี่ยนไป จึงทำให้คนกรุงเทพฯ เข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้าได้ง่ายและมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็ศูนย์การค้าในเมืองหรือศูนย์การค้าชานเมืองก็เติบโตอย่างมากโดยเฉพาะในช่วงทศวรรษที่ 2530

อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่สังเกตได้จากการจับจ่ายใช้สอยในศูนย์การค้า ช่วงระยะเวลา พ.ศ. 2526 – 2539 ผ่านคำบอกเล่าของกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการสัมภาษณ์นั้น สามารถจำแนกประเด็นที่น่าสังเกตจากความสัมพันธ์ระหว่างคนกรุงเทพฯ กับศูนย์การค้าได้ ดังนี้

1.1 ศูนย์การค้ากับการจับจ่ายสินค้าแบรนด์เนม

สินค้าแบรนด์เนม มักเป็นสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ แฟชั่นการแต่งกายก็เป็สิ่งที่กำเนิดมาจากโลกตะวันตก ที่เป็นผู้สร้างแบรนด์ขึ้นมา และสามารถทำให้คนอื่นๆ ทั้งโลก สามารถ “หลง” กับสินค้านั้น ประกอบกับการผูกความหมายที่ถูกใส่ลงไปกับสินค้า ทั้งความเท่ เสริมบุคลิกภาพ จึงเป็นการยกระดับตัวตนขึ้นมา ดังที่ *คารุณี กฤตบุญญาลัย* ถ่ายทอดว่า

ป้าดาเป็นคนแต่งตัวเนียบ เสื้อผ้าต้องใส่พอดีตัว แล้วมันต้องเป็นในแนวที่เราอยากได้ เสื้อผ้า เมื่อก่อนนี่มันออกมาไม่ใช่ตัวเรา ป้าดาจะตัดเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อเมืองไทยเริ่มมีการนำเข้าแบรนด์เนมมา ประมาณปี 2522 ที่แถบอัมรินทร์ ตอนแรกๆ จะเป็นกุชชีอะ พอกุชชีเข้ามา ป้าดาก็ใส่เสื้อผ้าแบรนด์เนมเป็นส่วนใหญ่เพราะคัดดีดี เป็คนที่รู้เรื่องแฟชั่นเยอะ แล้วที่สำคัญที่สุด แบรนด์เนมที่จะซื้อใส่ก็ต้องเป็แบรนด์เนมที่แก่ได้ เพราะว่าเราตัวเตี้ย เราสูงแค่ 155 แต่เสื้อผ้าสำเร็จรูปทั่ว ๆ ไปถ้าไม่ใช่แบรนด์ประเทศไทยต้องสูง 160 ขึ้น มันก็ทำให้เราใส่ยาก.... ถ้าเราบอกว่า ของนำเข้า เราต้องเข้าใจอย่างหนึ่งว่า แบรนด์ทั้งหมดเป็แบรนด์ระดับโลก ทั่วโลกหลงใหลกับคำพูดของคนไม่กี่คนที่อยู่แถวยุโรป มันคิดขึ้นมาว่าปีนี้เทรนด์จะเป็แบบนี้ แล้วมันก็จะทำ ๆ ออกมา ขายเท่าไรก็บ้าจี้ซื้อใส่ จนมาทำเลียนแบบ ไม่ได้คิดเองซักที ประเทศไทย เพราะฉะนั้นเราต้องยอมรับอย่างหนึ่งว่า กว่าจะทำอะไรขึ้นมาจนเป็แบรนด์เนมขึ้นมาได้ มันไม่ใช่เรื่องง่ายแล้วการที่จะหยิบ

สินค้าออกมาแต่ละคอลเลกชันต้องครองใจคนทั้งโลกได้ ต้องยอมรับ
ความคิดของเขา เขาสร้างตัวเขาเองจนกระทั่งเป็นผู้นำ.....⁷

จะเห็นได้ว่า แม็คคาร์ธีย์จะเลือกใช้ของแบรนด์เนมนำเข้า โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายในการบ่ง
บอกตัวตนของคนเองว่าเป็นผู้มีบุคลิกที่ดีและน่าสมมุติ ซึ่งทำให้เป็นที่ยอมรับจากคนในสังคมด้วยเหตุที่
เป็นบุคคลที่รู้จักในสังคม อย่างไรก็ตามการใช้สินค้าแบรนด์เนมนั้นย่อมสะท้อนให้เห็นถึงฐานะที่
แสดงออกมาผ่านเสื้อผ้าด้วย เป็นการบอกว่าเป็นคนมีฐานะถึงซื้อเสื้อผ้าเช่นนั้นได้ ซึ่งศูนย์การค้า
ที่เป็นผู้นำเข้าสินค้าแบรนด์เนมดังกล่าวและเป็นตัวเราให้คนบริโภคนำเข้าเพื่อสร้างและแสดงตัวตน
มากขึ้น

วรพจน์ ทวีทอง เป็นอีกกรณีศึกษาหนึ่ง โดยวรพจน์ เป็นกรรมการผู้จัดการธุรกิจ
อสังหาริมทรัพย์ ทำให้มีรายได้ 120,000 บาท ต่อเดือน จึงจัดเป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่มีอำนาจซื้อสูง

เมื่อก่อนอาเป็นคนสนใจเรื่องการแต่งตัว พวกเราเช่า เสื้อผ้า
จะใช้เงินเยอะกับสินค้านำเข้าที่จะมาซื้อตามศูนย์การค้า ไม่ใช่เป็นอาคน
เดียวนะ ในกลุ่มเพื่อนๆ ของเราคนหนึ่งเป็นหมื่นทั้งนั้น แต่เวลาคราคา
แบนลีย์ เฟอรัราคาโม หรือว่ายี่ห้ออื่นๆ ที่เป็นรองเท้าแพงๆ ก็จะซื้อมา
หมด จนกระทั่งเดี๋ยวนี้ใส่ไม่หมดจนเดี๋ยวนี้คืออย่างไม่ต้องซื้อรองเท้าใหม่
เลย.....จริงๆ แล้วของนำเข้าเมื่อก่อนเรามีความรู้สึกว่ามันทน แต่งจริง ๆ
แล้วมันมีส่วนอื่น เช่น ในเรื่องของความสวยงาม ความเท่ ความสง่า
ใส่แล้วภูมิใจ ซึ่งสินค้าของบ้านเรายังให้ตรงนี้ไม่ได้.....ช่วงนั้นเรา
จับจ่ายใช้สอยแบบไม่ค่อยคิดหน้าคิดหลัง แล้วเมื่อก่อนนี้แบรนด์เนมใน
บ้านเราคูเหมือนของมีค่า คือถ้าใครใส่จะรู้สึกว่ามันชืด มันเท่ๆ อย่าง
ปากกาเมื่อก่อนอาจะใช้ปากกาด้ามหนึ่งหมื่นกว่าบาท⁸

จะเห็นได้ชัดว่า วรพจน์ มีอำนาจซื้อสูงจึงนิยมซื้อของแบรนด์เนม และมีความสามารถในการซื้อ การบริโภคนำเข้าแบรนด์เนมหาได้บริโภคเพื่อประโยชน์ใช้สอยเพียงเท่านั้น หากแต่มุ่ง
เป้าหมายไปที่การสร้างตัวตนของความเท่ ความสง่า นอกจากนี้วรพจน์ ยังทำให้เห็นว่า การลด

⁷ คาร์ธีย์ กฤตบุญญาธิ์, อายุ 58 ปี, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2550, ณ ห้างสยามพารากอน.

⁸ วรพจน์ ทวีทอง, อายุ 54 ปี, สัมภาษณ์, 1 พฤศจิกายน 2550, ณ ห้างดิ เอ็มโพเรียม.

ราคามีได้มีอิทธิพลเฉพาะผู้หญิง ผู้ชายอย่างวรวพจน์ก็ตระหนักในความสำคัญของราคาเมื่อเกิดการลดราคาก็นำไปสู่การบริโภคที่เกินความจำเป็น

วชิรพงศ์ ทวีทอง ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เป็นชนชั้นกลางที่นิยมสินค้าที่มี
ยี่ห้อ

เวลาผมไปห้าง ผมจะซื้อของ ซื้อพวกเสื้อผ้าซึ่งเสื้อผ้าผมซื้อที่
ห้างอย่างเดียวเท่านั้น.....ส่วนใหญ่แรกๆ จะใช้แอร์โรวี แต่ว่าพอนานเข้า
มีการลดราคา ถ้ายี่ห้อมันดูไม่น่าเกลียดมากนัก ลดราคาเหลือ 50% หรือ
60% ก็จะซื้อมากกว่า.....สมัยก่อนแอร์โรวีไม่มีขายในเมืองไทย พี่ชาย
เรียนสถาปัตย์ที่จุฬาฯ เวลาเขาใส่แอร์โรวี เขาจะทำท่าหยิ่งๆ พอเพื่อนถาม
ว่าเป็นอะไร เขาจะบอกว่า สรแทงคอ (สัญลักษณ์ของแอร์โรวีมีลูกสร -
ผู้อ้าง) พอพี่ชายใช้ เราก็ใช้ตาม แต่ต่อมาก็เอาสะดวก ส่วนกางเกงยีนส์
แรงเลอร์ป้ายมันคิดแล้วเท่หัดดี อยากซื้อกางเกงยีนส์ ถ้าไม่มีก็ ต้องแรง
เลอร์ ป้ายดีก็ดูเท่หน่อย'

จะเห็นได้ว่าการที่วชิรพงศ์ ทำงานเอกชน ทำให้มีอำนาจซื้อระดับหนึ่งที่สามารถซื้อสินค้าที่
มียี่ห้อจากตะวันตกได้ ที่สำคัญของวชิรพงศ์คือการบริโภคเพื่อสร้างตัวตน เห็นได้ชัดจากการใส่เสื้อ
แอร์โรวีหรือกางเกงยีนส์ลี และแรงเลอร์ที่ใส่แล้วจะยึดได้ และดูเท่หัดขึ้น การบริโภคจึงไม่ใช่เพียงหา
สิ่งที่ปกคลุมร่างกาย หากแต่เป็นการบริโภคเพื่อบริโภคความเท่ ซึ่งส่งผลต่อการยอมรับจากผู้อื่นใน
สังคม

ศูนย์การค้าจึงตอบสนองวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ที่ต้องการสร้างตัวตนผ่านสินค้าด้วยการ
นำสินค้าแบรนด์เนม มานำเสนอในศูนย์การค้าอันเป็นพื้นที่เปิดที่ทำให้เรื่องของสินค้าแบรนด์เนม
แฟชั่นและการบริโภคเพื่อสร้างตัวตนผ่านสินค้านั้นมีใช้เรื่องที่กำลังจัดเฉพาะกลุ่ม การเข้าไปใช้
พื้นที่ของศูนย์การค้าจากคนหลากหลายกลุ่มทำให้คนกลุ่มดังกล่าวนั้นเกิดการรับรู้ และเกิดการต่อยอด
ทางความคิดว่าการบริโภคเพื่อสร้างตัวตนเป็นสิ่งที่มีความคุณค่าและช่วยสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับชีวิตของตน

" วชิรพงศ์ ทวีทอง, อายุ 58 ปี, สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2550, ณ โรงพยาบาลรามาธิบดี.

1.2 ศูนย์การค้ากับการจับจ่ายใช้สอยเกินความจำเป็น

ศูนย์การค้าเป็นพื้นที่ของการจับจ่ายใช้สอยและผู้ประกอบการมักนำเสนอวิธีการต่างๆ ในการกระตุ้นการซื้อของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อมิให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้าเพียงแค่เดินแวะเข้ามาพักผ่อน เดินเล่นหรือซื้อสินค้าเล็กๆ น้อยๆ ดังนั้นจึงเกิดการส่งเสริมการขายขึ้น ทั้งการลด แลก แจก แถม การส่งเสริมการใช้บัตรเครดิตในการจับจ่าย ซึ่งเมื่อคนกรุงเทพฯ ได้เข้าไปในศูนย์การค้าจึงเกิดความสัมพันธ์ด้วยการจับจ่าย ด้วยการตระหนักถึงคุณค่าของราคาว่าจะได้สินค้าที่ราคาถูกและเกิดความคุ้มค่าในการลด แลก แจก แถม หรือเกิดความสะดวกสบายในการจับจ่าย และเกิดการจับจ่ายที่ง่ายขึ้นแม้ไม่มีเงินสด ในกรณีของการส่งเสริมการใช้บัตรเครดิตในการจับจ่ายทั้งหมดนี้ทำให้คนที่เข้าไปบริการเกิดการตัดสินใจในการจับจ่ายใช้สอยที่ง่ายขึ้นและละเลยการยังคิดว่าสินค้าที่ตนซื้อนั้นมีความจำเป็นมากพอหรือไม่

อมรา รอดดารา มีที่อยู่ย่านฝั่งธนฯ ศูนย์การค้าที่เข้าไปสัมพันธ์จึงเป็นเซ็นทรัล ลาดหญ้า และฟิวเจอร์ปาร์ค บางแค โดยอมราได้ถ่ายทอดในประเด็นนี้ไว้ว่า

ก่อนที่จะเริ่มห้างสรรพสินค้าจริงๆ ร้านค้าสหกรณ์ของเราที่โคตโค่น แล้วยังเป็นสมาชิกด้วย อยู่ใกล้บ้านครู คือ สหกรณ์ลาดหญ้า แล้วเวลาไปก็มีการสะสมสิ้นปีก็จะมีเงินปันผล ต่อมาห้างสรรพสินค้าอย่างเซ็นทรัลไปเปิดใหม่ ก็เลยต้องไปเซ็นทรัล เพราะมีอะไรใหม่และมีเครื่องเล่น เด็กๆ ลูกครูเวลาไปทีเขาบอกว่าดีใจมาก เพราะเขาจะได้ไปเล่นเครื่องเล่นด้วย....ในยุคนั้นเศรษฐกิจค่อนข้างดี พวกสหกรณ์จึงสู้ห้างแบบนี้ไม่ได้ เพราะราคาของมันต่างกัน ที่นี้มันลด แลก แจก แถม ต่อมาก็มีห้างที่ไปตั้งใกล้ๆ บ้านครูก็เปิดใหญ่เป็นฟิวเจอร์ปาร์ค บางแค คนก็แห่กันไปเดิน เพื่อนบ้านครูไปกันหมด ไปแล้วก็รู้สึกตื่นเต้น.....การมาศูนย์การค้าจึงทำให้ชีวิตเราเกิดความสะดวกสบาย สามารถทำกิจกรรมได้หลายอย่าง และเมื่อต่อมาห้างกระจายมาตามชานเมือง ราคาสินค้านั้นก็จะถูกลงหน่อย ก็จะมีชาวบ้านที่แต่งตัวแบบบ้านๆ หลุดออกมาจากบ้านมาเดินที่ห้าง แต่เมื่อก่อนเรารู้สึกว่าไปห้างก็แต่งตัวให้มันดูดีหน่อย เพื่อนครูบอกว่า คนที่อยู่ข้างบ้านทำงานรับจ้าง วันอาทิตย์คือ

วันหยุดเขาจะเดินห้างเพราะว่าเย็นสบายดี มีที่ให้ลูกเล่น คนก็เลยเยอะตามห้าง¹⁰

พอเราเริ่มคุ้นเคยในการเดินห้าง ลูกก็ชอบไป เลยตกลงกันว่าไปครั้งหนึ่งมันใช้จ่ายเยอะ ของที่ไม่ควรซื้อซื้อทั้งแม่ทั้งลูก ก็เลยตกลงกันว่า สองอาทิตย์ถึงจะไปครั้งหนึ่ง จะไม่ไปบ่อย ของจุกจิกมันซื้อได้ข้างบ้านก็มี แต่เมื่อจะไปห้างก็ไปคูเสื้อผ้า รองเท้า ของที่ฟุ่มเฟือย ขอเป็นเดือนละ 2 ครั้ง¹¹

อมรასะท้อนให้เห็นว่าแหล่งในการจับจ่ายก่อนหน้าการกระจายตัวของศูนย์การค้ายังแหล่งชุมชนต่างๆ นั้น คือร้านค้าสหกรณ์ แต่เมื่อมีศูนย์การค้าเกิดขึ้นในแหล่งชุมชนนั้น ทำให้คนเข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้ามากขึ้น ทั้งนี้วิเคราะห์ได้ว่า

- 1) ศูนย์การค้าที่ไปตั้งนั้น เป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้เกิดขึ้นตรงบริเวณย่านดังกล่าว ซึ่งความแปลกใหม่ที่มาพร้อมๆ กับความทันสมัย ใหญ่โตนั้นเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้คนเข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้า
- 2) สินค้าที่จำหน่ายในศูนย์การค้า อาจมีได้ต่างกับสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าสหกรณ์ ตัวสินค้าจึงมีไฮ้ของค์ประกอบเดียวที่ดึงดูดคนเข้าไปใช้บริการ เมื่อศูนย์การค้ามีกิจกรรมหรือส่วนบริการอื่นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ไปใช้บริการได้มากกว่าคนกรุงเทพฯ จึงเข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้ามากกว่า ดังที่อมรณเสนอเรื่องของการลด แลก แจก แถม ซึ่งเป็นรายการส่งเสริมการขายที่ร้านค้าสหกรณ์ไม่มี หรือแม้กระทั่งเครื่องเล่นให้เด็กเล่นซึ่งไม่มีในร้านค้าสหกรณ์ ทำให้ศูนย์การค้าเป็นที่นิยมแทนที่ร้านค้าสหกรณ์โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลาทศวรรษที่ 2530

นอกจากนี้อมรายังสะท้อนให้เห็นว่าศูนย์การค้าเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ฟุ่มเฟือย ซึ่งทำให้เกิดการบริโภคที่เกินความจำเป็น สืบเนื่องจาก “ไปครั้งหนึ่งมันใช้จ่ายเยอะ” การใช้จ่ายเยอะคือการซื้อมากและซื้อสินค้าในราคาแพง ซึ่งไม่ว่าจะพิจารณาในแง่ปริมาณสินค้าที่ซื้อหรือมูลค่าที่จ่ายไปก็สะท้อนให้เห็นถึงการเกินความจำเป็น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้อมรารำเป็นต้องตระหนักและทำให้ไปเดือนละ 2 ครั้ง

¹⁰ อมรารอดคารา. อายุ 60 ปี. สัมภาษณ์. 12 ตุลาคม 2550. ณ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

