

วิวัฒนาการห้างสรรพสินค้า

แนวคิดที่ตการสัญจรในกรุงเทพฯ หนาหนาตรงใช้เส้นทางนี้" เป็นส่วนหนึ่ง โดยมีพาหนะเพียงชนิดเดียวคือ เรือ จนกระทั่งได้รับสมญาว่า "เวนิสตะวันออก" จนสมัยนั้นคนกรุงเทพฯ ส่วนหนึ่งอาศัยอยู่ตามริมแม่น้ำเจ้าพระยา การค้าปลีกจึงมีการค้าขายทางเรือ หรือตั้งร้านค้าอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาตลอดทาง ต่อมาเมื่อวิหยาตาศตวรรษเจริญมากขึ้น และมีการใช้พาหนะทางบกมากขึ้น โดยเริ่มเปลี่ยนจากรถม้ามาเป็นรถยนต์ ประเทศไทยก็เริ่มมีการนำยานพาหนะดังกล่าวเข้ามาใช้ เมื่อเริ่มมีพาหนะทางบกก็เริ่มมีการตัดถนน การสัญจรทางบกสะดวกและรวดเร็วกว่า ผู้คนจึงนิยมมากขึ้นตามลำดับ การค้าปลีกซึ่งเคยทำกันทางเรือและตามแม่น้ำเจ้าพระยา ก็เริ่มเปลี่ยนมา เพราะประชาชนเริ่มปลูกบ้านเรือนตามริมถนนที่เกิดขึ้นเรื่อยๆ แต่ละถนนจะมีตรอก ซอย เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้สัญจร

ปี 2325-2397 (สมัยรัชกาลที่ 4-5) ตลาดในกรุงเทพฯ ได้รับการพัฒนาอย่างกว้างขวาง และมีการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ โดยการย้ายตลาดน้ำขึ้นมาก่อสร้างเป็นตลาดบกตามถนนสองฝั่งคลอง อย่างไรก็ตาม จนสมัยนี้ก็มีชาวต่างประเทศ เข้ามาตั้งห้างขายสินค้าที่ส่งเข้ามาจากต่างประเทศนับเป็นสิบๆ ราย นอกจากห้างฝรั่งแล้วยังมีห้างแขก ห้างจีน ห้างญี่ปุ่น รวมทั้งห้างของคนไทยด้วย ผู้ที่จะเข้ามาเปิดหุ้นส่วนหนึ่งจะเป็นผู้มีฐานะดี แต่ห้างจนสมัยนั้น ยังหมายถึงว่าเป็นห้างสรรพสินค้าที่สมบูรณ์อย่างแท้จริงตามความหมายของห้างสรรพสินค้า ที่จะต้องมีสินค้าครบทุกชนิดทุกประเภทไว้คอยบริการ

ห้างดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นตึกแถวที่อยู่ขนานเดียวกัน จำหน่ายสินค้าหลายประเภท หากเลที่ตั้งของกิจการค้าแบบนี้ อยู่ขนานมาหัด สภาเมืองและบางลำภู

ปี 2495 มอด้่าจีนได้ประยุกต์แนวความคิดตามแบบฝรั่ง โดยพัฒนาระบบการค้าเป็นงานแบบห้างสรรพสินค้าขึ้นบนบริเวณย่านเยาวราช ขายสินค้าประเภทต่างๆ ซึ่งส่วนหนึ่งส่งสินค้ามาจากต่างประเทศ ทั้งอเมริกาและญี่ปุ่น โดยลักษณะสินค้าเป็นพวกเครื่องประดับ เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าและของใช้ในชีวิตประจำวัน ห้างสรรพสินค้าในระยะนั้น ได้แก่ ห้างเจ็ดฟ้า และห้างแมงตา

ส่วนห้างสรรพสินค้าที่น่าจะถือได้ว่า มีการดำเนินกิจการที่สมบูรณ์อย่างแท้จริงจน

ประเทศไทย เพิ่งเกิดขึ้นประมาณ 20 กว่าปีนี่เองนั่นคือ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล
ที่วังบูรพา ในปี 2500 แต่ก็เป็นที่ที่ยังไม่มีแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต

ปี 2507 เป็นปีที่ฮือฮามากจนวงการห้างสรรพสินค้า เนื่องจากได้ถือกำเนิดห้าง
สรรพสินค้าที่ป็นขึ้นเป็นแห่งแรกในประเทศไทย คือ ห้างไทยเดมารู ที่ศูนย์การค้า
ราชประสงค์ ขยายสินค้าที่ป็นและต่างประเทศ เป็นที่นิยมแพร่หลายจนหมดผู้ริเริ่ม

ปี 2510 ห้างสรรพสินค้าที่สมบูรณ์แบบที่สุดจนเมืองไทยก็ว่าได้กำเนิดขึ้นที่ถนนสีลม
คือ การขยายสาขาของห้างเซ็นทรัล ซึ่งได้เปิดครบวงจรห้างสรรพสินค้าแห่งแรก คือ
มีแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต สถานที่แห่งเดียวที่รวม เป็นที่ด้วยเครื่องปรับอากาศห้อง
อาคาร ที่จอดรถกว้างขวาง พร้อมฝรั่งด้วยสินค้านานาชนิด ทั้งที่ผลิตในประเทศไทย
เอง และที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศไว้คอยบริการแก่ลูกค้าทุกระดับชั้น ซึ่งจัดได้ว่า เป็น
ห้างสรรพสินค้าแบบ ONE-STOP SHOPPING อย่างแท้จริง คือ มีสินค้าและบริการครบถ้วน
ทุกประเภทที่แวะครั้งเดียว ชื่อของห้างได้ครบทุกอย่าง แต่อย่างแรกก็ดี จนสมัยนั้นก็ยังมีผู้
นิยมชื่อเก่าเดโม เพราะคนไทยยังคงชินกับการจับจ่ายสินค้าอาหารสดจนเวลาต่อมา

ปี 2512 ห้างสรรพสินค้า เริ่มมีการพัฒนารูปแบบอีกขั้นหนึ่ง โดยสร้างเป็นศูนย์
การค้าอาคารหลังเดียว กล่าวคือ มีการรวมร้านค้าปลีกเป็นห้างสรรพสินค้า และรวม
โรงภาพยนตร์ในอาคารเดียวกัน คือ ศูนย์การค้าอินทรา ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า
อินทราและโรงภาพยนตร์อินทรา

ปี 2515 ห้างสรรพสินค้าไทยเดมารู ได้ย้ายฝั่งข้ามมาเปิดที่ศูนย์การค้าราชดำริ
อาเขตที่ราชดำริ เพราะบริเวณราชประสงค์เริ่มคับแคบ ศูนย์การค้ามีปุ๊และร้านค้าย่อย
ประมาณร้อยกว่าร้าน จัดเป็นศูนย์การค้าที่สมบูรณ์แบบ และได้เปรียบห้างสรรพสินค้าอื่นคือ
มีทำเลที่ดี

ปี 2517 ห้างเซ็นทรัลขยายสาขาแห่งที่ 3 ที่ชิดลม

ปี 2521 เกิดห้างสรรพสินค้าบางลำภู

ปี 2522 เกิดห้างสรรพสินค้าสาทร 2 แห่งคือ ห้างเรบินสัน ที่อนุสาวรีย์ชัย
สมรภูมิ และห้างเดอะมอลล์ที่ราชดำริ

ปี 2523 ยุคห้างสรรพสินค้าเริ่มต้นตัว เกิดห้างดาเธย์ ดีพาร์ตเมนต์สโตร์ ที่
เยาวราช และการขยายตัวของห้างเซ็นทรัลสาขาที่ 4 ที่ลาดหญ้า

ปี 2525 ยุคธุรกิจห้างสรรพสินค้าได้รับความนิยมสูงสุด มีห้างสรรพสินค้าที่เปิดขึ้นใหม่ และห้างสรรพสินค้าที่ประสบความสำเร็วจึงขยายสาขาแห่งใหม่คือ ห้างเจริญสิน สาขาราชธานี จนกระทั่งบริเวรราชธานีเป็นบริเวรที่มีห้างสรรพสินค้ามากที่สุด

