

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การบริโภคสินค้าเงินผ่อนและการโต้ตอบของผู้บริโภคสินค้า
ในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท จังหวัดลำพูน

ชื่อผู้เขียน นางสาวลัดดา ประสพสมบัติ

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาลังคม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร.สิทธิรัฐ ประพุทธินิติสาร ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร.อานันท์ กาญจนพันธ์ กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จามะรี เชียงทอง กรรมการ

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาที่พยายามทำความเข้าใจ "การบริโภคสินค้าในระบบสินเชื่อแบบผ่อนส่ง" ของชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท จังหวัดลำพูน จากปรากฏการณ์ที่มีการขยายตัวของทุนนิยมในปัจจุบันและการสร้างกำลังซื้อล่วงหน้าให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค โดยใช้แนวคิดที่เกี่ยวกับการพัฒนาการผลิตสินค้าจำนวนมากที่ดำเนินควบคู่ไปกับการขยายตัวของกลไกการตลาดและการส่งเสริมการตลาด การกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค การสร้างกลไกส่งเสริมการบริโภคสินค้าตลอดจนถึงการอธิบายอิทธิพลของการบริโภคนิยม การเป็นหนี้ การโต้ตอบ การปรับตัวของผู้บริโภค

งานศึกษาชิ้นนี้ได้เลือกพื้นที่ชุมชนในจังหวัดลำพูนที่เป็นชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทเป็นพื้นที่ศึกษา และเก็บข้อมูลเชิงลึกกับครอบครัวผู้บริโภคสินค้าในระบบเงินผ่อน 13 ตัวอย่าง จากการศึกษาพบว่า มีการขยายตัวของทุนนิยมที่ผลิตสินค้าจำนวนมาก จากศูนย์กลางสู่ภูมิภาคและสู่พื้นที่ชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทอย่างชัดเจน ระบบทุนนิยมประเภทนี้ได้ใช้การโฆษณาของกลุ่มทุนได้สร้างให้เกิดความต้องการในการบริโภคสินค้า โดยกลุ่มทุนจะสร้างสัญญาณให้กับสินค้าผ่านการโฆษณา โดยเฉพาะการโฆษณาทางโทรทัศน์ บริษัทขายสินค้าขนาดใหญ่ในเชียงใหม่ได้มีการขยายร้านค้าตัวแทนไปยังชุมชนต่างๆทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน โดยให้คนในชุมชนเป็นเจ้าของแต่ก็ต้องขึ้นตรงกับบริษัทในเชียงใหม่ ในแง่นี้อาจถือวาระบบทุนนิยมได้พัฒนาให้เกิดความต้องการที่ตามมาสนองต่อการผลิตสินค้าจำนวนมาก

ในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงที่เลื้อยต่อการบริโภคสมัยใหม่แบบคนในเมืองมากขึ้น กล่าวคือมีการคมนาคมที่สะดวก มีการใช้ไฟฟ้า มีการเปลี่ยนแปลงอาชีพที่หลากหลายมากขึ้น ส่วนมากเป็นอาชีพนอกภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม ชาวบ้านเริ่มมีการซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า จำพวกโทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องเสียงเพื่ออำนวยความสะดวกและเพื่อความบันเทิงในบ้าน คนในชุมชนมีความต้องการบริโภคโดยผ่านกลไกที่หลากหลาย เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การเข้าถึงแหล่งสินค้าและความทันสมัยในเมือง และที่สำคัญคือ การเลียนแบบ

คนในชุมชนมีวิถีการบริโภคแบบคนในเมืองมากขึ้น ทุกคนต้องการบริโภค ต้องการสนองต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบใหม่แต่จำกัดด้วยกำลังซื้อซึ่งมีความสัมพันธ์กับฐานะ อาชีพ รายได้และการเข้าถึง ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงวิเคราะห์กลุ่มคนที่มีความแตกต่างด้านฐานะ อาชีพ รายได้ กับสินค้า 3 ประเภทพบว่า กลุ่มคนที่มีฐานะรวยจะบริโภคสินค้าเชิงสัญลักษณ์ กลุ่มที่มีฐานะปานกลางจะบริโภคสินค้าที่เป็นทั้งอรรถประโยชน์และสัญลักษณ์ ในขณะที่กลุ่มคนจนบริโภคสินค้าโดยคำนึงอรรถประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้ามากกว่าที่จะเป็นการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