¹¹ อมรารอดคารา. อายุ 60 ปี. สัมภาษณ์. 12 ตุลาคม 2550. ณ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมรทิพย์ วนลาภพัฒนา ทำงานย่านรามคำแหง ทำให้เข้าไปสัมพันธ์กับเดอะมอลล์ รามคำแหง และสมรทิพย์ยังเป็นตัวอย่างของการจับจ่ายมาจากการเสนอรายการส่งเสริมการขายและการเสนอให้ใช้บัตรเครดิต

สำหรับแม่แล้ว ศูนย์การค้าทำให้ชีวิตเม่งง่ายขึ้น กับอีกเรื่องคือ ใช้เวลากับครอบครัวค่ะ แม่เป็นคนทำงานตอนเย็นจะซื้อของเข้าบ้าน ก็ต้องแวะห้างซึ่งเป็นทางกลับบ้านพอดี โดยเฉพาะซูเปอร์ที่แม่จะเข้าบ่อย ยิ่งถ้าลดราคาจะยิ่งซื้อ วันอาทิตย์ก็จะไปครบ พ่อ แม่ ลูก ไปทานข้าวกันที่ ห้าง แต่ศูนย์การค้าทำให้แม่เสียนิสัยอย่างหนึ่ง คือ เรื่องใช้สอย เพราะแม่ เป็นคนไม่ชอบจ่ายเงินสดถ้าใช้บัตรเครดิตได้ แม่จะใช้ แล้วที่ห้างส่วนใหญ่เขาก็รับบัตรเครดิต เพราะบางทีอยากได้ของหรือซื้อของให้ลูกที่มี ราคาแพงๆ จะเอาเงินสดที่ไหน ไปซื้อก็เลยต้องใช้บัตร¹²

ประเด็นที่สะท้อนจากสมรทิพย์ ได้แก่

- 1) แม้สมรทิพย์จะเป็นคนทำงาน โดยทำงานบริษัทเอกชนทางด้านคอมพิวเตอร์ แต่ด้วยความ เป็นแม่จึงต้องเป็นแม่บ้านในเวลาเดียวกันด้วย นั่นคือต้องซื้อของเข้าบ้าน ไม่ว่าจะ เป็นของสด ของใช้ในครัวเรือน การมีซูเปอร์มาร์เก็ตในศูนย์การค้าจึงเป็นตัวดึงดูดให้ สมรทิพย์เข้าไปใช้บริการ
- 2) สังเกตจากถ้อยความ “ยิ่งลดราคาจะยิ่งซื้อ” แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการขายด้วยการ ลดราคาส่งผลต่อสมรทิพย์มาก และจงใจให้สมรทิพย์เข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้า และจับจ่าย
- 3) การที่ศูนย์การค้าเสนอให้ใช้บัตรเครดิตได้นั้น ทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าในราคาแพง ของสมรทิพย์ง่ายขึ้นแม้ไม่มีเงินสด บัตรเครดิตจึงกลายเป็นตัวกระตุ้นให้การตัดสินใจ บริโภคง่ายขึ้น แม้สินค้านั้นจะมีได้มีความจำเป็น

วิสิทธิ์ โรจน์พจนรัตน์ เป็นเจ้าของสำนักพิมพ์มาเป็นระยะเวลากว่า 30 ปี ความสัมพันธ์ ระหว่างวิสิทธิ์กับศูนย์การค้า คือ การเปิดร้านหนังสือแห่งแรกที่ศูนย์การค้ามาบุญครอง และมีบ้าน อาศัยย่านกิ่งเพชรซึ่งอยู่ใกล้กับศูนย์การค้า ศูนย์การค้าที่วิสิทธิ์นิยมไปจึงเป็นศูนย์การค้าในเมือง

¹² สมรทิพย์ วนลาภพัฒนา. อายุ 51 ปี. สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2550, ณ พาราคอนคลับ ห้างสยามพารากอน.

จริง ๆ แล้วก็ชอบเดินที่เซ็นทรัลลาดพร้าว เพราะเป็นห้างที่ดังมากในตอนนั้น เป็นศูนย์ที่จัดวางสินค้าได้ดี มีความหลากหลาย มีร้านเยอะ แต่เนื่องจากไกลบ้านไปก็เลยไปไม่มาก... มาช่วงหลังชอบไปเซ็นทรัลชิดลม เพราะพอดีภรรยาทำบัตรไว้ มันก็มีส่วนลด เซ็นทรัลชิดลมเขาก็จะมีสินค้าอีกระดับหนึ่งที่แพงขึ้นหน่อย ซึ่งเราก็อยู่ในระดับที่เราจับจ่ายได้ สินค้าที่มีคุณภาพขึ้น อาจจะแพงขึ้น แต่เราก็มีส่วนลดตรงนี้เราก็ไปบ่อยๆ¹³

คำพูดของวิสิทธิ์ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้ากับการเดินทางซึ่งลูกค้ามักเลือกศูนย์การค้าที่อยู่ใกล้บ้าน หรือเดินทางไปได้สะดวก นอกจากนี้การส่งเสริมการขายของห้างโดยลดราคาให้กับผู้ใช้บัตรเครดิตของศูนย์การค้าได้ผลอย่างยิ่ง โดยเฉพาะกับผู้หญิง (ในที่นี้คือภรรยาของวิสิทธิ์) ที่ได้ทำบัตรเพื่อความสะดวกในการจับจ่ายและได้ส่วนลด และการลดราคาให้ผู้ถือบัตรดังกล่าวก็ดึงคนให้ซื้อสินค้าและเข้าไปบ่อยครั้งขึ้น เพราะรู้ว่าซื้อสินค้าใดก็จะได้ลดสังเกตจาก “ส่วนลดตรงนี้เราก็ไปบ่อยๆ” นั่นทำให้อาจซื้อสินค้าที่อยู่นอกเหนือความจำเป็น แสดงออกให้เห็นชัดว่า วิถีชีวิตคนเมืองนั้นถูกศูนย์การค้าเปลี่ยนจากการจับจ่ายเพื่อความจำเป็น สู่อารมณ์จับจ่ายเพื่อสนองความพึงพอใจ กลยุทธ์ในการใช้บัตรเครดิตของศูนย์การค้าเพื่อลดราคาสินค้าและการลดราคาสินค้าประเภทต่างๆ หมุนเวียนตลอดปีทำให้เกิดความคิดว่าสินค้าต่างๆ เป็น “ของถูก” เมื่อเป็นของถูก “ราคา” จึงถูกลดความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ “ความพึงพอใจ” จึงมีความสำคัญมาแทนที่ เมื่อการคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยลดลง การจับจ่ายจึงเกินความจำเป็น

ประเด็นที่น่าสังเกตจากคำพูดของวิสิทธิ์อีกประการหนึ่ง คือ “เซ็นทรัลชิดลมเขาก็จะมีสินค้าอีกระดับหนึ่งที่แพงขึ้นหน่อย ซึ่งเราก็อยู่ในระดับที่เราจับจ่ายได้” แสดงออกให้เห็นชัดว่า ศูนย์การค้าสามารถยกระดับตัวตนของศูนย์การค้าเองให้สูงขึ้นผ่านสินค้าที่จำหน่าย ทำให้ศูนย์การค้ามี “ภาพลักษณ์” และดู “มีความเฉพาะ” จากการจำหน่ายสินค้าที่ไม่มีวางจำหน่ายที่อื่น ทั้งหมดนี้ก็ช่วยเสริมสร้างยกระดับตัวตนของผู้มาเดินห้างดังกล่าวด้วย การที่วิสิทธิ์พูดว่า “ซึ่งเราก็อยู่ในระดับที่เราจับจ่ายได้” นั้นแสดงออกซึ่งตัวตนของวิสิทธิ์ชัดเจนว่าเป็นผู้มีอำนาจซื้อสูง จึงสามารถเข้าศูนย์การค้าที่มีภาพลักษณ์ที่สูงกว่าห้างอื่นได้

นอกจากนี้การนำเสนอสินค้าของศูนย์การค้าที่เน้นความทันสมัยนั้น ทำให้คนกรุงเทพฯ บางกลุ่มที่ต้องการสร้างให้ตัวตนเกิดความทันสมัย จนทำให้เกิดการจับจ่ายที่เกินความจำเป็น ซึ่งศูนย์การค้าได้ตอบสนองวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ กลุ่มผู้มีอำนาจในการซื้อสูงกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี

¹³ วิสิทธิ์ โรจน์พจนรัตน์. อายุ 67 ปี. สัมภาษณ์. 31 ตุลาคม 2550, ณ สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

คารุณี กฤตบุญญาสัย นักธุรกิจเจ้าของกิจการที่เป็นที่รู้จักในสังคม ได้กล่าวไว้ว่า

ป้าคาเป็นพวกซื้อปิ้งประจำจะ ไปศูนย์การค้าทุกวัน เป็นมาตั้งนานแล้ว สมัยป้าคาเด็กๆ คุณแม่ก็ค่อนข้างที่จะพาไปซื้อปิ้งเกือบทุกอาทิตย์เหมือนกัน ขอบอกเลยว่าอารมณ์เสียให้ซื้อปิ้งเถอะคะ แป็บเดียวอารมณ์ดี...ถ้าถามว่าป้าคาเป็นคนบ้าซื้อปิ้งไหม ใช่เลยคะ แต่ว่าไม่ได้หมายความว่าซื้อทุกวันนะคะ คือบางครั้งก็ไม่จำเป็นต้องซื้อ แต่ว่าจะเป็นคนชอบเดินดูนั่น คุนี่ นั่น โน่นคะ อย่างน้อยที่สุด อัพเดทแฟชั่นทุกอย่างเลย ไม่ว่าจะกระเป๋า รองเท้า เสื้อผ้า จะต้องรู้ล่ะว่าไปถึงไหนแล้ว แต่ถ้าถึงเวลาซื้อนะคะก็จะซื้อๆ ๑ ๑ มีลูกสมุน 3 คน ก็คือลูก หิวให้แม่หมดเลย หิวกันเยอะเยอะเลย แต่ก็ไม่ได้มาเพียงซื้อของให้ตัวเองนะคะ จะซื้อของขวัญให้ใครหรือนัดรับประทานอาหาร คุยเรื่องงาน ทำผม นวดตัว คือทำหลายอย่างคะ บางทีก็มีกิจกรรมสัมมนา เปิดตัวหนังสือ¹⁴

คารุณีจึงเป็นตัวอย่างของคนกรุงเทพฯ ที่เข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้าอย่างมาก โดยเฉพาะการเป็นที่จับจ่ายใช้สอย ซึ่งการจับจ่ายนั้นเกินความจำเป็นอย่างเห็นได้ชัด สังเกตจากคำกล่าวที่ว่า “แต่ถึงเวลาซื้อนะคะ ก็จะซื้อ ซื้อ...หิวกันเยอะเยอะเลย” และการที่คารุณีกล่าวว่า “...อารมณ์เสียให้ซื้อปิ้งเถอะคะ แป็บเดียวอารมณ์ดี” แสดงให้เห็นชัดว่าการจับจ่ายนั้นมิได้เป็นเพียงเพราะความต้องการใช้ประโยชน์จากสินค้านั้นจริงๆ หากแต่เป็นการจับจ่ายเพื่อบำบัดอารมณ์ นั่นหมายความว่า หากต้องการให้คนอารมณ์ดีขึ้นมากๆ ก็ต้องแลกกับการจับจ่ายใช้สอยให้มาก ซึ่งก็ชี้ให้เห็นว่าเป็นการบริโภคที่เกินความจำเป็น

ณัฐกานต์ ทรัพย์ไพศาล กล่าวถึงศูนย์การค้ากับวิถีชีวิตตนว่า

ศูนย์การค้าเป็นทั้งที่นัดพบ แล้วเป็นที่ๆ เราได้แต่งตัว เพราะว่าถ้าเราไม่แต่งตัวไปเดินห้างเราก็เซ็กซี่ก็อวยๆ พี่ชอบแต่งตัวนะ เพื่อนพี่ก็ชอบ แต่ในระดับหนึ่งไม่เวอร์เกินไป พอนัดพบกันก็จะมีจุดสนใจ คุยกันระหว่างเพื่อนว่าแต่งตัวตามแฟชั่นเพื่อนจะชม มีจุดให้ทักกัน ให้หยอกล้อกัน เพื่อนชมเราก็ชอบ ยิ่งทำให้เราต้องแต่งตัวให้มากขึ้น ซึ่งก็

¹⁴ คารุณี กฤตบุญญาสัย. อายุ 58 ปี. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2550, ณ ห้างสยามพารากอน.

ทำให้ต้องใช้จ่ายเงินมากขึ้น ศูนย์การค้าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่นะ
 อาทิตย์หนึ่งขอเดินห้างสักครั้ง ไม่งั้นจะเบื่อ แบบว่าถ้าเราเหงๆ เราเซ็งๆ
 ไปเห็นการจัดวางสิ่งของที่สวยงาม จัดวางแพชั่นที่หุ่นมันแต่งตัว มันก็ทำ
 ให้เราเจริญหูเจริญตา มันก็มีส่วนบ้างเวลาห้างจัดเทศกาล พี่ก็จะดูเทศกาล
 เล่น มันจึงเป็นสถานที่แก้เหงาให้กับพี่ ถึงแม้จะไม่มีใคร ไม่ได้นัดเพื่อน
 ขอบไปเดินเล่นคนเดียวก็ได้ไปเดินดู การเดินห้างมันเป็นการให้ความสุข
 เรา แต่ไม่ได้หมายความว่า การเดินห้างทุกครั้งต้องมีการซื้อ ไม่จำเป็น
 และอีกอย่างคือทำให้พี่รีแลกซ์ขึ้น ในแง่ที่ว่าได้มาพบปะเจอกัน ได้พูดคุย
 กัน คลายเครียดจากการทำงาน มาเห็นของสวยงาม ได้มาซื้อของที่ตัวเอง
 อยากได้¹⁵

สำหรับณัฐกานต์แล้ว ศูนย์การค้าจึงเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจในแง่ของการ
 “คลายเหงา” และ “คลายเครียด” นั่นคือได้เป็นสถานที่พบปะเพื่อนฝูง หรือการเดินดูของที่จัดวางต่างๆ
 ซึ่งทำให้ “เจริญหูเจริญตา” ตามทฤษฎีของณัฐกานต์ แม้ไม่ได้ซื้อของแต่ก็ทำให้เกิดการพักผ่อน
 ผ่านการเดินเล่นได้ ดังนั้น ณัฐกานต์จึงเข้าไปมีความสัมพันธ์กับศูนย์การค้าด้วยการใช้เวลาว่างเพื่อ
 สร้างการพักผ่อนหย่อนใจ

ณัฐกานต์ได้แสดงออกตัวตนที่สร้างขึ้นผ่านการแต่งกายตามแพชั่น ซึ่งกลายเป็นจุดเริ่มต้น
 ของการสนทนาระหว่างณัฐกานต์กับกลุ่มเพื่อนเห็นได้จาก “มีจุดให้ทักกัน ให้หยอกล้อกัน เพื่อนชม
 เราก็ชอบ ยิ่งทำให้เราแต่งตัวมากขึ้น ซึ่งก็ทำให้ต้องใช้จ่ายเงินมากขึ้น” ดังนั้นศูนย์การค้าจึงสนองตอบ
 การเปลี่ยนแปลงการบริโภคของคนกรุงเทพฯ ที่เน้นการบริโภคเพื่อสร้างหรือยกระดับตัวตนขึ้นมา
 ผ่านการขายสินค้าที่เป็นแพชั่น แบรินด์เนม และเป็นสถานที่พบปะของกลุ่มบุคคลที่บริโภคประเภท
 เดียวกัน มารวมกัน พบปะกัน ซึ่งผลกลับมาก็คือ การที่ณัฐกานต์ต้องแต่งตัวให้มากขึ้นจาก “ลำซม”
 ที่ทำให้ณัฐกานต์ตระหนักว่าสิ่งที่ได้กระทำนั้นเป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับจากคนในสังคม จึงทำให้
 ต้องใช้จ่ายเงินมากขึ้น ซึ่งก็เห็นได้ชัดว่า ศูนย์การค้าเป็นตัวเร้าให้เกิดการบริโภคที่มากขึ้นนั่นเอง

1.3 ศูนย์การค้ากับการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการจับจ่ายใช้สอย

“บรรยากาศ” ที่เอื้อต่อการจับจ่ายใช้สอยของศูนย์การค้า นั้น เกิดขึ้นจากการที่ศูนย์การค้าเป็น
 อาคารที่สร้างขึ้นแบบปิดล้อมด้วยกำแพงและหลังคา ทำให้สามารถจัดหรือสร้างบรรยากาศที่ต่าง

¹⁵ ณัฐกานต์ ทรัพย์ไพศาล. อายุ 35 ปี. สัมภาษณ์. 3 พฤศจิกายน 2550. ณ สยามสแควร์.