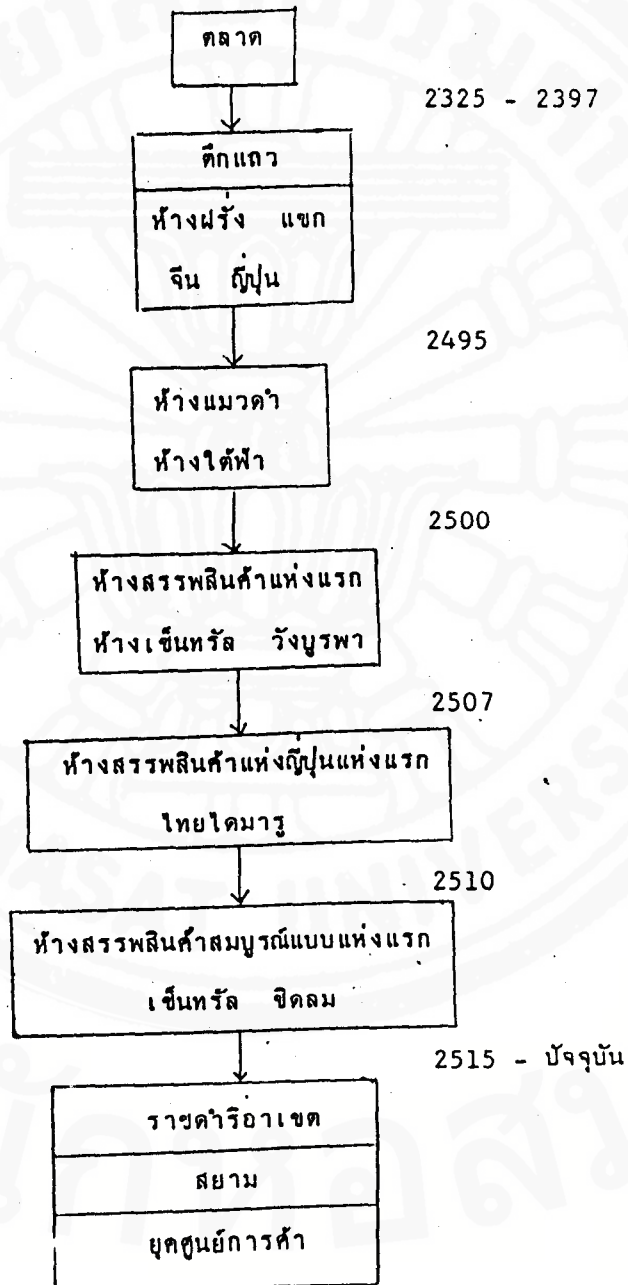
ปี 2526 ห้างสรรพสินค้าเริ่มขยายตัวออกไปตามชานเมืองมากขึ้น โดยมีห้างเดอะมอลล์ คีพาร์ตเมนต์สโตร์ ขยายตัวออกมาถึงบริเวรหัวหมาก จนกระทั่งห้างเซ็นทรัลนครเขตรวิเวรลาดพร้าวเป็นสาขาที่ 5

ปี 2527 เป็นปีที่ธุรกิจห้างสรรพสินค้ารุ่งเรืองสูงสุด และเป็นช่วงระยะเวลาที่มีศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าเกิดขึ้นมากมายตั้งแต่ ห้างบิ๊กเบสส์ เอกซ์เซล นิวเวสต์ เซชโก้ เซรียสิน สาขาสีลม และห้างซีดีพลาซ่า

ปี 2528 เกิดห้างสรรพสินค้าชื่อดังพร้อมกับศูนย์การค้าที่ใหญ่และทันสมัยที่สุดคือ ศูนย์การค้ามาบุญครองเซ็นเตอร์ และห้างสรรพสินค้าย่านหัวหมากอีก 1 แห่งคือ ห้างสรรพสินค้าเวลโก้

ปี 2531 ยุคของห้างสรรพสินค้าที่มีบทบาทสูงต่อวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของคนกรุงเทพฯ ทำให้เกิดภาวะการตื่นตัวและแข่งขันกันอย่างรุนแรง แต่อย่างไรก็ตามห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลก็จะเปิดเป็นสาขาที่ 6 ย่านหัวหมาก ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าแห่งที่ 3 ย่านนี้ประกอบด้วยเจ้าถิ่นคือห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์และเวลโก้ อย่างงมแกร่งจริง ศึกการแข่งขันธุรกิจห้างสรรพสินค้าให้เข้มข้นขึ้นไปอีก

แผนภูมิที่ 1 แสดงประวัติและวิวัฒนาการห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในไทย



ความหมายของห้างสรรพสินค้า

THEODORE N. BECHMAN AND WILLIAM R. ได้ให้คำนิยามถึงห้างสรรพสินค้าว่า

DEPARTMENT STORE are retail organizations which carry several lines of merchandise such as women's ready to wear and accessories, men's and children's clothing, piece goods, small wares and home furnishings and which are organized into separate departments for the purpose of promotion, service, accounting and control.