ทุกคนที่ได้เข้าสู่ระบบสินเชื่อต่างต้องแบกรับภาระหนี้สินที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดแรงกดดันขึ้น ส่งผลให้มีการปรับตัวที่แตกต่างกัน กลุ่มคนที่ไม่มีความเลือกจะปรับตัวโดยการบีบคั้นให้มีส่วนเกินจากแรงงานของตนเอง คนกลุ่มนี้ต้องทำงานให้หนักขึ้นเพื่อที่จะทำให้มีรายได้มากขึ้น ส่วนกลุ่มที่มีทางเลือกจะปรับตัวโดยใช้ความสัมพันธ์ทางสังคมหลายมิติซ้อนกันคือ ช่องทางด้านการตลาด เช่น การค้าขาย หรือการหาช่องทางด้านธุรกิจ ได้แก่ การเล่นแชร์ การเล่นหวยใต้ดิน รวมทั้งการใช้เงินกู้จาก ธ.ก.ส.มาชำระค่าสินค้า จากการศึกษาพบว่าผู้ที่เข้าสู่ระบบสินเชื่อจะมีการต่อรองใน 2 รูปแบบคือ 1. การต่อรองที่เกิดขึ้นก่อนการซื้อสินค้า เช่น การรวมกลุ่มกันซื้อสินค้าและให้ทางร้านยกเว้นค่าเงินดาวน์ให้ 2. การต่อรองที่เกิดขึ้นหลังการซื้อสินค้า เช่น การขอเลื่อนการผ่อนชำระ

Thesis Title	Installment Credit Goods Consumption and Response of Consumers of a Lamphun Semi-Urban-Rural Community	
Author	Miss Ladda Prasopsombat	
M.A.	Social Development	
Examining Committee	Lecturer Dr. Sidthinat Prabudhanitisam	Chairman
	Lecturer Dr. Anan Ganjanapan	Member
	Assistant Prof. Dr. Jamaree Chiengthong	Member

ABSTRACT

This thesis is an attempt to understand the expansion of installment credit system and the response of consumers of a semi-urban-rural community in Lamphun province under the advancement of capitalist society. The study applies such concepts as mass production which is conducive to the market mechanisms and sale promotion, the distribution of electronic appliance goods consumption, the impact of consumerism, the debt accumulation, and the reaction and adaptation of consumers, all under new form of capitalist consumerism.

The fieldwork of this study was conducted in a community of semi-urban-rural community in Lumphun province. Thirteen households were selected and studied by means of an in depth interview. The study found that the mass production of capitalist market system has been expanded from the central and penetrated to the regional area. The advertisement was used as a means to stimulate exclusive or pseudo demands of consumers by signifying the symbol of products, especially through television advertisements. The dealers of mass production capitalist have many sub-branches both in Chiang Mai and Lamphun. They also established representatives in villages as a strategy to reach out to semi-urban-rural consumers.

The villagers have changed their way of consumption to the modern one. Everyone consumes fashionable products to imitate the city people. Due to the convenient means of transportation, the introduction of electricity and occupation differentiation, villagers turn more toward non-agricultural, and industrial employment, which allow them more opportunity to acquire a number of new consumer products. Advertisement and sale promotions have great influence on semi-urban-rural consumers for unlimited way of modern life.

Types of consumption are closely related to the level of income. These semi-urban-rural consumers can be divided into 3 groups. The first group who are mostly unskilled waged laborers tend to consume goods for an utilitarian purpose. While the second group who are monthly income earners opt to for both utilitarian and symbolic purposes. The third group who enjoy higher income from their business tend to consume "sign" of products to exemplify they modern consumers life. With higher income, these two latter groups have more purchasing power than the first one.

All consumers of electronic appliances are engaged in an installment credit of one type or another. This type of consumption put more pressure on their accumulating debt. They appear to adjust and adapt themselves for survival as well as further consumption. Those low income people with limited earning alternatives have to work longer hours, squeezing their labor, as only available resources, Those middle income people with some alternatives tend to mobilize diversified means, being social relationships of formal and informal nature. They include, direct selling, "share" - exchange borrowing group, illegal lottery, and reallocation of funds and interests from "BAAC". This study also found that these consumers have minimal means of response to the whole system. Among them include the negotiate before purchasing, for down payment and interest deduction through group buying. Another, the negotiation through the use of after purchasing, social ties with the dealers for postponement of payment in certain installment schedules.