จากสภาพแวดล้อมที่เป็นจริงอย่างภายนอกได้ “บรรยากาศ” หลักที่สำคัญที่เอื้อต่อการจับจ่าย คือ เรื่องของ “อากาศ” ที่สามารถควบคุมให้อากาศภายในศูนย์การค้าไม่ร้อน ซึ่งเป็นปัจจัยที่คนกรุงเทพฯ ต้องการอย่างมาก ในการหลบหลีกหนีอากาศร้อน นอกจากนี้ เรื่องของ “ความสะอาด” ยังเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้คนกรุงเทพฯ กลุ่มหนึ่ง เลือกที่จะมาจับจ่ายในศูนย์การค้าเพราะเกิดความเชื่อมั่นในความสะอาด

ชนิดา ดิลกเลิศ แม้ว่าที่พักอาศัยจะอยู่บริเวณย่านงามวงศ์วานแต่ศูนย์การค้าที่ชนิดาเลือกที่จะไปบ่อยกลับเป็นศูนย์การค้าในเมืองอย่างเซ็นทรัล ซิดลม ทั้งนี้เพราะชนิดามีความชอบในบรรยากาศของเซ็นทรัล ซิดลมมากกว่า นอกจากนี้ ชนิดายังกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างตนกับศูนย์การค้าไว้ว่า

แม่คิดว่าตัวเองเปลี่ยนนะ เอาง่ายๆ เรื่องเสื้อผ้า เราก็เลิกที่จะไปตัดแล้วเพราะว่าเสียเวลา แต่ไม่ได้เป็นเมนหลัก เรื่องซื้อของเข้าบ้าน อาหารการกินเราก็ซื้อที่ศูนย์การค้ามากขึ้น ที่เราเลิกไปตลาดนานแล้วก็เพราะเรื่องความสะอาดสำคัญที่สุดเลยจริงๆ แล้ว ราคาไม่ได้ต่างกันมาก ความสะอาด ความสด หรืออะไรอย่างนี้เราเดินได้ก็ซื้อพวกนี้ในซูเปอร์ ผู้หญิงอย่างแม่เดินได้หมดคะในศูนย์การค้า เสื้อผ้า ของใช้ แล้วก็มาจบที่ซูเปอร์มาร์เก็ต โลฟิสโตลส์ของแม่ก็เปลี่ยนไปในแง่ที่ว่าบางที่จะไปไหนก็ไปห้างละกัน ไปเดินนิดนึง มันทำให้เกิดความสะดวกแก่คนเมือง แม้ว่ากรุงเทพฯ ยังไม่มีที่ให้คนไปแสงก์เอาท์แบบที่เดินสบายๆ หนึ่งด้วยอากาศอะไรอย่างนี้ อย่างพาร์ค เมืองนอกคนไปพาร์คกันเยอะแยะ เพราะอากาศเขาดี แต่ของเราไปก็นะ ร้อนด้วย ไม่ปลอดภัยด้วย.....พ่อว่าแม่เป็นพวกบ้าซ้อป แต่แม่ว่าแม่ไม่เป็นนะ ผู้หญิงชอบบอกนะว่ามันคือความสุขอย่างหนึ่งนะ คือ เหมือนกับมันมีความสุขว่าวันนี้ได้ของใหม่มา วันนี้ไปเดินๆ แล้วได้มา มันเป็นเอนเตอร์เทนเมนท์ของเรา และแม่ไม่ใช่คนบ้าแบรนด์นะแต่ว่าก็เป็นเสื้อผ้าแบบแบรนด์ระดับธรรมดา เพราะว่าเอาราคาก่อนนะคะจริงๆ แล้วแพงกว่า อย่างเสื้อยืดหนึ่งตัวธรรมดาๆ อาจจะ 600 - 1,000 บาท แต่ก็ไม่ได้แพงถึงขนาดแบรนด์เนมใหญ่ๆ ที่มาจากเมืองนอกนะคะ แต่ว่าคุณภาพก็ดีกว่กันหนึ่ง แล้วก็เราได้ใส่แบบแบรนด์หนึ่งนะ เราใส่อยู่เราก็รู้ว่าคุณภาพดีกว่าชื่อของถูก¹⁶

¹⁶ ชนิดา ดิลกเลิศ. อายุ 53 ปี. สัมภาษณ์, 31 ตุลาคม 2550, ณ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์การค้าจึงมีความสัมพันธ์กับชนิดาในแง่ที่ว่าทำให้เป็นการลดภาระของผู้หญิงอย่างชนิดา ในหลายๆ เรื่อง เช่น เสื้อผ้าที่เปลี่ยนจากการัดมาเป็นซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปตามศูนย์การค้า แต่ชนิดาก็ยังคงความเป็น “แบรนค์เนม” เพราะเชื่อมั่นในคุณภาพ นอกจากนี้ศูนย์การค้ายังทำให้ลดภาระของผู้หญิงอย่างชนิดาในเรื่องของการทำอาหาร สืบเนื่องจาก “อาหารการกินเราก็ซื้อที่ศูนย์การค้ามากขึ้น” ซึ่งทำให้ผู้หญิงทำงานซึ่งมีเวลาจำกัดและเหน็ดเหนื่อยจากการทำงานได้ลดภาระในการทำอาหารไป

การซื้อของเพื่อรับประทานนั้น “ความสะดวก” เป็นเรื่องสำคัญของชนิดา การมีซูเปอร์มาร์เก็ตในศูนย์การค้าจึงทำให้ชนิดาเปลี่ยนการจับจ่ายจากที่ตลาดสดมาเป็นที่ศูนย์การค้ามากขึ้น ดังนั้นศูนย์การค้าจึงมาตอบสนองความต้องการบรรยากาศและ “ภาพแห่งความสะดวก” ที่สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการว่าจะได้บริโภคอาหารที่สะดวก ไม่เสี่ยงต่อสุขภาพอนามัยของตนเอง

ประเด็นเรื่องความสะดวกนี้สอดคล้องกับ *ประยงค์ อิงคินันท์* ซึ่งได้ถ่ายทอดถึงความสัมพันธ์ระหว่างตนกับศูนย์การค้าไว้ว่า

ป้าก็เริ่มไปเดินห้างตั้งแต่อยู่มัธยมนะคะ ชอบไปดูหนังแถบบึงบูรพา ออกจากโรงเรียนก็เดินไปเดินมา ดูไอนั้น ไอนี่สวย แต่ส่วนใหญ่จะยังไม่ซื้ออะคะ เพราะว่ายังเด็กอยู่ ห้างที่มีก็เป็นห้างเล็กๆ ที่มีทุกอย่าง ไม่ได้ใหญ่โตอะไร ต่อมาพอเป็นครู เราก็ไปซื้อป๊อ ดอนนั้นมิโดมารูมาเปิด มีเรสเตอร์รองต์อยู่ในนั้น มีร้านอาหารญี่ปุ่น พอแต่งงานแล้วที่ไปบ่อยที่สุดก็โดมารู...ที่ไปบ่อยก็เพราะว่าตอนนั้นไม่มีที่บันเทิงรื่นรมย์ และต่อมาศูนย์การค้าก็สร้างให้มีขนาดใหญ่ขึ้น มีอะไรสารพัดอย่าง ศูนย์การค้ามันเย็น เราก็ได้เดินเหมือนเราออกกำลังกายใช้ไหมคะ ของจะซื้อบ้างไม่ซื้อบ้างอยู่ที่เรา ถ้าอดใจได้เราก็ไม่ซื้อ มันก็เลยเป็นที่ปล่อยอารมณ์เราคะ เพราะว่าพอไปเห็นเค้าจัดร้านสวยๆ งามๆ อากาศก็เย็นสบาย ซื้อป๊อข้างนอกหรืออ เราไปเดินเล่น เมื่อยเมื่อไหร่ก็นั่งทานอะไรต่อมิอะไร มันเป็นที่พักผ่อน ป้าจะเลือกที่ใกล้บ้านนะ อย่างเซ็นทรัล ตลาดพร้าวตอนเปิดใหม่ดังก็จริง แต่ป้าก็ไม่ค่อยได้ไป เพราะว่าไกลบ้าน อีกอย่างการซื้อของที่ห้างทำให้เราไม่ต้องเลือกมาก เขาจะจัดของที่มีคุณภาพ คือถ้าเราไปตลาดเราต้องใช้ความสามารถพวกนี้ว่าอันนี้ดี ไม่ดี แต่ที่ศูนย์การค้าส่วนใหญ่เขาจะคัดของที่เรียกว่าดีแล้ว เราก็ซื้อง่าย หยิบๆ มาเลย ตลาดบางที่มันเฉอะแฉะ เราก็ไม่อยากจะเดิน มันไม่

สะอาด พวกของนำเข้าก็เหมือนกัน เราก็เชื่อว่าถ้าเราซื้อที่ศูนย์การค้าเรา
จะได้ของแท้ ถึงแม้ว่าแพงกว่าข้างนอกก็ตาม..... ศูนย์การค้าจึงเปลี่ยน
วิถีชีวิตป่าให้เป็นสถานที่พักผ่อน เราไม่ใช่ว่าจะไปซื้อๆ แล้วกลับ
เราได้ไปเดิน ไปเห็นอะไรที่เราพอใจก็ซื้อคือมันเป็นที่พักผ่อนให้
เราจรโรลงใจ ก็คิดอย่างนั้น วันไหนเรานึกไม่รู้จะไปไหนก็ไป
ศูนย์การค้า แต่ว่าเราก็ไม่ได้ไปจับจ่ายเสียทีเดียว ดูของอะไรที่มันมาใหม่
เราก็ดูให้เป็นขวัญตา¹⁷

สำหรับประยงค์ผู้เคยสัมผัสกับการเปลี่ยนผ่านรูปแบบของศูนย์การค้าจากห้างเล็กๆ มาเป็น
ห้างที่เป็นศูนย์รวมที่มีขนาดใหญ่ขึ้น อย่างไรก็ตามไม่ว่ายุคสมัยใดศูนย์การค้ายังคงเป็นพื้นที่ที่บริโภค
และใช้เวลาว่างของประยงค์ ประเด็นของประยงค์ต่อสินค้าในศูนย์การค้าคือ “ความเชื่อมั่น” ทั้ง
เชื่อมั่นในความสะอาด และความเป็นของแท้ นั่นคือการที่ศูนย์การค้าไม่มีทางหลอกลวงลูกค้า ซึ่ง
ทั้งหมดก็เป็น “มายาภาพ” ที่ศูนย์การค้าสร้างขึ้นผ่านบรรยากาศการจัดแสดงสินค้า และความโอ้อ่า
หรูหราที่ข่มให้ลูกค้าต้องเกิดความเชื่อมั่นศรัทธาในการหยิบยื่น “สิ่งดี” และ “สิ่งแท้” ให้แก่ลูกค้า
นอกจากนี้การที่ประยงค์เป็นแม่บ้าน การไปยังศูนย์การค้าจึงเป็นการเปิดโลกทัศน์และสร้างพื้นที่
อิสระที่ทำให้ประยงค์ได้ “ปล่อยอารมณ์” และ “จรรโลงใจ”

บุศรา ดันดิพานิชกุล ก็เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่ไม่ชอบบรรยากาศในความเป็นตลาดซึ่ง
จับจ่ายในศูนย์การค้ามากกว่า

คุณน้ำเองเวลาไปจะไปซื้อของเป็นหลัก ต่อมาพอห้างเขารวม
เอาอะไรหลายๆ อย่างเข้าด้วยกัน มันก็ยิ่งทำให้เรารีแลกซ์ขึ้น เลยชอบที่
จะไป มันสะดวก มันรีแลกซ์ เย็นสบาย เมื่อก่อนศูนย์การค้าจะมีเครื่อง
เล่นให้เด็กเล่น แล้วพวกของใช้ในครัวเรือน คุณน้ำก็จะซื้อที่ซูเปอร์ อย่าง
เราไปตลาดสดมันเฉอะแฉะ เจอแม่ค้าที่พูดมาก แล้วเสียอารมณ์ แต่มัน
อาจจะแพงหน่อย แต่เราก็รับได้¹⁸

ประเด็นสำคัญของบุศรา คือ การนิยมไปซูเปอร์มาร์เก็ตแทนตลาดสด แม้บุศราเป็นมนุษย์
ทำงานแต่เมื่อกลับบ้านบุศราต้องสวมวิญญาณเป็นแม่บ้าน บทบาทในการซื้อของอุปโภคบริโภคอย่าง

¹⁷ ประยงค์ อิงคินันท์. อายุ 73 ปี. สัมภาษณ์, 4 พฤศจิกายน 2550, ณ บ้านพัก พญาไท.

¹⁸ บุศรา ดันดิพานิชกุล. อายุ 60 ปี. สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม 2550, ณ ห้างดิเอ็มโพเรียม.

สบู่ ยาสีฟัน ซีอิ้ว น้ำปลา ข้าวสาร ไข่ ผักผลไม้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอยู่ในตลาดสด แต่นุศราเลือกที่จะไปที่ ซูเปอร์มาร์เก็ต เพราะความสะดวกและเชื่อในมาตรฐาน

เวลาไปซูเปอร์นะ เราก็เชื่อว่าห้างจะไม่เอาของไม่ดีมาขายเรา
โดยเฉพาะห้างที่มีชื่อ จะยังทำให้เราไว้วางใจ ถ้าไปตลาดสด ต้องเลือก
ต้องปะทะคารมกับแม่ค้า ของบางทีก็อาจไม่สดก็ได้¹⁹

ประเด็นของบุศราสะท้อนให้เห็นชัดว่า คนชั้นกลางกรุงเทพฯ ได้เรียนรู้เรื่องความสะดวกของอาหารแบบวิทยาศาสตร์มาจากการศึกษาจึงเปลี่ยนคติเกี่ยวกับความสะดวกที่สังคมไทยเคยมีหันมารับเอามาตรฐานความสะดวกของวิทยาศาสตร์ ด้วยเหตุผลนี้จึงทำให้ตลาดสดหรืออาหารหาบเร่แผงลอยทางเท้าจึงดู “สกปรก”

การนำตลาดสดขึ้นห้างในศูนย์การค้านั้นจึงเป็นการเข้ามาสวมลงไปในคติความสะดวกนี้ คือ การคิดแอร์กันฝุ่นละอองเป็นพื้นที่ปิดที่ไม่มีแมลงวัน มีสัญลักษณ์ความสะดวกมากมาย เช่น การบรรจุหีบห่อ หรือการจัดวางไว้ในชั้นแช่เย็นอย่างดีมีระเบียบและน่ามอง น่าซื้อ การมีพนักงานที่สวมเครื่องแต่งกายอย่างมิดชิดคอยดูแลสินค้าที่เป็นของสดทำให้ความสะดวกซึ่งเป็นความหมายใหม่ของโรงเรียนสร้างขึ้น ถูกนำมาใช้เพื่อขายสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตได้ แม้คนจะมั่นใจในมาตรฐานโดยลิ้มคำว่า “ไม่ปลอดภัย” ที่อาจจะเกิดขึ้นเมื่อก้าวสู่โลกแห่งซูเปอร์มาร์เก็ต แม้คนจะมั่นใจแต่สิ่งที่ตามมาคือความประมาท ซูเปอร์มาร์เก็ตจึงใช้ “ฉากแห่งความสะดวก” แบบใหม่นี้ สอนให้คนประมาทผ่านความมั่นใจที่มีนั่นเอง

ความสะดวก อาจพิจารณาได้ 2 แง่มุม แง่มุมแรก คือ ความสะดวกด้านบรรยากาศ หมายถึงสภาพแวดล้อมในตลาดที่อาจจะมีน้ำและตามพื้น มีแมลงวัน เป็นพื้นที่เปิดโล่ง ทำให้มีฝุ่นละอองเข้ามา แง่มุมที่สอง คือ ความสะดวกของสินค้าที่ขาย เช่น เนื้อสัตว์ ผัก ที่ไม่มีการบรรจุหีบห่อที่มิดชิด ประกอบกับการเป็นพื้นที่เปิดโล่งอาจทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยในการบริโภคได้ ด้วยเหตุผลนี้จึงมีการยกตลาดสดขึ้นห้าง โดยนำเงื่อนไขของ “ความสะดวก” ในการทำให้คนกลับมาซื้อที่ตลาดสดเหมือนเดิม ด้วยการปรับสภาพแวดล้อมให้ “สะดวก” มากขึ้น ตัวอย่างนี้เห็นได้ชัดจากการเกิดตลาดบองมาร์เซ่ที่มีการปรับสภาพทำให้มีภาพลักษณ์ที่ “สะดวก”

นอกจากนี้บรรยากาศด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีความสัมพันธ์กับการจับจ่ายใช้สอย ดังที่ พัชร ศรีสอน กล่าวว่

¹⁹ บุศรา ดันดิพานิชกุล. อายุ 60 ปี. สัมภาษณ์. 5 ตุลาคม 2550. ณ ห้างดิเอ็มโพเรียม.

พี่เป็นคนชอบเดินห้าง เดินได้บ่อยมาก คือ ทุกอาทิตย์นี่เดินได้ทุกวัน เดินได้ทุกวันจริงๆ แต่ว่าพี่ไม่ใช่คนที่ติดการช้อปปิ้งขนาดนั้น ไม่ได้ใช้จ่ายมากขนาดนั้น อาจจะเป็นเพราะว่าเห็นทุกวัน พี่ชอบเข้าห้างที่ไม่เปิดเพลงเสียงดัง ถ้าห้างไหนเปิดเพลงเสียงดังพี่ไม่เข้าเลย อีกอย่างคือ ถ้าคนเยอะพี่ก็จะไม่เข้า อย่างเดอะมอลล์นี่พี่จะไม่เดินเพราะคนเยอะ ส่วนใหญ่พี่ก็จะไปแต่เซ็นทรัล ซิดลม สิ่งพี่จะซื้อหลายๆ เลยคือเครื่องสำอาง เน้นที่แบรนด์เนอะคะ แล้วก็แพคเกจ บางทีซื้อก็เพราะพนักงาน สมมติว่าตั้งใจจะซื้อยี่ห้อนี้ พอเดินไปถึงที่เคาน์เตอร์นี้ บางทีวันนี้ลูกเราอาจจะคู่มือไม่ค่อยดีมั้ง เขาก็ไม่ค่อยดูแลเรา ทั้งที่ตั้งใจจะซื้อก็ไม่ซื้อแล้ว แต่พอเดินผ่านอีกเคาน์เตอร์หนึ่ง พนักงานเขายิ้มแย้ม ชวนคุยอะไรอย่างนี้ ตัวคุณภาพสินค้าก็ไม่แตกต่างไปจากอันนั้น ถึงแม้เราไม่เคยใช้ก็ลองดูก็ดี... สำหรับพี่นะศูนย์การค้าเป็นสถานที่ฆ่าเวลาไม่ใช่พักผ่อน ใช้ฆ่าเวลาในการรอบางอย่าง รอใครอะไรอย่างนี้ แต่ยังไม่ค่อยตามถ้าไม่มีศูนย์การค้าพี่ก็นึกไม่ออกเหมือนกันว่าจะซื้อของบางอย่างได้ที่ไหน²⁰

ประเด็นของพัชรที่สำคัญ คือ เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานขายกับลูกค้า ซึ่งแสดงว่าการนำเสนอของพนักงานหรือบุคลากรของศูนย์การค้าเริ่มจะถูกเปลี่ยนจากมนุษยธรรมมาให้กลายเป็นหุ่นยนต์หรือเครื่องจักร เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการภายในศูนย์การค้า โดยพยายามสร้างพนักงานในรูปแบบของบุคคลที่รอบรู้ มีวินัย มีอัธยาศัย พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือลูกค้าตลอดเวลา เป็นบุคลากรที่ร่าเริง แจ่มใส และยิ้มแย้มตลอดเวลาทำงาน สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้า ในกรณีของพัชรนั้นสะท้อนให้เห็นประเด็นนี้อย่างเด่นชัด หากพนักงานละเมียดกฎดังกล่าว จะเป็นการผลักลูกค้า นอกจากนี้การที่พัชรนี้จะเลือกเดินศูนย์การค้าที่ไม่มีคนจอแจและเปิดเพลงเสียงไม่ดัง ก็เห็นได้ชัดว่าบรรยากาศมีส่วนสัมพันธ์กับการจับจ่ายใช้สอย

ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานขายกับลูกค้ายังได้สะท้อนจาก *คารุณี กฤตบุญญาลัย* ดังที่ *คารุณี* ได้กล่าวไว้

อยู่กรุงเทพฯ นี่นะคะ คนจะงงมากเลย มาทำไมทุกวัน ไม่เห็นค่อยหิวอะไรกลับ เพราะว่าห้างที่เมืองไทยเนื่องจากว่าเรารักน้องๆ ที่ขายของแต่ละแบรนด์ แต่ละร้านแล้วก็สนิทกัน มีความสัมพันธ์ทางใจต่อกัน

²⁰ พัทรี ศรีศอ้าน. อายุ 45 ปี. สัมภาษณ์. 1 พฤศจิกายน 2550. ณ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ซื้อเสร็จแล้วไม่ต้องถือค่ะ เขาจะเอาไปไว้ในจุดเดียวให้เรา พอเราจะ
กลับก็ถือออกมาขึ้นรถเลย ไปได้เลยไม่ต้องเป็นห่วงว่าจะหาย²¹

คำกล่าวของคารุณีนั่น ทำให้ได้ข้อสังเกต 2 ประการ ประการแรก คือ โดยปกติแล้ว
ศูนย์การค้านั้นได้ทำลายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายไป ซึ่งทำให้ต่างจากความเป็นตลาดอย่าง
เห็นได้ชัด และถูกมองในแง่ร้ายว่าเป็นผลจากสังคมนิโภคและการผลิตอุตสาหกรรมตามระบบทุน
นิยมว่า “โลกของห้างสรรพสินค้าไม่ใช่เมืองของมนุษย์.....คู่แค้นความสัมพันธ์ของคนซื้อของกับ
พนักงานที่คอยคิดราคาที่เราเตอร์ก็พอ ทุกขั้นตอนดำเนินไปคล้ายเครื่องจักรที่ไร้ชีวิตจิตใจ.....เช่นนี้
แล้วเชื้อไขความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ต่อมนุษย์จึงหล่นหาย ถ้าชีวิตต้องเดินอยู่บนสัมพันธ์ภาพเช่นนี้
ไปเรื่อยๆ อะไรจะเกิดขึ้น.....เราต้องการอะไรที่ลึกซึ้งกว่านี้อีกไหม ถ้าชีวิตต้องวนเวียนอยู่เพียงแต่
บ้าน ท้องถนน ที่ทำงาน ห้างสรรพสินค้าและความพร้อมทางวัตถุ งามหน้อยเถอะว่าชีวิตคุณ
รื่นรมย์ไหม”²² แต่คำกล่าวของคารุณีได้ทำลายแนวคิดนี้ไปอย่างสิ้นเชิง “ความสัมพันธ์ทางใจ”
ระหว่างพนักงานขายกับคารุณี ทำให้พนักงานเป็นอะไรที่มากกว่าคนคิดเงินและใส่ถุง และมีได้เป็น
เครื่องจักรกลที่ไร้ชีวิตจิตใจเสียทั้งหมด และชีวิตก็รื่นรมย์ทั้งคารุณีและพนักงาน สังเกตจากความ
จริงใจที่คารุณีมอบให้พนักงานดังกล่าว “เรารักน้องๆแล้วก็สนิทกัน”

ประการที่สอง คือ ปกติแล้ว “ความสัมพันธ์ทางใจ” นั้นมิได้เกิดขึ้นกับลูกค้าทุกคน การเกิด
ความสัมพันธ์ทางใจได้นั้นอาจเป็นเพราะคารุณีที่เป็นผู้ที่เป็นที่รู้จักและเป็นลูกค้าประจำ การถือของที่
คารุณีซื้อไปรวมไว้ที่จุดเดียวแล้วไม่ต้องห่วงว่าจะหาย แสดงว่ามีการดูแลและอำนวยความสะดวก
ให้กับคารุณีอย่างมาก ซึ่งทำให้คารุณียังคงเป็นลูกค้าหลักที่สำคัญของร้านค้าในศูนย์การค้าต่อไป

นอกจากนี้การที่ศูนย์การค้านำเสนอสินค้าที่แปลกใหม่และจัดบรรยากาศให้ดูทันสมัย
ตลอดเวลาเพื่อจูงใจคนมาใช้บริการในศูนย์การค้าได้เปิดโลกทัศน์ให้กับแม่บ้าน

ประเด็นนี้เห็นชัดเจนกับผู้หญิงที่เป็นแม่บ้าน อย่าง นิลวดี กิริติยางกูร ที่ต้องอยู่ในบ้านแทบ
ทุกวัน การเรียนรู้โลกภายนอกทำได้เพียงผ่านโทรทัศน์ ศูนย์การค้าจึงเป็นพื้นที่หนึ่งในวันหยุดของ
แม่บ้านที่จะสร้างโลกใบใหม่ เกิดการเรียนรู้และสัมผัสกับสินค้าที่มีตัวตนอยู่จริง มิใช่เป็นเพียงภาพใน
โฆษณาอีกต่อไป ดังที่นิลวดีกล่าวว่า

²¹ คารุณี กฤตบุญญาลัย. อายุ 58 ปี. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2550, ณ ห้างสยามพารากอน.

²² “คู่มือห้าง...คู่มือคน” GM Plus 10, 25 (สิงหาคม 2536) : 48.

ปกติแล้วพี่ไม่ค่อยได้ไปไหนเลย ต้องอยู่ดูแลบ้าน ไม่มีใครดูแล ห้างก็เลยเป็นสถานที่ที่จะพักผ่อนหย่อนใจ เดินคลาคล่ำเพราะถึงแม้ พี่จะอยู่บ้านแต่พี่ก็เครียดนะ เราไม่ได้ทำงานนอกบ้าน แต่เราก็ต้องทำงานในบ้าน แล้วคอยรอรับเงินจากแฟนพี่ ศูนย์การค้ามันเลยเปลี่ยนแปลงชีวิต พี่ตรงที่ทำให้รู้ว่ามันมีอะไรที่เปลี่ยนแปลง โลกภายนอกมันไปถึงไหนแล้ว เวลาไปก็ชอบเดินไปอ่านพวกผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของที่เราอยากรู้ที่โฆษณาบางอย่างก็มิให้เราเห็นจริงๆ ซึ่งเดี๋ยวนี้มันก็ง่ายขึ้น ห้างมันจึงทำให้ชีวิตพี่ง่ายขึ้น ปกติวันอาทิตย์อาจจะต้องไปซื้อเสื้อผ้าที่หนึ่ง ซื้ออาหารที่หนึ่ง ซื้อของจุกจิกที่หนึ่ง ไปหลายที่ เหนื่อย เสียเวลา แป๊บเดียวหมดไป แล้ววันหนึ่ง แต่พอมีศูนย์การค้านี้ไปจุดเดียวมันได้หมด อากาศก็เย็นสบาย แต่ถ้าพี่ได้ออกเดินห้างนะ ไม่มีครั้งไหนที่พี่จะไม่ซื้อ อย่างน้อยขนมแปลกๆ พี่ต้องซื้อมากิน อย่างเสื้อผ้าแต่ก่อนพี่ก็ซื้อที่สำเพ็งมันระดับชาวบ้าน เราก็เดินลุยไปลุยมา ต่อรองกันได้ บางอย่างมันถูกกว่าในห้าง แต่ของในห้างมันมีมาตรฐานบางครั้งพี่ก็อาจซื้อในห้าง²¹

จะเห็นได้ว่า ประเด็นของนิเวศที่สำคัญคือการเข้าไปในโลกที่จะมีของจากที่ต่างๆ ทั่วโลกมารวมตัวในที่เดียว ซึ่งเป็นการย่อโลกมาอยู่ในศูนย์การค้า ทำให้คนอย่างนิเวศ ที่ใช้ชีวิตส่วนใหญ่อยู่ใน “กรอบแห่งบ้าน” มีโอกาสรับรู้โลกภายนอกแค่จากทางโฆษณาในโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ได้เข้าสู่โลกของความจริงที่สร้างขึ้นโดยศูนย์การค้า ด้วยการสัมผัสกับสินค้าโดยตรง ศูนย์การค้าจึงเป็นพื้นที่ “ปลดปล่อย” ของนิเวศจากความเป็นแม่บ้าน และ “แสวงหา” เสรีภาพและอำนาจในการเลือก นอกจากนี้ยัง “แสวงหา” การเรียนรู้กับสิ่งแปลกใหม่ ซึ่งเป็นการเปิดโลกทัศน์ต่อนิเวศ และทำให้นิเวศสามารถหลุดพ้นจาก “กรอบแห่งบ้าน” ได้ แม้จะเป็นเพียงเวลาชั่วขณะหนึ่งก็ตามและทำให้ชีวิตของนิเวศทันสมัยมากขึ้น

พรรณศิริ เสวตเสริม กล่าวถึงความทันสมัยเมื่อได้ไปศูนย์การค้าไว้ว่า

พี่ดุ่มชอบบรรยากาศตอนนั้นมาก มันดูทันสมัย หลังจากทำงาน พี่จะเดินเล่นต่อ แต่ถ้าพูดถึงความต่างก็คือสมัยก่อนมันไม่ได้ฟูฟ่า เหมือนกับสมัยต่อมา ต่อมาบ้านอยู่แถวลาดพร้าว พอมีเซ็นทรัลลาดพร้าว ก็เลยไปเซ็นทรัลมากกว่า เพราะว่ายู่ใกล้บ้าน ซึ่งมันก็ทำให้ดูถึงการดี

²¹ นิเวศ ภิรติขจร. อายุ 54 ปี. สัมภาษณ์, 5 พฤศจิกายน 2550. ณ บ้านพัก ถนนเตาปูน.

ข้าวจองเยอะดี แต่ต่อมาพอมีเดอะมอลล์ งามวงศ์วานมาตั้งซึ่งอยู่ใกล้บ้าน
 พี่คุ้มมากกว่าทุกอย่าง ทำให้กลายเป็นจุดหนึ่งของคนทั้งย่านทางแถบด้าน
 นนทบุรี แทนที่จะต้องไปเซ็นทรัลก็จะมาอยู่ตรงเดอะมอลล์²⁴

การที่ศูนย์การค้าในช่วง พ.ศ. 2526 – 2539 ตั้งอยู่ชานเมือง ด้วยพื้นที่ใหญ่ โอ้อ่า การตกแต่ง
 ที่หรูหรา สินค้าที่ดูน่าสมัย ทำให้ความทันสมัยดังกล่าวติดเข้าไปในตัวของผู้ที่เดินไปในศูนย์การค้า
 ด้วย แม้ว่าความทันสมัยดังกล่าวจะไม่เท่ากับที่เกิดขึ้นในศูนย์การค้าใจกลางเมือง แต่ก็ได้ทำให้วิถีชีวิต
 ของคนกรุงเทพฯ ที่อาศัยอยู่ชานเมืองเป็นไปตามศูนย์การค้าได้มากขึ้น

ศูนย์การค้าจึงทำให้คนกรุงเทพฯ เข้าไปมีความสัมพันธ์เชิงบริโภคร่วมด้วยการจับจ่ายใช้สอยโดย
 เป็นการจับจ่ายใช้สอยสินค้าแบรนด์เนมมาเพื่อสร้างตัวตนของคน โดยเฉพาะชนชั้นกลาง
 เป็นการจับจ่ายใช้สอยเกินความจำเป็นด้วยการถูกแรงกระตุ้นทั้งจากรายการส่งเสริมการขาย การเสนอ
 ให้ใช้บัตรเครดิต และการเสนอสินค้าที่ทันสมัย นอกจากนี้คนกรุงเทพฯ ยังไปจับจ่ายเพราะบรรยากาศ
 ของศูนย์การค้าที่มีอากาศที่เย็นสบาย สะอาด มีความทันสมัย ซึ่งทั้งหมดนี้ย่อมแสดงให้เห็นว่า
 ส่วนใหญ่แล้วศูนย์การค้าได้ตอบสนองความต้องการของคนกรุงเทพฯ

2. ศูนย์การค้ากับชนชั้นกลางหญิงกรุงเทพฯ

ผู้หญิงกับศูนย์การค้ามีความสัมพันธ์กันอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้เพราะผู้หญิงมีบทบาทเป็นผู้
 ผู้ “จ่าย” อย่างน้อยที่สุดตั้งแต่ดั้งเดิมการจ่ายตลาดหรือการซื้อของสดมักเป็นหน้าที่ของผู้หญิง เมื่อมี
 ศูนย์การค้าซึ่งรวมทั้งห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้หญิงก็ยังคงมีบทบาทที่สำคัญ สังเกตจาก
 ชั้น 1 ของห้างสรรพสินค้ามักเป็นแผนกเครื่องสำอางหรือซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งเป็นบริเวณที่ผู้หญิงมี
 บทบาท

อย่างไรก็ตาม นอกจากผู้หญิงจะมีความสัมพันธ์กับศูนย์การค้าในแง่ของการจับจ่ายใช้สอย
 ดังที่ได้ยกกรณีตัวอย่างไปในหัวข้อที่ผ่านมา ผู้หญิงยังสัมพันธ์กับศูนย์การค้าในแง่ที่ว่าทำให้เป็นการ
 ลดภาระของผู้หญิง โดยเฉพาะผู้หญิงที่มีครอบครัวเป็นอย่างมาก ในเรื่องของการทำอาหารหรือการ
 เลี้ยงดูเด็กเล็ก นอกจากนี้ในเรื่องของเสื้อผ้า ก็ยังทำให้ผู้หญิงบางกลุ่มเลือกเข้าไปซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่
 มีแบรนด์เนมแทนการตัดเสื้อผ้าดั่งเช่นแต่ก่อน

พรรณศิริ เสวตเสริม ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างตนกับศูนย์การค้าในประเด็นนี้ไว้ว่า

²⁴ พรรณศิริ เสวตเสริม. อายุ 56 ปี. สัมภาษณ์, 5 พฤศจิกายน 2550, ณ ธนาคารกรุงเทพ สาขา ก.พ..

ตั้งแต่พี่ด้อมทำงานธนาคาร เสื้อผ้าก็จำเป็นต้องสั่งตัดเพราะเป็นยูนิฟอร์มของธนาคารเขา แต่เสื้อผ้าที่ใส่ในวันหยุดจากปกคิตที่พี่ด้อมจะสั่งตัดสมัยก่อนจะสั่งตัดเอา แต่ต่อมาพอเริ่มเอาเสื้อมีแบรนด์เข้ามา พี่ด้อมก็เริ่มซื้อเสื้อผ้าพวกนี้มากขึ้นเพราะพี่ว่ามันสะดวกดี ต้องการซื้อเสื้อแบบไหนก็ไปเลือกที่ตัวเองพอใจไม่ต้องดูแบบ ไม่ต้องไปหาร้านสั่งตัด เสียเวลา แต่แบรนด์ที่พี่ซื้อก็ไม่ได้เป็นแบรนด์สูงอะไรมากมายนะ แบรนด์สูงๆ จะซื้อตอนที่มิเทศกาลลดราคาสักห้าสิบเปอร์เซ็นต์อย่างนี้ ถึงแม้จะตกยุคแต่พี่ด้อมไม่ได้ใส่ใจว่าตกหรือไม่ตกยุค จะดูว่ามันสวยหรือเปล่า เข้ากับเราได้หรือเปล่า และการมีแบรนด์ที่มีชื่อมันก็ทำให้พี่มันใจลึกๆ ว่าคุณภาพจะต้องดีกว่าของที่ไม่มีแบรนด์.....²⁵

จะเห็นได้ว่าศูนย์การค้าสัมพันธ์กับผู้หญิงอย่างพรรณศิริในแง่ที่ทำให้ลดภาระของผู้หญิงในการไปสั่งตัดเสื้อ เพราะการสั่งตัดเสื้อตัวหนึ่งตัวอาจจำเป็นต้องใช้เวลาที่ถึงแม้จะไม่นาน แต่ก็ไม่ใช่ “ทันใจ” ของพรรณศิริ ซึ่งเป็นผู้หญิงทำงานในยุคสมัยทศวรรษที่ 2520 เป็นต้นมาแล้ว การเลือกซื้อเสื้อผ้าของพรรณศิริจึงเลือกด้วยความพึงพอใจ แม้จะนิยมที่ห้อยแต่ก็จะซื้อต่อเมื่อมีการลดราคา ดังนั้นสิ่งที่พรรณศิริต้องการจากการซื้อเสื้อผ้าที่สำเร็จรูปนั้น ก็คือ ความพอใจในรูปแบบของเสื้อผ้า สังเกตจาก “จะดูว่ามันสวยหรือเปล่า เข้ากับเราได้หรือเปล่า” ความสะดวกโดยเฉพาะการประหยัดเวลา สังเกตจาก “ไปหาร้านสั่งตัด เสียเวลา” ความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าแบรนด์เนม สังเกตจาก “การมีแบรนด์ที่มีชื่อมันก็ทำให้พี่มันใจลึกๆ ว่าคุณภาพจะต้องดีกว่าของที่ไม่มีแบรนด์” และราคาสินค้า สังเกตจาก “ซื้อตอนที่มิเทศกาลลดราคา” ซึ่งสิ่งที่พรรณศิริต้องการทั้งหมดนั้น ได้รับการตอบสนองจากศูนย์การค้าและทำให้ชีวิตของพรรณศิริสัมพันธ์กับศูนย์การค้า

รัตนฉัตร เกิดชูชื่น มีที่อยู่ย่านพระราม 2 มีที่ทำงานอยู่แถววังบูรพา มีลูกสาว 2 คน โดยคนแรกเกิดปี พ.ศ. 2521 และ คนที่สองเกิด พ.ศ. 2523 ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างตนกับศูนย์การค้าไว้ว่า

ตอนแรกสมัยที่แม่แต่งงานใหม่ๆ แม่ก็ยังทำงานอยู่โดยทำงานธนาคารข้างเซ็นทรัล วังบูรพา พอต่อมามีลูกสาวคนโตก็ต้องคอยส่งลูกไปเรียนที่โรงเรียนราชินีที่อยู่ใกล้ที่ทำงานแม่ ตอนเย็นก็รับกลับมาแล้วก็ใช้ชีวิตอยู่ในห้าง เพราะลูกสาวชอบดูของกระจุกกระจิกและก็พวกเครื่อง

²⁵ พรรณศิริ เสวตเสริม. อายุ 56 ปี. สัมภาษณ์. 5 พฤศจิกายน 2550. ณ ธนาคารกรุงเทพ สาขา ก.พ..