ห้างสรรพสินค้า คือ ห้างค้าปลีกชนิดหนึ่ง ซึ่งทำการขายสรรพสินค้าต่าง ๆ มากมายหลายชนิด เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป สุกุภัณฑ์และเด็ก สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป ของประดับเครื่องใช้และเครื่องประดับบ้านชนิดต่าง ๆ ซึ่งบรรดาสินค้าเหล่านี้ได้แบ่งแยกการขายออกเป็นแผนกต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ด้านการส่งเสริมการขายและการให้บริการ การควบคุมทางด้านสินค้าคงคลังและบัญชี

ศาสตราจารย์ ชัยสนธิ ได้กล่าวว่าห้างสรรพสินค้าคือ ร้านค้าปลีกที่มีลักษณะการแบ่งสินค้าออกเป็นแผนก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อกำหนดประเภทของสินค้าและการบริการลูกค้า การส่งเสริมการขาย การควบคุมทางด้านบัญชีและการเงิน การบริหารบุคคล ดังนั้นห้างสรรพสินค้าจึงมีลักษณะเหมือนกับการรวบรวมเอาร้านค้าปลีกสินค้าเฉพาะอย่าง มาอยู่ภายใต้ร้านค้านี้เดียวกัน

จากการเกิดขึ้นของห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ มากมายในช่วงหลายปีที่ผ่านมา
เอง จะเห็นได้ว่าห้างสรรพสินค้าเข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตประจำวันของคน
ในกรุงเทพฯ เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เป็นผลประโยชน์และผลเสีย ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2
ประเด็นใหญ่ ๆ คือ - ประโยชน์และผลเสียทางตรงต่อผู้บริโภค
- ประโยชน์และผลเสียที่เกิดต่อสังคมโดยรวม

1201

ประโยชน์ทางตรงต่อผู้บริโภค

1. ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าจากราคายืดหยุ่น เนื่องจากแต่ละห้าง
สรรพสินค้าจะมีตัวสินค้าที่เลือกมากมาย ผู้บริโภคจึงสามารถเปรียบเทียบ
ได้ว่าตัวใดดีหรือไม่อย่างไร ทั้งด้านราคาและคุณภาพ
2. ภาครัฐจะได้รับผลประโยชน์พิเศษต่าง ๆ ในการซื้อหาสินค้ามากกว่า
ร้านค้าปลีกธรรมดาทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ธุรกิจห้างสรรพสินค้า
มีการแข่งขันสูง และมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลด
แลก แจก แถม เพื่อสมนาคุณพิเศษมอบกับผู้บริโภค
3. เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ให้ความเพลิดเพลินกับผู้บริโภคทั่วไปทั้งที่มา
เลือกซื้อสินค้า และ ชมสินค้า ภายในอาคารปรับอากาศและการจัดสถานที่
ที่บรรยากาศที่งดงาม
4. ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ ที่ต้องการได้ภายใน
ห้างสรรพสินค้า ซึ่งปัจจุบันห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นห้างสรรพสินค้า
ประเภท ONE-STOP SHOPPING คือมาที่เดียวสามารถซื้อสินค้าต่างได้
ครบทุกอย่าง ซึ่งทำให้ลูกค้าสะดวกสบายและประหยัดเวลา