เขียน และเราก็จะไปหาอะไรกินกันในห้างคอนเซิน โดยจะกินกันทั้งครอบครัวเลย เพราะแม่ทำงานมาทั้งวัน ไหนจะต้องไปรับลูกอีกแม่ก็เหนื่อยแล้ว ทีจะไปจ่ายตลาดสดแล้วมาทำอาหาร เพราะที่ห้างมีหมด พอต่อมามีเซ็นทรัล เปิดที่ลาดหญ้า ซึ่งอยู่ใกล้บ้านแม่วันเสาร์ – อาทิตย์ ก็จะออกไปซื้อของและทานอาหารกัน หรือโอกาสพิเศษมากๆ ถึงค่อยซื้อของสดจากซูเปอร์มาร์เก็ตมาทำอาหารทานกันที่บ้าน ชีวิตแม่เป็นแบบนี้ตั้งแต่มีลูกสาวคนโต พอมีลูกสาวคนเล็ก สมัยนี้ห้างมันมีพวกเครื่องที่ให้เล่นได้ เขาก็รีบเร็วแม่พามาให้เล่นของเล่นพวกนี้ หลังเลิกเรียนเขาจะดีใจมาก ไม่ใช่ดีใจที่ได้กลับบ้าน แต่ดีใจที่จะได้เข้าห้างเล่นของเล่น และก็เหมือนเดิมก็จะหาอะไรกินในห้างเลย ซึ่งไม่ใช่ว่าแม่ทำอาหารไม่เป็นหรือไม่อร่อยนะ แต่มันเหนื่อย จะทำก็อย่างที่บอกก็คือต้องเป็นโอกาสพิเศษจริงๆ.....²⁶

จะเห็นได้ว่า ศูนย์การค้าทำให้ผู้หญิงอย่างรัตนฉัตรลดภาระลงไปอย่างมากโดยเฉพาะการทำอาหารและการเลี้ยงดูลูกตอนเด็ก โดยใช้สถานที่ในห้างหรือศูนย์การค้าในการรับประทานอาหารเย็นร่วมกันในครอบครัวและให้ลูกสาวได้มาเดินเล่น จับจ่าย และเล่นเครื่องเล่นต่างๆ ซึ่งล้วนเป็นการลดภาระของผู้หญิงอย่างมาก เนื่องจากในการทำอาหารรับประทานเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยความละเอียดอ่อนและประณีต มีกระบวนการที่ยุ่งยากตั้งแต่ซื้อของสดต่างๆ และมาทำอาหาร ซึ่งผู้หญิงทำงานอย่างรัตนฉัตร นอกจากมีเวลาที่จำกัดแล้ว ความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงานและเลี้ยงดูลูกทำให้รัตนฉัตรทำอาหารรับประทานเองน้อยลง โดยจะทำเฉพาะเมื่อมีโอกาสที่สำคัญ การทำเฉพาะโอกาสที่สำคัญไม่ได้ทำทุกวันจึงถือว่าเป็นการลดภาระไปอย่างมากและจากที่ต้องเลี้ยงดูลูกที่บ้าน แต่ที่ศูนย์การค้าก็ได้มีบริเวณที่สนองความต้องการของเด็กเล็ก อย่างเช่น เครื่องเล่นนั้นก็ทำให้เป็นการลดภาระของผู้หญิงในการเลี้ยงดูที่บ้าน และเป็นการสร้างความพักผ่อนหย่อนใจให้กับทั้งแม่และลูก

3. ศูนย์การค้ากับชนชั้นกลางชายกรุงเทพฯ

สิ่งที่เห็นได้ชัดของการเกิดศูนย์การค้าครบวงจรที่มีพัฒนาการมาจากศูนย์การค้าในเมือง โดยเฉพาะเซ็นทรัล ซิดลม ที่อยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของการเกิดศูนย์การค้าครบวงจรในช่วงกลางทศวรรษที่ 2520 ทำให้ทั้งห้างสรรพสินค้าในเมืองอย่างเซ็นทรัล ซิดลม หรือ ศูนย์การค้าครบวงจรชาน

²⁶ รัตนฉัตร เกิดชูชื่น. อายุ 60 ปี. สัมภาษณ์. 7 ตุลาคม 2550. ณ บ้านพัก ย่านพระราม 2.

เมือง สร้างศูนย์รวมของหลากหลายกิจกรรม จึงจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของคนกรุงเทพฯ หลากกลุ่มมากขึ้น ทำให้ชนชั้นกลางชาวกรุงเทพฯ เข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้ามากขึ้นจากแต่เดิมที่ผู้หญิงจะมีบทบาทมากกว่า

มนัสชัย ชูดวงศ์ ได้ให้ภาพถึงผู้ชายกับการไปศูนย์การค้าว่า

ที่ไปศูนย์การค้าตั้งแต่เข้ามากรุงเทพฯ ใหม่ๆ ประมาณปี 35 ที่ที่เรียนมหาวิทยาลัย ตอนนั้นพี่จะไปเซ็นทรัลลาดพร้าว หลักๆ พี่ก็จะเดินดูของ ของที่ซื้อส่วนใหญ่จะอยู่ในซูเปอร์ และไปบ่อยมากอาทิตย์ละ 1 ครั้ง ของที่ซื้อทุกอย่างแม้กระทั่งกาง การเดินดูสินค้าทำให้เป็นเหมือนการกระตุ้นให้เราอยากซื้อสินค้านั้น อยากใช้ชีวิตแบบนั้น ซึ่งถือว่าห่างมาเปลี่ยนเราตรงนี้ทำให้เรามีเป้าหมายเล็กๆ ในการทำงาน ในการที่จะแสวงหา อยากมีเงินเดือนเพิ่มขึ้น เพื่อเอาไปซื้อ มนุษย์เงินเดือนอย่างพี่ ศูนย์การค้าเอื้อให้แก่พี่เยอะ ที่เห็นได้ชัดคือการให้ผ่อนจ่ายสินค้า ชัดเจนมากเพราะเป็นคนที่มีสตางค์ก็ซื้อเป็นชิ้นๆ ได้ แต่อย่างไรก็ตามคนที่ทำงานกินเงินเดือนมันแน่นอนว่าไม่ได้เงินก้อนมาอยู่แล้ว ยังมีระบบลดแลกแจกแถมก็ทำให้ซื้อได้ง่ายขึ้น ที่สามารถใช้ชีวิตอยู่ในห้างได้เป็นวันๆ หากเป็นวันว่าง เพราะมันสนองกิจกรรมที่เราอยากทำที่หลากหลาย แต่ต้องเข้าใจว่าบางทีเราไม่ได้ต้องการหรอก แต่พอเดินไปเห็นมันก็ต้องการเสียดายอย่างนั้น ทำให้เรารู้ว่ามีอะไรต่ออะไร รู้ว่าเขาไปถึงไหนกันแล้ว²⁷

มนัสชัยจึงเป็นภาพสะท้อนของมนุษย์เงินเดือนและคนทำงานได้เป็นอย่างดีที่จะไปศูนย์การค้าในวันว่างคือวันอาทิตย์ และศูนย์การค้าพยายามชักจูงหรือดึงดูดเงินจากมนุษย์เงินเดือนที่ถึงแม้ไม่มีเงินก้อนก็สร้างระบบเงินผ่อนขึ้นมา ซึ่งมีได้ต่างจากการใช้บัตรเครดิตซึ่งทำให้การจับจ่ายใช้สอยเป็นได้ง่ายขึ้น สังคมบริโภคนิยมจึงยังเกิดการขยายตัวจากรายการส่งเสริมการขายต่างๆ ที่ศูนย์การค้าเสนอให้และคนคิดห้างไม่จำเป็นต้องเป็นผู้หญิง ในช่วงระยะเวลาพ.ศ. 2526 – 2539 นั้นผู้ชายมีพื้นที่มากขึ้นแต่ผู้หญิงยังคงใช้เวลาอยู่ในห้างนานกว่าผู้ชาย

มนัสชัยกล่าวเรื่องนี้ไว้ว่า

²⁷ มนัสชัย ชูดวงศ์. อายุ 34 ปี. สัมภาษณ์, 25 ตุลาคม 2550, ณ โรงภาพยนตร์เซ็นจูรี่.

ถึงแม้พี่จะเป็นคนที่แช่ตัวเองอยู่ในห้องได้นานแต่ก็จะเลือกแช่ตัวเองไว้ ณ จุดใดจุดหนึ่ง แต่แฟนพี่ใช้เวลาานกว่าประมาณ 10 เท่าได้ พื้นที่ระหว่างผู้ชายกับ ผู้หญิงพื้มองว่ามันพอกัน เพราะห้องเขาก็ออกแบบมาให้เป็นที่ของคนทุกคน แต่ผู้หญิงมักใช้เวลาานกว่า เห็น ได้ชัดจากพื้นที่ที่ถูกออกแบบมาเท่าเทียมกัน อย่างห้องน้ำ แต่ผู้หญิงยังสามารถใช้เวลาเข้าห้องน้ำได้มากกว่าเลย²⁸

มันส์ซัยก็มีได้ต่างอะไรจากคนอื่นในกรุงเทพฯ ที่มองว่าศูนย์การค้าทำให้ตอบสนองวิถีชีวิตในแง่ของความสะดวกสบายและความครบครัน

ศูนย์มันรวม พอไม่มีศูนย์ปั๊บน มันก็กระจายออกไปหมด ทำให้คนก็เกียจไป หมดแรงแล้ว อยู่บ้านดีกว่า แต่ถ้าไปศูนย์การค้าก็ได้ครบหมด ไม่เหนื่อยมากเกินไป มันก็เลยสะท้อนว่าไลฟ์สไตล์มันเปลี่ยนไป²⁹

ประการ วงศ์วิสุทธิกุล ได้ถ่ายทอดถึงความสัมพันธ์ระหว่างตนกับศูนย์การค้าว่า

แม้เราเป็นคนไม่ช้อปปิ้งนะ แต่เมื่อคิดไม่ออกว่าจะทำอะไรที่ไหน เราก็ไปห้างเสมอ เพราะมันมีความหลากหลาย มันเลยทำให้เราเชื่อว่ามันจะต้องมีอะไรให้เราดูเยอะดี มันดูเจริญหูเจริญตาและจะใช้เป็นที่นัดเพื่อนตามร้านอาหารด้วยเพราะง่ายดี เพราะนี่ถนัดออกใหม่ว่าตอนนี้คนกรุงเทพฯ รวมทั้งพี่มันแทบไม่มีทางออกหรือที่ผ่อนคลาย ไม่รู้จะไปที่ไหนแล้ว ไปดูหนังก็ศูนย์การค้า ไปกินข้าวจะไปร้านอาหารก็ได้ แต่บางทีไปเพื่อกินอาหารอย่างเดียว มันต้องถามว่าคุ้มไหม แล้วจะเดินไปไหนต่อ³⁰

จะเห็นได้ว่า แม้กิจกรรมหลักของผู้ชายในศูนย์การค้าจะมีใช้การช้อปปิ้ง แต่ด้วยความหลากหลายของกิจกรรมในศูนย์การค้าครบวงจร ทำให้มีกิจกรรมให้ผู้ชายได้เลือกที่จะทำมากขึ้น ประกอบด้วยบรรยากาศที่สบายและคู่กันสมัย “เจริญหูเจริญตา” ตามทฤษฎีของประการ จึงทำให้

²⁸ มันส์ซัย ชูดวงศ์. อายุ 34 ปี. สัมภาษณ์, 25 ตุลาคม 2550, ณ โรงพยาบาลนครเขื่อนขันธ์.

²⁹ มันส์ซัย ชูดวงศ์. อายุ 34 ปี. สัมภาษณ์, 25 ตุลาคม 2550, ณ โรงพยาบาลนครเขื่อนขันธ์.

³⁰ ประการ วงศ์วิสุทธิกุล. อายุ 37 ปี. สัมภาษณ์, 31 ตุลาคม 2550, ณ ธนาคารกรุงเทพ สาขาโรงพยาบาลกลาง.

ศูนย์การค้ากลายเป็นสถานที่ทางเล็กลงหนึ่งของการพักผ่อน การที่ประชากรแสดงทรรศนะว่า “แต่บางทีไปเพื่อกินอาหารอย่างเดียวมันต้องถามว่าคุ้มไหม แล้วจะเดินไปไหนต่อ” แสดงให้เห็นชัดว่าความจำกัดของเวลา การจราจรที่ติดขัด ทำให้คนต้องการความคุ้มค่าในการไปสถานที่แห่งหนึ่ง ซึ่งศูนย์การค้าก็สามารถตอบสนองประเด็นนี้ได้พอดี

ประชากรจึงถ่ายทอดทรรศนะเกี่ยวกับคนกับศูนย์การค้าว่า

มันเป็นไลฟ์สไตล์ของพี่ไปแล้ว ชอบไปเดินเพราะมันใหญ่ดี
หรูหรา และซื้อมันก็บอกอยู่แล้วว่าศูนย์การค้า ศูนย์กลางรวมสรรพ
สินค้าอยู่ในนี้ แล้วก็เป็นที่พักผ่อนของคนในกรุงเทพฯ แม้ตัวเรา
เองก็เป็น เพราะเราคิดอะไรไม่ออกก็จะไปเดินเล่นศูนย์การค้า¹¹

ทรงศิลป์ชัย เทียนประเสริฐ ซึ่งได้ถ่ายทอดความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์การค้ากับวิถีชีวิตของ
ทรงศิลป์ชัยไว้ว่า

สมัยวัยรุ่น ผมก็ไปเดินห้างบ่อย เพราะว่ามันมีของให้เลือกชม
มาก มีของแปลกๆ ใหม่ๆ เข้ามา ที่ซื้อที่ห้างส่วนใหญ่ก็จะเป็น
กล้องถ่ายรูป วิทยุ เครื่องเสียง แรกๆ พวกโทรทัศน์เราก็ไม่ค่อยมี
ปัญญาซื้อ แต่ต่อมามีการผลิตให้ข้าราชการผ่อนส่งได้ก็เลยได้ไปซื้อ และ
ที่ห้างก็จะมีเสื้อผ้าต่าง ๆ มากมาย แต่เราก็จะไปเดินชมอย่างเดียว เพราะ
เราใช้ตัดเอา¹²

การที่ทรงศิลป์ชัย รัฐบาลทำให้อำนาจซื้อไม่มาก การจับจ่ายจึงเป็นไปเพื่อสินค้าที่
จำเป็นหรือเป็นสินค้าที่ผ่านการไตร่ตรองว่าต้องการจริง ๆ การมีสินค้าหลากหลายนั้น ทรงศิลป์ชัย
มิได้จับจ่ายผ่านการซื้อ หากแต่ได้ทำการวินโดว์ ช้อปปี้ง เพราะไม่มีความจำเป็นในการซื้อ การบริโภค
ของทรงศิลป์ชัยในศูนย์การค้า จึงต้องใช้ “เหตุผล” เข้ามาพิจารณาด้วยความจำกัดของความสามารถใน
การจับจ่าย

ศูนย์การค้าได้ตอบสนองวิถีชีวิตทรงศิลป์ชัยบ้าง โดยกล่าวว่า

¹¹ ประชากร วงศ์วิสุทธิกุล. อายุ 37 ปี. สัมภาษณ์. 31 ตุลาคม 2550. ณ ธนาคารกรุงเทพ สาขาโรงพยาบาลตากสิน.

¹² ทรงศิลป์ชัย เทียนประเสริฐ. อายุ 71 ปี. สัมภาษณ์. 26 ตุลาคม 2550. ณ บ้านพัก ถนนเฉาปูน.

เวลาไปห้างที่ ถ้าตั้งใจซื้อของก็จะตรงไปจุดขายนั้นเลย และเวลาไปเราก็จะไปตอนที่ไม่มีเวลาวางกับครอบครัว เดินดูของไปด้วยกัน ห้างก็เลยมีส่วนสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวให้ดีขึ้น เพราะมีโอกาสไปไหนมาไหนด้วยกัน ไปทีเดียวเราก็ได้ครบหมด จึงทำให้ชีวิตเราสะดวกสบายขึ้น บางทีเราไม่รู้จะไปไหนบ่อยๆ ก็ไปเดินเที่ยวห้างกัน ดึกๆ ก็ไปเดินดูของดูอะไร ก็พักผ่อนไปในตัว อากาศก็เย็นสบายดี อย่างหน้าร้อนคนก็มักจะหลบไปตามห้างด้วยซ้ำไป¹³

จะเห็นได้ว่า ทรงศิลป์ชัยได้เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของธรรมชาติการซื้อของของผู้ชายที่จะมุ่งตรงไปซื้อสินค้าที่ต้องการโดยตรง ทรงศิลป์ชัยได้เสนอประเด็นที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิต คือ เรื่องของความสะดวกสบาย และการไปพักผ่อนคลายเหงา แก่เบือ ซึ่งก็เป็นลักษณะของวินโดว์ ช้อปปีง และจากการที่ทรงศิลป์ชัย มีอำนาจในการซื้อไม่มากด้วยอาชีพรับราชการ ทำให้ศูนย์การค้ามีได้มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตทรงศิลป์ชัยเท่าใดนัก แต่แม้จะมีอิทธิพลน้อย ภาพที่สะท้อนออกมาก็ยังคงครอบคลุมในการเป็นพื้นที่บริโภคและพื้นที่ของการใช้เวลาว่างในศูนย์การค้า

อรรถพล อนันตวรสกุล ได้ถ่ายทอดความสัมพันธ์ระหว่างตนกับศูนย์การค้าไว้ว่า

ชีวิตครุ่นนี้สัมพันธ์กับห้างตามวัยและสถานที่ตั้งของตัวเอง ก็คือที่บ้านกับที่ทำงาน สมัยเด็กจะไปเซ็นทรัล วังบูรพา กับเมอร์รี่คิงส์ วังบูรพา เพราะมันอยู่ใกล้บ้าน บ่อยๆ ก็จะไปนั่งอ่านหนังสือในเซ็นทรัล พอมาสมัยมัธยม บ้านอยู่ย่านเตาปูน ก็ไปเดินห้างบางลำพู บางโพ ม.ปหลายมาเรียนพิเศษแถวสยามก็รู้จักมาบุญครอง ต่อมาย้ายบ้านไปแถบงามวงศ์วาน ก็ไปเดอะมอลล์ งามวงศ์วาน ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นชัดเจนว่าการเลือกไปศูนย์การค้าแห่งใดแห่งหนึ่ง ทำเลที่ตั้งเป็นเรื่องสำคัญ¹⁴

ศูนย์การค้าได้ตอบสนองวิถีชีวิตของอรรถพลบ้าง โดยอรรถพลกล่าวไว้ว่า

¹³ ทรงศิลป์ชัย เกียนประเสริฐ, อายุ 71 ปี, สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2550, ณ บ้านพัก ถนนเตาปูน.