ผลเสียทางตรงต่อผู้ประกอบการ

1. ผู้บริโภคเคยชินกับความไม่แน่นอน จากการเลือกซื้อสินค้าปลอมเลียนแบบต่าง สรรพสินค้าทั้งสินค้าจากห้างฯ และต่างประเทศ ซึ่งมีราคาแพงและวางจำหน่ายอย่างมากมาย ชวนให้เลือกซื้อหาด้วยคิดว่าถ้าการซื้อสินค้าแบบนี้จะหาให้ได้เป็นคนมีรสนิยมที่ดี อีกทั้งการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมากจะส่งผลกระทบต่อเสียดุลการค้าอีกด้วย
2. ผู้บริโภคใช้จ่ายกับสินค้าที่ไม่ได้ตั้งใจซื้อที่ไม่จำเป็น โดยเฉพาะสินค้าประเภท IMPLAUSIVE GOODS ซึ่งมีวางจำหน่ายมากมายตามห้างสรรพสินค้า อย่างมากมายจนปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่บริเวณจุดจำหน่ายเงินทางออกแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต

ประโยชน์ที่เกิดต่อสังคมโดยรวม

1. ช่วยแก้ปัญหายืดรายการว่างงานของประชากรได้ เพราะเมื่อเกิดการเปิดห้างสรรพสินค้าขึ้น ย่อมหมายถึงการเพิ่มของแรงงานจำนวนมาก สำหรับการตรวจเป็นงานในห้างสรรพสินค้านั้น
2. เป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ วิทยาการ ลดช่องว่างระหว่างหน่วยงานต่างๆ กับประชาชน โดยการอาศัยห้างสรรพสินค้าจัดนิทรรศการต่าง ๆ ดังที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน
3. บางครั้งก็สามารถแบ่งเบาภาระการจราจรติดขัดได้ โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้าที่เปิดบริการแถบชานเมือง ผู้บริโภคไม่ต้องเดินทางไปแออัดในตัวเมือง หากให้การจราจรติดขัดไม่คล่องตัว

Con

ผลเสียที่เกิดต่อสังคมโดยรวม

1. ส่วนใหญ่ห้างสรรพสินค้าจะตั้งอยู่ในบริเวณใจกลางเมือง ย่านช้อปปิ้งที่เกิดปัญหาการจราจรติดขัดตามมา ถนนช่วงที่มีผู้บริโภครถยนต์หลงเหลือเข้ามาใช้บริการของห้างสรรพสินค้า โดยเฉพาะในเวลาเย็นและวันหยุดราชการ
2. การซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า โดยเฉพาะแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งส่วนใหญ่จะแข่งขันกันในด้านราคา ห้างที่มีผู้บริโภคได้รับส่วนลดพิเศษมากกว่าซื้อจากร้านค้าปลีก เนื่องจากห้างสรรพสินค้ามีกำลังเงินการต่อรองสูง ซื้อที่ละมาก ๆ โดยตรงจากผู้ผลิต ซึ่งสามารถนำมาจำหน่ายในราคาถูก เป็นเหตุให้ร้านค้าปลีกขายได้ไม่ค่อยดี การค้าขายเชากว่าจนอดีต ระบบการค้าปลีกตามสี่กแควบางแห่งจึงปิดกิจการลง และมีจำนวนลดลงกว่าเดิมมาก
3. ถ้าหากห้างสรรพสินค้า ซึ่งเปิดกันมากมายราวกับดอกเห็ด และมีการแข่งขันกันอย่างดุเดือดรุนแรงมาก อาจทำให้ห้างสรรพสินค้าที่มีการบริหารงานและการแข่งขันที่ไม่ดีเท่าควร ต้องล้มเลิกกิจการไปใน จะส่งผลกระทบต่ออย่างแน่นอนต่อระบบเศรษฐกิจ ตลาด เพราะธุรกิจประเภทนี้มีการลงทุนค่อนข้างสูง

effect

ผลกระทบของธุรกิจห้างสรรพสินค้าต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม

จากการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจห้างสรรพสินค้าในประเทศไทยปี 2527 เรื่อยมาขึ้น ทำให้เป็นที่น่าจับตามองอย่างยิ่งว่าการแข่งขันของธุรกิจที่ต้องอาศัยการลงทุน เป็นเงินจำนวนมากหลายร้อยหรือพันล้านบาทนั้น น่าจะมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างไรบ้าง ดังจะสามารถแบ่งออกเป็นประเด็นใหญ่ๆได้ดังนี้