¹⁴ อรรถพล อนันตวรสกุล, อายุ 35 ปี, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2550, ณ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปกติเวลาไปซื้อของ ก็จะเข้าไปซื้อในซูเปอร์มาร์เก็ตเยอะสุด แต่ส่วนใหญ่อาจจะเป็นทานข้าวหรือเข้าร้านหนังสือ...ยังงี้ก็ตามสมัยเด็กวัยรุ่นนี้ ห้างสร้างความรู้สึกของตัวเองแท้เมื่อได้ไปตามประสาเด็กๆ แต่พอเป็นผู้ใหญ่ขึ้นมา ครุไม่ค่อยรู้สึกเช่นนี้แล้ว แต่เป็นการใช้พื้นที่นั้นจริงๆ เช่น ไปดูหนังคอนเสิร์ตได้ อยากไปซื้อของก็ไปซื้อของ แต่อย่างในซูเปอร์ที่ขายของกินนั้น บางครั้งทำให้รู้สึกว่าเรากำลังกินสิ่งที่ประดิษฐ์ คุไม่ธรรมชาติ เช่น เราจะหาขนมที่ใส่ใบตอง แบบในตลาดไม่ได้อีกแล้ว กลายเป็นใส่ถุงพลาสติกหรือโฟม หมด ทำให้บางครั้งอยากที่จะกลับไปตลาด เพื่อไปสัมผัสกับบรรยากาศที่แบบออริจินัล และจะหาแบบห่อเล็กๆ ขายห่อละ 5 บาท แบบเดิมก็ไม่ได้อีกแล้ว¹⁵

ประเด็นที่แตกต่างของอรรถพลนั้น คือการเสนอว่าศูนย์การค้าได้ทำให้วิถีชีวิตของอรรถพลให้เข้าไปใช้พื้นที่บริโภคและใช้เวลาว่างในศูนย์การค้าก็จริง แต่มันได้พราก “ความดั้งเดิม” ที่อรรถพลเคยสัมผัสมาในสมัยวัยเด็กนั้นลงไป ทุกอย่างก็ “ขึ้นห้าง” คุเป็นสิ่งประดิษฐ์ขึ้นนั้น จึงคุเป็น “ของเทียม” แม้จะเป็นของที่ทานได้ก็ตาม

ในช่วงที่ศูนย์การค้าเติบโตและขยายตัวด้วยรูปแบบเดิมๆ ซ้ำซาก ทำให้คนกลุ่มหนึ่งเบื่อและผิดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นนี้ และได้ย้อนคิดถึงบรรยากาศชีวิตที่ดี ที่สดใส ที่บริสุทธิ์ในสมัยเด็ก จึงเริ่มหาสินค้าที่ทำให้หวนระลึกถึงอดีตมาบริโภค ประเด็นนี้มีใจเกิดขึ้นกับอรรถพล หรือคนเพียงกลุ่มน้อยเห็นได้ชัดจากการที่ศูนย์การค้าที่มีการจัดงานแสดงสินค้า โดยเฉพาะสินค้าต่างๆ ที่แสดง “เอกลักษณ์” ของความเป็นไทย ซึ่งก็ต้องนำเสนอถึง “ความดั้งเดิม” เราจึงสามารถพบขนมห่อใบตอง คนขายเป็นผู้หญิงนั่งนุ่งสไบเฉียง ภายใต้อาคารที่เป็นเรือนไทยจำลองได้ในศูนย์การค้า ซึ่งก็แสดงสะท้อนกลับมาว่า กลุ่มดังกล่าวนี้ต้องมีจำนวนหนึ่งที่ต้องการวิลาหาวบรรยากาศดังกล่าว ทำให้ศูนย์การค้ามาเสนอให้ถึงที่ และกลายเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้านั้นได้อีกด้วย ประเด็นนี้จึงเห็นได้ชัดเจนว่า ศูนย์การค้าได้ทำหน้าที่ในการเปลี่ยนวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและพยายามตอบสนองคนเมืองด้วยการ “อุด” ช่องว่างที่เกิดขึ้นกับคนเมืองกรุงเทพฯ

จะเห็นได้ว่าเมื่อศูนย์การค้าเป็นพื้นที่เปิดทำให้การบริโภคเป็นเรื่องที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะชนชั้น นอกจากนี้การบริโภคในศูนย์การค้าไม่ได้จำกัดเพศด้วย แฟชั่นจึงเป็นสิ่งที่ทั้งผู้หญิงและผู้ชายสามารถที่จะหลงใหลได้มากพอๆ กัน¹⁶ นอกจากแฟชั่นแล้ว สิ่งที่เป็นสินค้าที่แสดงซึ่ง “ความเป็น

¹⁵ อรรถพล อนันตวรสกุล, อายุ 35 ปี, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2550, ณ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

¹⁶ ธนศ วงศ์ยานนาวา, ปฏิวัติบริโภค : จากสิ่งของฟุ่มเฟือยมากสู่สิ่งจำเป็น, หน้า 142.

ชาย” ก็ถูกรบเร้าให้ผู้ชายกลายเป็น “นักช้อป” ผ่านการโฆษณาดังที่ได้เสนอไปในบทที่ 3 อันที่จริงแล้วผู้ชายมีบทบาทและพื้นที่ในห้างสรรพสินค้ามาตั้งแต่แรกกำเนิดห้างและศูนย์การค้าแล้ว หากแต่มีบทบาทหรือพื้นที่ที่ไม่เด่นชัดเท่าผู้หญิง ในเวลาต่อมาเมื่อเป็นศูนย์การค้าครบวงจรในช่วง พ.ศ. 2526 เป็นต้นมานั้น ศูนย์การค้าจึงมีความพยายามนำเสนอสินค้าที่หลากหลายสำหรับผู้ชายมากขึ้น

4. ศูนย์การค้ากับครอบครัวชนชั้นกลางในกรุงเทพฯ

จากสภาพวิถีชีวิตของคนเมืองที่ต้องผูกติดและแข่งขันกับเวลา คนในครอบครัวชนชั้นกลาง โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในสถานภาพ “พ่อ” ซึ่งเป็นหัวหน้าครอบครัวนั้น จำต้องออกไปทำงานนอกบ้านเพื่อหารายได้มาหล่อเลี้ยงครอบครัว ส่วนผู้ที่อยู่ในสถานภาพ “แม่” นั้น บ้างก็ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน แยกเช่นเดียวกับสามี บ้างก็ทำหน้าที่เป็นแม่บ้าน แต่ไม่ว่าจะเป็นกรณีใดก็ตาม สิ่งที่เกิดขึ้น คือความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขทางเวลามากขึ้น ดังนั้น เมื่อถึงวัน - เวลาที่ว่างอย่างสุดสัปดาห์ทำให้ครอบครัวหาสถานที่ที่จะได้ทำกิจกรรมร่วมกันภายในครอบครัวได้อย่างเต็มที่ และหนึ่งในสถานที่ที่เลือกไปนั้นคือห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า

จากการสำรวจกิจกรรมสุดสัปดาห์ของครอบครัวชนชั้นกลาง ปี พ.ศ. 2529 ทำให้พบว่าครอบครัวนิยมพาลูกมาเที่ยวตามห้างสรรพสินค้า / ศูนย์การค้ามากที่สุด ตามมาด้วยการไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ซึ่งจะเห็นได้ว่ากิจกรรมรับประทานอาหารนอกบ้านก็มีบริการไว้ในศูนย์การค้าเช่นกัน

ตารางที่ 4.3 แสดงกิจกรรมสุดสัปดาห์ของครอบครัวชนชั้นกลาง พ.ศ. 2529

	%	ไม่ไป	ไป	เฉลี่ย / ครั้ง ต่อสัปดาห์ (ของพวกที่ไป)
1. ไปเดินช้อปปิ้งของตามห้างสรรพสินค้า	100.0	13.3	86.6	4
2. ดูภาพยนตร์	100.0	80.3	19.6	0
3. ไปสวนสนุก	100.0	71.3	28.6	0
4. พาครอบครัวไปทานอาหารเย็น	100.0	39.6	60.3	2
5. ไปเล่นกีฬา	100.0	57.6	42.3	4
6. รับส่งลูกไปเรียนพิเศษ	100.0	88.3	11.6	4

ที่มา : คู่งแข็ง³⁷

ศูนย์การค้าในช่วง พ.ศ. 2526 – 2539 นั้นได้พยายามนำกิจกรรมที่หลากหลายเข้ามารวมกันไว้ ณ สถานที่เดียวกัน ทั้งนี้เห็นได้ชัดว่าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการอย่างหลากหลายทั้งเพศและวัย นอกจากนี้ยังตอบสนองสภาพวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ที่เปลี่ยนไป นั่นคือการที่ต้องการความครบครันในสถานที่แห่งหนึ่งโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปยังหลายสถานที่และการเป็นสถานที่ทำกิจกรรมได้อย่างหลากหลายของสมาชิกทุกคนในครอบครัวเพื่อสร้างความคุ้มค่าให้มากที่สุดจากเวลาอยู่ร่วมกันของครอบครัวที่มีจำกัด

วชิรพงศ์ ทวีทอง ได้ถ่ายทอดว่าศูนย์การค้ามีความสัมพันธ์กับชีวิตของวชิรพงศ์ในเรื่องครอบครัวว่า

มันพร้อมมูลดี ไปทีเดียว ดูหนังก็ได้ ช้อปปิ้งก็ได้ สมาชิกที่ไปทุกคนก็มีสิทธิ์จะเลือกในสิ่งที่ตัวเองต้องการ อย่างเช่นทรัส บางนา ผมไปกับภรรยา เดิมตามเขาแผนกของใช้ผู้หญิง แล้วผมก็จะหาโอกาสดูแผนกกีฬาหน่อย มีการให้ความคิดเห็นกัน ซึ่งตอนลูกสาวผมเล็กๆ ศูนย์การค้ามีน้อยมาก แทบจะไม่ค่อยได้ไปไหน การทานอาหารก็ร้าน

³⁷ สิริเพ็ญ สุขศรีจักรวาล, “ชีวิตความเป็นอยู่และไลฟ์สไตล์ชนชั้นกลางกรุงเทพฯ (ฉบับ 2),” คู่งแข็ง 7, 74. (พฤศจิกายน 2529): 73.

ไหนก็ไปร้านนั้นเลย ตอนที่ลูกสาวเริ่มโตขึ้น ศูนย์การค้าก็มีมากขึ้น เราไปที่เดียวก็สะดวกดี ผมจำได้ว่าผมพาลูกสาวไปกินข้าว แล้วก็เดินเล่น พาไปซื้อเสื้อผ้า เขาเดินก็มีความสุขดี มีกิจกรรมให้เราทำได้เยอะแยะ ถ้าไม่มีศูนย์การค้าก็นึกไม่ออกว่าจะไปไหน เมื่อมัน รวมทุกอย่างอยู่ในที่เดียว ก็ทำให้เราพาคนทั้งครอบครัวไปได้ เปลี่ยนบรรยากาศทำให้ครอบครัวมีความสัมพันธ์ที่ดี¹⁸

วชิรพงศ์จึงเสนอว่าศูนย์การค้าสร้างการเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตครอบครัว ทำให้ครอบครัวได้มีความสัมพันธ์กันมากขึ้น ซึ่งเป็นปกติสำหรับครอบครัวที่พ่อ – แม่ออกไปทำงานนอกบ้าน การนี้ก็ไม่ออกว่าจะไปที่ไหนก็ไปศูนย์การค้า นั่น ทำให้เห็นว่าศูนย์การค้าเป็นที่พักพิงของคนกรุงเทพฯ และที่คิดไม่ออกจึงไปที่ไหนก็แสดงว่ามีความเชื่อมั่นว่าศูนย์การค้าต้องมีอะไรให้กับวชิรพงศ์ ในขณะที่เดียวกันก็สะท้อนว่าศูนย์การค้าเป็นพื้นที่ที่มากกว่าการซื้อขาย หากแต่เป็นพื้นที่ของการพักผ่อน พักพิง กระทบความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว

ข้อมูลที่วชิรพงศ์ถ่ายทอดออกมานั้น สามารถวิเคราะห์ได้ว่า

- 1) “มันพร้อมมูลดี” แสดงให้เห็นว่าศูนย์การค้าตอบสนองความต้องการที่หลากหลายให้กับวชิรพงศ์ได้อย่างดี โดยวชิรพงศ์ขยายความว่าสามารถได้ทั้งคุณภาพดนตรีและซื้อของ ทั้งนี้เพราะศูนย์การค้าได้รวมเอาร้านค้า ห้างสรรพสินค้าและโรงภาพยนตร์มาอยู่ในสถานที่เดียวกัน
- 2) “สมาชิกที่ไปทุกคนมีสิทธิจะเลือกในสิ่งที่ตัวเองต้องการ” ก็แสดงให้เห็นชัดว่าศูนย์การค้าเป็นพื้นที่ของทุกคนและมีสิ่งต่างๆ มาสนองความต้องการที่หลากหลาย โดยวชิรพงศ์ถ่ายทอดว่า ภรรยาจะดูแลแผนกของใช้สตรี ส่วนตัววชิรพงศ์เองก็ดูแลแผนกกีฬา พาลูกสาวและครอบครัวไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปยังที่ต่างๆ เห็นได้จาก “ไปกินข้าว แล้วก็เดินเล่น พาไปซื้อเสื้อผ้า”
- 3) “งูเขาเดินก็มีความสุขดี.....มันรวมทุกอย่างอยู่ในที่เดียว ทำให้เราพาคนทั้งครอบครัวไปได้.....ครอบครัวมีความสัมพันธ์ที่ดี” แสดงให้เห็นว่าสำหรับวชิรพงศ์แล้ว ศูนย์การค้าทำให้ความสัมพันธ์ของครอบครัวดีขึ้นและนำพาซึ่งความสุขทางใจ “งูเขาเดิน” เขาในที่นี้คือลูกสาวของวชิรพงศ์ “การงูมือ” สะท้อนถึงความสุขภายใต้ความอบอุ่นเป็น สายสัมพันธ์ทางใจที่มีให้ผ่านการสัมผัส เหตุที่ต้องงูนั้นนอกจากจะสะท้อนความอบอุ่นที่มีให้กันแล้ว ภายใต้สถานที่ใหญ่โตและผู้คนที่เดินขวักไขว่ใน

¹⁸ วชิรพงศ์ ทวีทอง. อายุ 58 ปี. สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2550, ณ โรงพยาบาลนครมาธิบดี.

ศูนย์การค้าทำให้wirungต้องงูสาวตัวเองเพื่อกันการพลัดหลงซึ่งเหตุที่wirungกลัวการพลัดหลงก็เพราะความห่วงใยและความรักที่มีต่อลูกสาวนั่นเอง ในประเด็นนี้หากรwirungอยู่บ้านร่วมกับสมาชิกในครอบครัว ก็คงมิได้แสดงออกซึ่งกิจกรรมดังกล่าวนี้ ศูนย์การค้าจึงมีส่วนสัมพันธ์กับวิถีชีวิตwirungในแง่การสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวนั่นเอง

คารุณี กฤตบุญญาลัย ได้ถ่ายทอดวิถีชีวิตของครอบครัวตนกับศูนย์การค้าว่า

ศูนย์การค้าทำให้ความสัมพันธ์ในครอบครัวป่าดาดดีขึ้นค่ะ เพราะมันเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ครอบครัวอยู่ร่วมกัน จากครอบครัวที่ยุงมากๆ ไม่มีเวลาให้กันเลยอย่างน้อยที่สุดวันเสาร์ – อาทิตย์ ป่าดาดกับสามีก็จะพาลูกสมัยที่ลูกสาวยังเด็กๆ มาศูนย์การค้า ขาดเหลืออะไรก็จะได้ซื้อ เข้าซูเปอร์มาร์เก็ตซื้อของหรือบางทีเขามีสวนสนุกก็พาลูกขึ้นไปเล่นตรงนั้นได้ บางแห่งมีศูนย์หนังสือลูกก็สามารถไปใช้บริการเพิ่มพูนความรู้ เสร็จแล้วก็มีการเย็นกิน มีโรงภาพยนตร์ มีทุกอย่างอยู่ในนี้ค่ะ

ศูนย์การค้าเป็นพื้นที่สำหรับทุกๆ คนค่ะ เพราะถ้าเป็นพื้นที่เฉพาะสำหรับผู้หญิงบอกได้เลยว่ามันคงไม่สามารถพัฒนาให้เป็นแบบนี้ได้ เพราะว่าการที่จะพัฒนาเป็นแหล่งที่ลงทุนสูงนี้มันจะต้องเป็นศูนย์รวมที่คนเข้ามาใช้ประโยชน์ร่วมกันได้หมด¹⁹

คารุณีเสนอว่าศูนย์การค้าทำให้ความสัมพันธ์ครอบครัวดีขึ้นเพราะเวลาที่มีจำกัดในการอยู่ร่วมกันในครอบครัว ด้วยเหตุนี้ทำให้คารุณีและครอบครัวต้องหาสถานที่ทำกิจกรรมร่วมกันในครอบครัวซึ่งก็คือศูนย์การค้า

โดยสมัยที่ลูกๆ ของคารุณียังเด็กนั้น คารุณีก็นำพาลูกไปสวนสนุกในศูนย์การค้าหรือไปศูนย์หนังสือ ซึ่งทั้งสวนสนุกหรือศูนย์หนังสือล้วนสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ดีให้แก่ลูก โดยที่ผู้เป็นแม่อย่างคารุณีไม่จำเป็นต้องบอกหรือสอนโดยตรง ซึ่งประเด็นนี้สะท้อนว่าศูนย์การค้าพยายามที่จะสนองความต้องการของครอบครัวที่มีลูกและพาลูกเข้ามาในศูนย์การค้าให้มีพื้นที่ที่จะเสริมสร้างประสบการณ์ให้กับเด็ก ซึ่งเป็นการลดภาระของสตรีในการขัดเกลาลูกโดยตรงและยังช่วยเพิ่มพูน

¹⁹ คารุณี กฤตบุญญาลัย. อายุ 58 ปี. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2550, ณ ห้างสยามพารากอน.

ความรู้จากศูนย์หนังสือและทักษะจากสวนสนุก ซึ่งเกิดขึ้นไปพร้อมๆ กับการพักผ่อนหย่อนใจและการใช้เวลาด้วยกันของสมาชิกในครอบครัว

นอกจากนี้คาร์ณียังรับประทานอาหารเช้าพร้อมกันกับสมาชิกในครอบครัวในศูนย์การค้า และคุณภาพดนตรีร่วมกัน กิจกรรมทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าศูนย์การค้าสามารถตอบสนองการใช้เวลาของคนกรุงเทพฯ ได้ตลอดเกือบทั้งวัน ด้วยการเสนอกิจกรรมและการบริการที่หลากหลายนั่นเอง

อมรา รอดคารา ได้ถ่ายทอดวิถีชีวิตของครอบครัวตนกับศูนย์การค้าไว้ว่า

ประมาณปี พ.ศ. 2526 มันก็ยังสาวๆ ชอบช้อปปิ้งไปซื้อข้าวซื้อของต่างๆ ห้างไหนเปิดใหม่เราก็รู้สึกตื่นเต้น พอต่อมามีลูกตามห้างก็จะมีของใช้ของเด็กจัดอย่างน่ารัก เราก็จะไปซื้อของ แล้วยุติงๆ จะมีการเติบโตขึ้นไม่ว่าจะเป็นพวกอาหาร นม ของเสริม ซื้อที่นี้หมดเลย จนกระทั่งพอลูกโตบอกว่าเฮนี่ก่อนกลับบ้านจะแวะห้างกัน เขาก็จะดีใจมาก จะได้ชื้อน้ำแข็งปั่นๆ แล้วยังมีถ้วยรูปหมีน่ารัก เด็กๆ ก็ชอบ เพราะฉะนั้นก็จะไปห้างอยู่เรื่อยๆ แต่ก็เห็นว่า ถ้าอะไรที่มันอยู่ใกล้บ้านแล้วสะดวกก็จะไปที่นั่น ถ้าเวลาไปไปกันทั้งครอบครัว ก็จะมีแฟนครูปไปด้วย แต่ส่วนใหญ่ก็จะแยกย้ายกันไปตามที่ตัวเองสนใจแล้วก็มาเจอกันที่ร้านอาหาร เพื่อมาทานข้าวร่วมกัน⁴⁰

จะเห็นได้ว่าในประเด็นของครอบครัวนั้น อมราเลือกใช้ศูนย์การค้าเป็นสถานที่จับจ่ายที่พักผ่อนและใช้เวลาด้วยกันในครอบครัว การซื้อของให้ลูกโดยเฉพาะอาหาร นมหรือของเสริม อมราเลือกที่จะซื้อที่ศูนย์การค้าทั้งหมด ทั้งนี้เป็นเพราะความมั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานที่เกิดขึ้นโดยศูนย์การค้า

“เด็กๆ ก็ชอบ เพราะฉะนั้นจะไปห้างอยู่เรื่อยๆ” แสดงให้เห็นว่าส่วนหนึ่งของการไปศูนย์การค้าของอมรานั้นเป็นเพราะต้องการให้ลูกมีความสุขเพราะเป็นสิ่งที่ลูกชอบ เมื่อลูกมีความสุข แม้ก็มีความสุขตาม กลายเป็นความสุขร่วมกันในครอบครัวซึ่งเกิดขึ้นภายในศูนย์การค้า

ณัฐธกานต์ ทรัพย์ไพศาล ได้ถ่ายทอดความทรงจำเกี่ยวกับครอบครัวกับการไปศูนย์การค้าว่า

⁴⁰ อมรารอดคารา, อายุ 60 ปี, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2550, ณ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมัยเด็กชอบไปห้างเซ็นทรัลชิดลมกับพ่อแม่ เพราะว่า คุณพ่อคุณแม่ชอบเลือกซื้อเสื้อผ้าที่เซ็นทรัล ชิดลม เพราะของมันคุณภาพดี ของก็เยอะและหลากหลาย อย่างครอบครัวที่ถ้าตั้งใจจะไปกินข้าวกัน ไม่กินข้าวบ้าน ไปกินข้าวที่ห้างกันใหม่ ไม่ต้องมานั่งทำ อย่างนั้นไปเซ็นทรัลชิดลมกัน เพราะว่าเมื่ออยากดูกระเป๋า รองเท้า พ่ออยากดูเสื้อผ้า ก็ไปชิดลม ตอนนั้นเป็นห้างที่เน้นแฟชั่นเด็กเหมือนกันนะ ที่รู้เพราะว่าแฟชั่นเลโก้ น้องชายที่ชอบเล่นเลโก้ ส่วนพี่ชอบเล่นบาร์บี้ แล้วเซ็นทรัลเป็นอะไรที่ของเยอะ แล้วแฟชั่นของเล่นจะกว้างกว่าห้างอื่น ทำให้เรารู้สึกได้ว่า เวลาไปที่นั่นจะได้เลือกของได้เต็มที่ พ่อพี่เป็นคนใส่เสื้อยืด ก็ เสื้อผ้าต้องคุณภาพดี ลายเสื้อผ้า ตั้งแต่ปกแขนถึงเสื้อ กระเป๋าเสื้อลายต้องตรงกัน แล้วคุณภาพตรงนี้เซ็นทรัล ชิดลมมีทั้งๆ ที่ราคาไม่ได้สูงเวอร์นะศูนย์การค้าก็ทำให้ครอบครัวที่ผูกพันกันมากขึ้นนะ ตั้งแต่เด็กแล้วมันจะเป็นแบบว่าพ่อแม่พาลูกไปเที่ยวด้วยกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้สอนลูก อย่างพ่อแม่พี่จะสอนนะว่าวิธีการแต่งตัว คุณนั่นแต่งตัวแบบนี้สิ เป็นเด็กผู้หญิงแต่งตัวให้เรียบร้อยนะ แล้วก็สอนให้รู้จักเล่นของเล่นที่ฝึกคิด⁴¹

จะเห็นได้ว่าชีวิตของณัฐกานต์ผูกพันกับศูนย์การค้ามาตั้งแต่เด็ก โดยการพาไปของพ่อ-แม่ ซึ่งเพราะศูนย์การค้าสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างหลากหลายเพศและวัย ทำให้ครอบครัวของณัฐกานต์สามารถใช้เวลาอยู่ในศูนย์การค้า โดยพ่อชอบซื้อเสื้อผ้าที่มีมาตรฐานซึ่งหาซื้อได้ที่ศูนย์การค้าเท่านั้น แม่ชอบซื้อกระเป๋า รองเท้า ณัฐกานต์ชอบเล่นตุ๊กตาบาร์บี้ ในขณะที่น้องชายของณัฐกานต์ชอบเล่นของเล่นยี่ห้อเลโก้และมีการรับประทานอาหารเย็นร่วมกัน

การได้ไปศูนย์การค้าร่วมกันของสมาชิกในครอบครัวสร้างความผูกพันให้กับครอบครัวของณัฐกานต์ในแง่ที่ว่าทำให้มีการ “แลกเปลี่ยนความคิดเห็น” ซึ่งเป็นการฝึกให้สมาชิกทุกคนยอมรับฟังและเข้าใจในความคิดของกันและกัน นำไปสู่ความผูกพันที่มีมากยิ่งขึ้นในครอบครัว

ประเด็นของการ “แลกเปลี่ยนความคิดเห็น” ในสมาชิกของครอบครัวนั้น สอดคล้องกับ *สวางค์ โสภณนุรักษ์* ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างตนกับศูนย์การค้าว่า

⁴¹ ณัฐกานต์ ทรัพย์สินไพศาล. อายุ 35 ปี. สัมภาษณ์. 3 พฤศจิกายน 2550. ณ สยามสแควร์.

นำเองเวลาไปศูนย์การค้าก็จะไปกันวันเสาร์หรืออาทิตย์ พากันไปทั้งครอบครัวก็จะมีน้ำ แพนน้ำ แล้วก็มีลูกสาว 2 คน ครอบครัวเราพากันไปห้างตั้งแต่แรกๆ ตอนที่ลูกยังเล็กๆ แล้วพอลูกโตมาก็มาช่วยกันออกความคิดเห็นเวลาซื้อของ อย่างแต่ก่อนสมัยที่ยังไม่มีลูก เวลาไปซื้อเสื้อผ้า แพนน้ำก็จะเฉยๆ ไม่ค่อยได้ให้ความเห็นเท่าไร แต่ตั้งแต่มีลูกสาวมา พอไปซื้อเสื้อ ลองเสื้อ ก็จะถามลูกว่า แม่ใส่ตัวนี้สวยไหม เป็นอย่างไรบ้าง ซึ่งมันทำให้เราได้พูดคุย แลกเปลี่ยน และพอลูกๆ เห็นชอบน้ำก็เอามาให้แฟนดู แฟนก็ชอบด้วย สิ่งที่สำคัญของการซื้อเสื้อตัวหนึ่งนั้นจึงกลายเป็นความคิดเห็นที่ลงมติดกันในครอบครัวน้ำ และเมื่อเวลาได้ใส่เสื้อตัวนั้น ทั้งแฟนและลูกๆ ก็จะพากันนึกถึงวันที่ไปช่วยกันเลือกเสื้อที่ห้างด้วยกัน.....ที่สำคัญเลยก็คือครอบครัวน้ำมักจะไปทานอาหารที่ศูนย์การค้าอยู่บ่อยๆ ซึ่งมันก็สะดวกดี เพราะหลังจากซื้อของเข้าบ้านหรือซื้ออะไรต่อมิอะไรแล้วก็ได้ทานข้าวเลย กลับถึงบ้านจะได้อาบน้ำ พักผ่อน ดูทีวี แล้วก็เข้านอนเลย ไม่ต้องเหนื่อยแถมทำอาหารอีกแล้ว⁴¹

การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในครอบครัวกรณีนี้ จึงสะท้อนถึงความผูกพันที่แน่นแฟ้นขึ้นภายในครอบครัว “เสื้อ” ตัวหนึ่งจึงมิได้มีความหมายเพียงแค่สิ่งที่ปกคลุมร่างกายเท่านั้น หากแต่ยังสะท้อนถึงความผูกพันของสมาชิกในครอบครัว ดังที่สวางค์ได้กล่าวว่า “เมื่อเวลาได้ใส่เสื้อตัวนั้น ทั้งแฟนและลูกๆ ก็พากันนึกถึงวันที่ไปช่วยกันเลือกเสื้อที่ห้างด้วยกัน” การซื้อเสื้อผ้าที่ศูนย์การค้าซึ่งมีสถานที่ให้ลองเสื้ออย่างเป็นสัดส่วน และมีสถานที่กว้างพอที่ทำให้ลูกๆ เข้าไปแสดงความคิดเห็นจากการลองเสื้อได้ ซึ่งถึงแม้ว่าร้านเสื้อผ้าในศูนย์การค้าจะจัดทำไว้เพื่อรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ลองเสื้อ แต่ขณะเดียวกันก็มีผลต่อความผูกพันในครอบครัวดังกรณีของสวางค์นี่อีกด้วย

รัตนฉัตร เกิดชูชื่น ได้บอกเล่าถึงความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวตนกับศูนย์การค้าไว้ว่า

ตั้งแต่ทำงานก่อนมีลูกสาวคนแรกจะทำงานธนาคารติดกับห้างเซ็นทรัล ว่างบูรพาเลย จึงผูกพันกับห้างเซ็นทรัลมาก บางทีกินในห้างเดินช้อปปิ้งในห้าง พอกับแม่ก็เจอกันที่ห้างไคมารู ซึ่งการไปไคมารูในวันนั้นรู้สึกว่าการที่เดินห้างเป็นคนทีทันสมัย แล้วเราชอบไปดูของ เจตนาไม่ได้ไปซื้อของ ก็ไปเดินเล่น เรียกเป็นแหล่งท่องเที่ยวก็ได้ พอมีลูกสาว

⁴¹ สวางค์ โสภณนุกัณฑ์. อายุ 49 ปี. สัมภาษณ์. 21 ตุลาคม 2550. ณ บ้านพักย่านรามคำแหง.

คนแรก ตอนปี พ.ศ. 2521 ลูกจะรบเร้ามาห้างหลังเลิกเรียน ตอนนั้นโก๋
เคเอฟซีมาแล้ว ลูกก็ชอบ ไปซื้อของเล่น แม่ก็สอนลูกด้วยการให้เงินเขา
จำนวนจำกัด หากอยากได้ของที่แพงก็ออกเอง ถ้าของถูกเงินเหลือก็จะ
เปิดบัญชีให้เค้าเก็บ ทีนี้เค้าจะรู้ค่าของเงินเอง.....ส่วนแฟนแม่ก็จะชอบไป
ซื้อของกับแม่ โดยเดินไปด้วยกันพ่อ - แม่ - ลูก⁴¹

ประเด็นครอบครัวกับศูนย์การค้าของรัตนจักร คือ การพาลูกไปศูนย์การค้าตั้งแต่ยังเด็ก
เพื่อซื้อของ เดินเล่นร่วมกัน พักผ่อน รับประทานอาหาร และเป็นการสร้างความผูกพันให้มากขึ้นของ
ครอบครัว ผ่านการไปศูนย์การค้า ซึ่งเป็นประเด็นร่วมกันกับครอบครัวอื่นๆ

ดังนั้นท่ามกลางสภาวะของสังคมที่แข่งขัน ทำให้พ่อแม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น
และมีเวลาอยู่ร่วมกันในครอบครัวลดลง ศูนย์การค้าจึงเป็นพื้นที่หนึ่งที่หยิบยื่น “ความสัมพันธ์” ใน
ครอบครัวให้มากขึ้น ดังกิจกรรมที่หลากหลายในศูนย์การค้า

กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่าครอบครัวมีความสัมพันธ์กับศูนย์การค้าในทิศทางเดียวกัน
กล่าวคือ ศูนย์การค้าเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายทำให้ครอบครัวสามารถเข้าไป
ใช้บริการในศูนย์การค้าได้อย่างเต็มที่และเกิดผลต่อครอบครัวหลายประการ เช่น ทำให้สมาชิกใน
ครอบครัวมีความสัมพันธ์มากขึ้น โดยศูนย์การค้าได้เป็นหนึ่งในสถานที่ที่ให้สมาชิกในครอบครัว
แสดงความรัก ความอบอุ่น การแลกเปลี่ยนพูดคุย ซึ่งเสริมสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันในครอบครัว
ทำให้สตรีถูกลดภาระในการทำอาหารและการเลี้ยงดูลูก ด้วยการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน
และการพาลูกไปเที่ยวเล่นในบริเวณสวนสนุก นอกจากนี้ทำให้เกิดการสร้างการเรียนรู้ให้แก่ลูก ด้วย
การสอนผ่านสภาพแวดล้อมบรรยากาศของผู้คนในศูนย์การค้า เช่น การสอนเรื่องการแต่งตัว จาก
ตัวอย่างของผู้คนในศูนย์การค้า หรือ การให้ลูกได้เสริมสร้างความรู้ในศูนย์หนังสือและทักษะในสวน
สนุกหรือการเล่นของเล่นในแผนกเด็กก็ตาม ทั้งหมดล้วนแสดงออกถึงความผูกพันที่มีต่อกันใน
ครอบครัวและเกิดขึ้นจากการเข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้าของคนกรุงเทพฯ

5. ศูนย์การค้ากับการใช้เวลาว่างเพื่อสร้างการพักผ่อนหย่อนใจของคนกรุงเทพฯ

วิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ เคยมีการใช้เวลาว่างอยู่ที่บ้านเพื่อพักผ่อน หรืออาจไปออกกำลัง
กายที่ศูนย์ออกกำลังกาย ไปเล่นเครื่องเล่นที่สวนสนุก ไปซื้อของที่ร้านค้าต่าง ๆ หรือห้างสรรพสินค้า
ไปรับประทานอาหารที่ภัตตาคาร ไปดูภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ แต่เมื่อมีศูนย์การค้าครบวงจรมานั้น

⁴¹ รัตนจักร เกิดชูชื่น. อายุ 60 ปี. สัมภาษณ์, 7 ตุลาคม 2550, ณ บ้านพัก ย่านพระราม 2.