1. ก่อให้เกิดปัจจัยเงินการลงทุน แม้จะเป็นห้างสรรพสินค้าต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ก็จะต้องดำเนินการตามกฎหมายที่กล่าวถึงผู้มาลงทุนในประเทศไทยว่า จะต้องถือหุ้นร่วมกับชาวไทย ซึ่งนับว่าเป็นการสนับสนุนการลงทุนในประเทศไทย

2. เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายย่อยได้มีโอกาสเข้ามาค้าขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง ทำให้ต้นทุนสินค้าลดลง สินค้าก็ราคาถูกลงด้วย

3. เกิดการแข่งขันกันจนระหว่างผู้ผลิต เมื่อต้องวางสินค้าแต่ละชนิดรวมกัน โดยไม่มีพนักงานขายบอกคุณภาพ สินค้าแต่ละชนิดจึงต้อง PRESENT ตัวเองให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ หากให้ผู้ผลิตสินค้าต่างๆต้องแข่งขันกันผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์

4. เกิดการลงทุนในหมู่ผู้ผลิต เมื่อสินค้าของตนมีการวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ ย่อมทำให้ยอดการจำหน่ายเพิ่มขึ้น อันจะเป็นการส่งผลให้เกิดการเพิ่มปัจจัยการผลิตมากขึ้นตามด้วย

ชื่อศูนย์การค้า	ชื่อห้างสรรพสินค้า	Target Group	Shopping Mall Fast	โรงภาพยนตร์	สำนักงาน Concert	ศูนย์อาหาร	โรงแรม Promotion
Central Plaza	Central Dept.	15-45 A-C	X	X	X	X	X
ราชดำริอาเขต	Thai Daimura	15-35 A-C+	X	X	-	-	-
โรบินสัน	โรบินสัน		-	X	X	X	-
The Mall	The Mall	15-30 B-C+	X	-	X	X	-
เอ็มวีทรีพลาซ่า	SOGO	25-45 A-B	-	X	-	-	-
มาบุญครองเซ็นเตอร์	TOKYO	15-45 A-C+	X	-	-	-	-
พันธุ์ทิพย์พลาซ่า	เอ็กเซลส์	15-35 B-C	X	X	X	X	-
	City	15-35 B-C	-	X	-	-	-
สยาม	-		X	-	-	-	-
	BigBell	15-35 B-C	-	X	-	-	-
	Imperial	15-35 B-C	-	X	-	-	-
	เฉพาะเขตชุมชนใกล้เคียง		-	-	-	-	-
	บางลำภูสรรพสินค้า	15-45 B-D	-	-	-	-	X
	บางโพ		-	-	-	-	-
	บางลำภู	15-35 B-D	-	-	-	-	-
	บางลำภู	15-35 B-D	X	-	-	-	-
	วังบูรพา	15-35 B-C	-	-	-	X	-
	สะพานควาย		-	-	-	-	-
	พระโขนง	15-35 B-C	-	-	-	X	-
	เขาวราช	15-35 B-C	-	-	-	X	-
	วงเวียนใหญ่		-	-	-	-	-
	อินทรา	15-45 B-C	X	X	X	X	X
	ปิ่นเกล้า		-	-	-	-	-
	รามคำแหง	15-45 B-C	-	X	-	X	-
	พระโขนง	15-35 B-C	-	-	-	X	-
	ศรีบ้าน		-	-	-	-	-
	เพชรบุรีตัดใหม่	15-36 B-C	-	-	-	-	-
	วปอ		-	-	-	-	-

หน้าห้าง
วังบูรพา (2)
สยาม, ซิดลม
ลาดหญ้า, ลาดพร้าว
ราชดำริ
พระโขนง
อนุสาวรีย์ชัย
ราชดำริ, สยาม
ราชดำริ
รามคำแหง
ราชประสงค์
สยามสแควร์
ประตูน้ำ
ประตูน้ำ
สยามสแควร์
เพลินจิต
นนทบุรี, ลาดพร้าว
สมุทรปราการ
บางลำภู
บางโพ
บางลำภู
บางลำภู
วังบูรพา
สะพานควาย
พระโขนง
เขาวราช
วงเวียนใหญ่
อินทรา
ปิ่นเกล้า
รามคำแหง
พระโขนง
ศรีบ้าน
เพชรบุรีตัดใหม่
วปอ