ได้ทำให้คนกรุงเทพฯ สามารถทำทุกกิจกรรมนั้นในวันเดียวได้ภายในสถานที่แห่งเดียว ซึ่งทำให้คนกรุงเทพฯ มีวิถีชีวิตที่สะดวกสบายขึ้น ใช้เวลาว่างที่มีอยู่อย่างจำกัดได้คุ้มค่าที่สุดขึ้น ซึ่งเมื่อเกิดการพักผ่อนแบบไม่เร่งรีบหรือเหน็ดเหนื่อย จึงทำให้เกิดความผ่อนคลายและสร้างความสุขให้กับคนกรุงเทพฯ ได้

เมื่อสภาพสังคมเมืองกรุงเทพฯ เต็มไปด้วยบรรยากาศแวดล้อมแห่งความเครียดและความกดดัน ทุกอย่างถูกบีบให้อยู่ภายใต้กรอบแห่งเวลาที่จำกัด เมื่อชีวิตประจำวันถูกล้อมกรอบด้วยตารางเวลาการทำงานตามวิถีชีวิตของคนทำงานในเมือง ทำให้เสรีภาพของคนถูกบั่นทอนและควบคุมด้วย เมื่อเป็นเช่นนี้หากหลุดพ้นจากตารางเวลาการทำงาน จึงเป็นช่วงเวลาที่คนจะแสดงออกซึ่งเสรีภาพและปลดปล่อยความเป็นตัวคนที่แท้จริงออกมา ซึ่งศูนย์การค้าทำให้คนสามารถแสดงออกซึ่งเสรีภาพและปลดปล่อยตัวเองออกมาได้ ดังนั้น ความสุขของคนกรุงเทพฯ ที่เริ่มหายากขึ้น ทำให้ศูนย์การค้ามาตอบสนองความต้องการของคนกรุงเทพฯ ได้

กรณีนี้เห็นได้ชัดจากชีวิตประจำวันของดารุณีที่ผูกติดกับศูนย์การค้าอย่างมาก โดยดารุณีได้ชี้แจงและให้เหตุผลว่า

ศูนย์การค้าเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจสำหรับป้าดาเลยแหละ เวลาที่ทำงานเครียด ๆ เราก็ต้องหาทางรีแลกซ์ คนที่จะสร้างสุขให้กับชีวิตได้ก็ต้องไม่ทำอะไรหนักหนาสาหัสอยู่อย่างเดียว เมื่อเราเป็นคนมุ่งมั่นในการทำงาน สร้างชีวิต สร้างครอบครัว สร้างสังคม อะไรก็ตามในขณะเดียวกันสิ่งแรกที่ต้องคิดถึงคือครอบครัว ว่าเราจะทำยังไงให้ครอบครัวที่เราอยู่มีสภาพจิตใจที่ดี ซึ่งก็ต้องมาจากพ่อบ้าน แม่บ้าน ต้องเป็นคนที่ไม่เครียดจนเกินไป ป้าดาเป็นคนที่มีประมาณ 3 โมงเป็นต้นไปหาได้ตามศูนย์การค้าตั้งแต่ไหนแต่ไรแล้วละ คือ ทำงานประมาณบ่าย 2 โมงครึ่ง แล้วก็นั่งรถออกมาเพราะว่าเป็นคนส่งลูกเอง.....เราก็จะเข้าไปนั่งที่ร้านกาแฟในเซ็นทรัลชิดลม จนถึงเวลาก็แวะออกมารับลูกมาทานอะไร แล้วก็วิ่งลูกเดินเล่น เผื่อลูกอยากจะได้ขนมหรืออยากได้อะไร หรือเราอยากได้อะไรก็ซื้อนิดหน่อย เพราะมันเป็นเวลารอดคิดไม่ควรกลับบ้าน บางทีงานไม่เสร็จก็จะเก็บงานใส่กระเป๋ามานั่งทำที่เซ็นทรัล ชีวิตจะอยู่ตรงนี้ เมื่อก่อนนี้จะหาตัวง่ายมากที่เซ็นทรัลชิดลม ต่อมาก็จะหาตัวง่ายมากที่เอ็มโพเรียม ตอนนั้นก็พาราคอน⁴⁴

⁴⁴ ดารุณี กฤตบุญญาลัย, อายุ 58 ปี, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2550, ณ ห้างสยามพารากอน.

สิ่งสำคัญที่สุดของศูนย์การค้ากับคาร์เนกีคือการพักผ่อนหย่อนใจและคลายเครียด นั่นก็คือการเป็นสถานที่ในการสร้างความสุขให้เกิดแก่คาร์เนกี โดยคาร์เนกีเสนอว่าหากผู้ที่เป็นพ่อบ้าน แม่บ้านมีความสุขแล้วครอบครัวก็มีความสุขตามไปด้วย การพาลูกหลังเลิกเรียนมาที่ศูนย์การค้านั้นก็เพื่อต้องการให้ลูกเกิดการพักผ่อน ผ่อนคลายจากการเรียนทั้งวัน ด้วยการได้เที่ยวเล่น รับประทานอาหาร หรือซื้อของที่จำเป็นต้องใช้หรือต้องการซื้อ เมื่อวิถีชีวิตของคาร์เนกีสามารถผูกติดกับศูนย์การค้าได้ในระยะเวลานานและบ่อยครั้งทำให้คาร์เนกีกล่าวว่าศูนย์การค้าเปรียบเสมือน “บ้าน” หลังที่สองของคาร์เนกี

ศูนย์การค้าเป็นบ้านหลังที่สองของป่าคาละ เพราะมีมุมโปรด อยู่เสมอ และที่สำคัญที่สุดคือเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ คลายเครียด วิถีชีวิตที่ดีที่สุดของป่าคาไม่ใช่ซื้อปิ้งนะคะ แต่เป็นการหาที่พักผ่อนหย่อนใจ แค่มานั่งตรงนี้นะคะ เดียวก็จะมีคนส่งยิ้มให้ ไม่รู้จักกันเป็นการส่วนตัวก็จะมานั่งคุยด้วย ชีวิตนี้ขาดศูนย์การค้าไม่ได้ ไม่มีศูนย์การค้าหงอยเลย.....ป่าคาเป็นคนคิดห่างคะ ยอมรับคะ⁴⁵

จะเห็นได้ว่า ศูนย์การค้าเป็นพื้นที่รองรับ “คนเมือง” กรุงเทพฯ ที่มีวิถีชีวิตผูกติดกับการทำงานและรุดคิด เวลาที่เหลือน้อยลงในชีวิตประจำวัน ศูนย์การค้าจึงทำการตอบสนองให้เวลาน้อยนิดนั้นเป็นเวลาที่มีคุณค่าที่สุดในชีวิต และทำให้สามารถใช้ชีวิตในศูนย์การค้าได้เหมือนบ้านทุกประการจะต่างก็เพียงไม่มีสถานที่ที่สามารถนอนค้างคืนได้ ทำให้คนกรุงเทพฯ บางส่วนกลายเป็น “คนคิดห่าง”

เมื่อศูนย์การค้าเปรียบเสมือน “บ้าน” บ้านไม่ได้เป็นเพียงแค่ที่อยู่อาศัย และมีความหมายมากกว่าที่กันแดดกันฝน เพราะ “บ้าน” ยังได้เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึกสะดวกสบายและความรู้สึกใกล้ชิด ภายในสมาชิกของครอบครัวที่เข้าไปในศูนย์การค้าอีกด้วย

คาร์เนกีชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นต้องมีศูนย์การค้าในกรุงเทพฯ ไว้ว่า

ศูนย์การค้าไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนนะคะ มันก็สร้างความเจริญให้กับบริเวณที่ตั้งอยู่ ถ้าจะว่าไปแล้วถ้าเราจะไปอยู่ให้เหมือนเดิมมันก็เหมือนถอยหลังลงคลอง เพราะโลกเขาไปถึงไหนแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ นี้นะคะ เรียกว่าเป็นหน้าตาของประเทศด้วยซ้ำคนเราเห็นของสวยๆ งามๆ ทั้งการตกแต่งของศูนย์การค้าหรือสินค้าก็

⁴⁵ คาร์เนกี กฤตบุญญาธิช. อายุ 58 ปี. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2550, ณ ห้างสยามพารากอน.

จะต้องอารมณ์ดี คนเราได้นั่งจิบกาแฟ ได้นั่งกินอาหารที่ถูกต้อง มันเกิด
ความผ่อนคลาย เพราะฉะนั้นตรงนี้อ่าว่าแต่ผู้หญิงเลย ผู้ชายก็อารมณ์ดี
...กรุงเทพฯ ไม่ค่อยมีที่เที่ยว สวนสาธารณะทั้งหลายก็มีแต่คนแก่ไปเดิน
ออกกำลังกายกับเด็กหนุ่มสาวไปพลอครึก มันไม่ใช่ภาพน่าดู พ่อแม่ก็
ไม่อยากพาเข้าไป มันไม่มีแหล่งธรรมชาติที่จะให้เด็กๆ ทำกิจกรรมดีๆ
เค้าก็จะต้องพากันมาที่ศูนย์การค้า มันก็เลยกลายเป็นวิถีชีวิตของคน
ต้อง “คิดห้าง”⁴⁶

ดังนั้น ประเด็นสำคัญของศูนย์การค้าที่ดาร์ณีพยายามเสนอให้เห็นคือศูนย์การค้าเป็น
“ภาพแทน” ของความเจริญของเมือง ศูนย์การค้าเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจกับทุกคน โดยเฉพาะ
ครอบครัว และศูนย์การค้าสร้างความสุขให้กับชีวิตคนเมือง

รัตนฉัตร เกิดชูชื่น ได้ถ่ายทอดถึงการเป็นคนคิดห้างของครอบครัวและตนเองไว้ว่า

ตอนนั้นเสาร์ – อาทิตย์ไม่รู้จะไปไหน ก็ไปเที่ยวห้างกันทั้งนั้น
ไม่ว่าคนมีเงินหรือไม่มีเงิน ไปได้ไม่เลือกชั้นวรรณะ มิฐานะหรือว่า
ยากจนก็ไปได้ เราไปที่เดียวก็ได้ครบ เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันไป
แล้ว ไม่ซื้ออะไรก็ขอให้ได้ไปเที่ยว ทั้งแม่กับพ่อคิดห้างตั้งแต่ไหนแต่ไร
อาทิตย์นึงต้องไป 3 – 4 ครั้ง ถ้าชอบใจของมันลดราคาถูก ก็ซื้อ แต่แน่ๆ
ต้องไปซื้อของในซูเปอร์สักรั้งนึง ยาสระผม แปรงสีฟัน สบู่ แป้ง ที่
จะต้องไปซื้อที่ห้างประมาณ 2 – 3 พันบาทต่อเดือน ที่ไปซื้อของที่
ซูเปอร์⁴⁷

เมื่อคนกรุงเทพฯ กลายเป็นคนคิดห้าง เพราะห้างให้ความสุขดังสารที่ “เซฟ” เข้าไปใน
ร่างกาย ทำให้เป็นผู้ที่ขาดห้างไม่ได้ เพราะห้างเปรียบเสมือนทั้งบ้านของตนเอง บ้านของเพื่อน
เติมเต็มให้ชีวิต หรือเป็นความสุขที่หวนกลับไปที่บ้านตัวเองได้ ทำให้มีคำถามตามมาว่าถ้าไม่มี
ศูนย์การค้าจะเป็นเช่นไร ณิชฎกานต์ ทรัพย์ไพศาล ได้ถ่ายทอดไว้ว่า

⁴⁶ ดาร์ณี กฤตบุญญาลัย. อายุ 58 ปี. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2550, ณ ห้างสยามพารากอน.

⁴⁷ รัตนฉัตร เกิดชูชื่น. อายุ 60 ปี. สัมภาษณ์, 7 ตุลาคม 2550, ณ บ้านพัก ย่านพระราม 2.

ตอนนั้นมีเหตุการณ์เซ็นทรัลชิดลมไฟไหม้ เชื่อกันว่า
ครอบครัวที่ซิมไปเลย พี่แอบนำตาซิมแล้วที่บ้านพี่ก็พูดขึ้นมาว่า จะทำ
ยังไงดี ค่อยไปนี่เราจะไปเดินที่ไหน ตรงนี้พี่บอกว่ามีอิทธิพลต่อ
ครอบครัวที่พอพวกเราเห็นว่าห้างที่เราเคยเดินประจำ ไฟไหม้ แบบนี้ก็
ไม่มีห้างที่เราเดินแล้วถูกใจเท่าเซ็นทรัล ชิดลมนะ⁴⁸

จะเห็นได้ว่านอกจากณัฐกานต์แล้ว ทั้งครอบครัวของณัฐกานต์เป็นคนคิดห้าง ด้วยการทำ
กิจกรรมหลากหลายในศูนย์การค้า จนกลายเป็นชีวิตประจำวัน เมื่อกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของ
ชีวิตประจำวันนั้นทำให้เมื่อวันหนึ่งเกิดหยาบไปจึงมีอาการซึมเศร้าเป็นปรากฏการณ์ร่วมกันทั้งบ้านว่า
ต่อไปนี้จะไปไหนดี แสดงให้เห็นชัดเจนว่า การที่ห้างพยายามตอบสนองวิถีชีวิตของคนกลุ่มต่างๆ
จึงเป็นการอุดช่องโหว่ของวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ด้วยการศึกษาค้นคว้าว่าคนกรุงเทพฯ ต้องการอะไร
ศูนย์การค้าเป็นผู้หยิบยื่นให้และพยายามแทรกซึมเข้าไปในชีวิตประจำวัน และเมื่อแทรกได้สำเร็จ
เมื่อใด ผู้ที่ถูกแทรกได้สำเร็จจะเกิดอาการ “เสพยาึด” เมื่อวันหนึ่งสิ่งที่เคยเสพยาึดไม่ได้เสพยาึดแล้ว จึงทำ
ให้เกิดอาการ “คิดถึงห้าง” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าศูนย์การค้าสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของคน
กรุงเทพฯ ได้อย่างชัดเจน

จะเห็นได้ว่า ศูนย์การค้าพยายามค้นหาช่องว่างจากวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ว่ายังขาดสิ่งใด
ประเด็นสำคัญที่ศูนย์การค้าตอบใจให้กับคนกรุงเทพฯ ได้ คือ “ความสุข” ความสุขนั้นเกิดจากการ
ทำได้ใช้เวลาว่างที่มีจำกัด ได้อย่างคุ้มค่าที่สุด ด้วยการพักผ่อนหย่อนใจตามบริเวณต่างๆ ในศูนย์การค้า
การบันเทิง การรับประทานอาหาร การได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกันของครอบครัว ทั้งหมดนี้ทำให้วิถีชีวิต
คนกรุงเทพฯ เปลี่ยนไป โดยมาใช้เวลาว่างในศูนย์การค้ามากขึ้นจนส่วนหนึ่งกลายเป็น “คนคิดห้าง”

จากการศึกษาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าการที่ศูนย์การค้าใช้วิธีการดึงดูดให้คนเข้าไปใช้บริการ
ไม่ว่าจะเป็นด้วยทำเลที่ตั้งที่เข้าถึงได้ง่ายมากขึ้นและมีทั้งใจกลางเมือง ชานเมือง การดึงดูดให้
คนกรุงเทพฯ เกิดการจับจ่ายทั้งการส่งเสริมการขาย การเสนอให้ใช้บัตรเครดิตหรือการจัดแสดง
สินค้า และบรรยากาศให้น่าเดินและจับจ่าย นอกจากนี้ศูนย์การค้ายังได้นำเสนอสินค้าต่างๆ ทั้งสินค้า
และกิจกรรมบริการมากมาย เช่นศูนย์หนังสือ สวนสนุก ทั้งหมดนี้เป็นไปเพื่อตอบสนองความ
ต้องการอันเกิดจากวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ที่เปลี่ยนแปลงไป

ศูนย์การค้าได้กลายเป็นทางออกสำหรับคนกรุงเทพฯ ในแง่ของสถานที่ที่จะไป นั่นคือการ
เป็นเสมือน “แหล่งท่องเที่ยว” หนึ่งที่จะได้ทั้งที่พักผ่อนหย่อนใจ จับจ่ายใช้สอย และรับประทานอาหาร
ซึ่งก็เป็นเพราะคนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ถูกบีบให้เข้าไปอยู่ในตารางการทำงานที่เคร่งครัด

⁴⁸ ณัฐกานต์ ทรัพย์ไพศาล, อายุ 35 ปี, สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน 2550, ณ สยามสแควร์.

วิถีชีวิตต้องแข่งกับเวลา ต้องทำงานเพื่อให้ได้เงินมาหล่อเลี้ยงชีวิตตัวเองและครอบครัว และการไม่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่จะมีบรรยากาศดึงดูดให้คนกรุงเทพฯ เข้าไป

นอกจากนี้ศูนย์การค้าพยายามที่จะเข้าใจในวิถีชีวิตของชนชั้นกลางกรุงเทพฯ ที่มีลักษณะการดำเนินชีวิตเทียบเคียงกับต่างชาติ จากกระแสของโลกาภิวัตน์ที่มีการพัฒนาของระบบการสื่อสารหรือบทบาทของสื่อที่นำวัฒนธรรมของต่างชาติเข้ามาถ่ายทอดให้คนในสังคมกรุงเทพฯ ได้รับรู้การเคลื่อนย้ายของทุนจากต่างชาติและการก่อตั้งบริษัทหรือร้านค้าปลีกข้ามชาตินั้น ทำให้เกิดการนำเอาวัฒนธรรมของคนมาพร้อมๆ กับกระแสทุนนั้นด้วย ซึ่งชนชั้นกลางกรุงเทพฯ ที่มีโอกาสในการสัมผัสกับสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดจึงเริ่มเกิดการซึมซับและนำมาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของตน จึงทำให้ต้องหาสินค้าต่างๆ มาแสดงออกและย้ำในความเป็นตัวตนของชนชั้นกลาง ประกอบกับเวลาของชนชั้นกลางที่ส่วนใหญ่เป็นคนที่ทำงานที่มีตารางเวลาที่ชัดเจนและมีเวลาว่างที่จำกัด ส่งผลต่อกิจกรรมอื่นๆ ในชีวิตประจำวันทีนอกเหนือจากเวลาทำงานและการใช้เวลาอยู่ร่วมกันของสมาชิกในครอบครัว จึงทำให้ต้องการสถานที่ที่ตอบสนองได้อย่างครบวงจร ศูนย์การค้าซึ่งเมื่อทำความเข้าใจดังกล่าวได้จึงนำเสนอรูปแบบต่างๆ ของศูนย์การค้าเพื่อเป็นการดึงดูดคนกรุงเทพฯ ให้เข้ามาใช้บริการและเมื่อสามารถตอบสนองความต้องการของคนกรุงเทพฯ ได้ ศูนย์การค้าจึงเติบโตและทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์การค้ากับคนกรุงเทพฯ มีมากขึ้น

เมื่อคนกรุงเทพฯ เข้าไปใช้บริการในศูนย์การค้านั้นก็สามารถหาสินค้าต่างๆ มาย้ำในความเป็นตัวตนของตนเองให้มากขึ้น และทำให้เกิดการซึมซับและรับรู้จนกลายเป็นสิ่งที่ชนชั้นกลางตระหนักว่าดีและมีคุณค่าต่อการกระทำ นั่นคือศูนย์การค้าได้ส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ โดยเฉพาะชนชั้นกลางซึ่งทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของชนชั้นกลางกรุงเทพฯ มีความชัดเจนและสัมผัสในเชิงรูปธรรมได้ง่ายขึ้น ด้วยเหตุนี้ความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์การค้ากับวิถีชีวิตคนกรุงเทพฯ จึงเป็นความสัมพันธ์ในเชิง “ปฏิสัมพันธ์” ต่อกัน