

## บทที่ 2

### ทฤษฎี และ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเช่าแบบลิสซิ่ง

##### 2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการให้เช่าสินทรัพย์

ลิสซิ่งคืออะไร ในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายกำหนดคำนิยามของคำว่าลิสซิ่งอย่างเป็นทางการ ตลอดจนยังไม่มีกฎหมายใด ๆ ที่กล่าวถึงธุรกิจลิสซิ่ง โดยเฉพาะยกเว้น ข้อความที่ปรากฏระบุไว้ในเอกสารหลักฐานดังนี้

1. ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งแม้ว่าจะไม่ได้นิยามของการให้เช่าสินทรัพย์แบบลิสซิ่งไว้ แต่เนื่องจากการให้เช่าสินทรัพย์แบบลิสซิ่งมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเข้าตาม องค์ประกอบของมาตรา 573 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (การให้เช่าทรัพย์) ในทางปฏิบัติจึงยึดเอาหลักกฎหมายดังกล่าวมาบังคับและได้ประยุกต์โดยพิจารณารวมถึงการตีความกฎหมายตามประมวลรัษฎากรด้วย

2. ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยลงวันที่ 6 ธันวาคม 2534 ซึ่งกำหนดเงื่อนไขในการอนุญาตให้ความหมายของการเช่าสินทรัพย์แบบลิสซิ่งไว้ว่าเป็น“การให้เช่าทรัพย์สินที่ผู้ให้เช่าจัดหาจากผู้ผลิตหรือจำหน่ายหรือทรัพย์สินซึ่งยึดได้จากผู้เช่ารายอื่น เพื่อให้ผู้เช่าได้ใช้ประโยชน์ในกิจการอุตสาหกรรม เกษตรกรรม พาณิชยกรรม หรือกิจการบริการอย่างอื่น เป็นการค้าปกติ โดยผู้เช่ามีหน้าที่ต้องบำรุงรักษาและซ่อมแซมทรัพย์สินที่เช่า ทั้งนี้ผู้เช่าจะบอกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดเพียงฝ่ายเดียวไม่ได้ แต่ ผู้เช่ามีสิทธิที่จะซื้อหรือเช่าทรัพย์สินนั้นต่อไปในราคาหรือค่าเช่าที่ได้ตกลงกัน”

3. คำสั่งกรมสรรพากรที่ ทป. 34/2534 ซึ่งออกตามมาตรา 3 เตรส แห่งประมวลรัษฎากรกำหนดให้ยกเว้นการเก็บภาษีหัก ณ ที่จ่าย สำหรับค่าเช่าที่ผู้ประกอบการลิสซิ่งได้รับ และให้นิยามของการเช่าสินทรัพย์แบบลิสซิ่งว่า“การให้เช่าทรัพย์สินที่เป็น ไปตามหลักเกณฑ์

ต่อไปนี้<sup>1</sup>

3.1 ผู้ให้เช่าเป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนที่ได้รับชำระแล้ว ไม่ต่ำกว่า 60 ล้านบาทและเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มซึ่งต้อง เสียภาษีมูลค่าเพิ่มตามมาตรา 82/3 แห่งประมวลรัษฎากร

3.2 ผู้เช่าเป็นนิติบุคคล

3.3 กำหนดเวลาเช่าต้องมีระยะเวลาตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป เว้นแต่สินทรัพย์ที่ให้เช่าเป็นสิน ทรัพย์ที่ผู้ให้เช่ายึดมาจากผู้เช่ารายอื่น ระยะเวลาการเช่าอาจไม่ถึง 3 ปีก็ได้

จากประกาศและคำสั่งข้างต้น ยังเป็นคำจำกัดความในวงแคบและไม่ได้ให้รายละเอียด ของธุรกิจลิสซิ่งอย่างชัดเจน แต่พอสรุปได้ว่าลักษณะของลิสซิ่งเป็นสัญญาเช่าสินทรัพย์ ประเภททุนระหว่าง ผู้ให้เช่า (Lessor) กับผู้เช่า (Lessee) โดยผู้ให้เช่าจะเป็นผู้ให้คำแนะนำแก่ผู้ เช่าในการเลือกซื้อสินทรัพย์ตามความต้องการของผู้เช่าและไม่มีการส่งซื้อสินทรัพย์ที่ให้เช่า ล่วงหน้าไว้ก่อน ผู้เช่าจะสามารถใช้และครอบครองสินทรัพย์นั้น โดยการชำระค่าเช่า ตามระยะ เวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา ซึ่งอาจจะมีจำนวนเท่ากันทุกงวดหรือไม่เท่ากันทุกงวดก็ได้ ค่าเช่า จะเป็นตัวเงินที่กำหนดไว้แน่นอนตลอดอายุสัญญาเช่าและไม่เปลี่ยนแปลงตามอัตราดอกเบี้ย ในตลาดเงิน ยกเว้นผู้เช่าจะตกลงกันเป็นอย่างอื่น โดยทั่วไประยะเวลาเช่าอยู่ระหว่าง 3-5 ปี ใน กรณีที่ผู้เช่าได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ผู้เช่าจะต้องเป็นผู้นำเงินสดเข้ามา เพื่อรับ สิทธิทางด้านภาษีและยื่นขออนุมัติต่อ BOI เพื่อทำสัญญาเช่าระยะยาวการคำนวณค่าเช่าโดย ส่วนใหญ่จะใช้วิธีลดต้นลดดอก (Declining Method) นอกจากนี้โดยทั่วไปผู้ให้เช่ามักจะเรียก เก็บเงินมัดจำจากการเช่าจากผู้เช่าจำนวนหนึ่งในวันทำสัญญา เพื่อเป็นหลักประกันและจะคืน ให้เมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่าซึ่งเมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่า ผู้เช่าจะมีทางเลือกดังนี้

1.1 ซื้อทรัพย์สินนั้นมาเป็นกรรมสิทธิ์ของตนในราคาที่ได้ตกลงกันไว้

1.2 ต่ออายุสัญญาไปอีกระยะเวลาหนึ่งตราบเท่าที่สินทรัพย์ยังคงสามารถใช้งานได้

1.3 นำสินทรัพย์มาคืนผู้ให้เช่าในสภาพที่สามารถใช้งานได้ตามปกติ<sup>2</sup>

1. อนึ่งบทนิยามของลิสซิ่งตาม ทบ.34/2534 ใช้บังคับเฉพาะเรื่องการหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่ายเท่านั้นและมีได้มี ผลบังคับถึงกรณีภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีเงินได้นิติบุคคลแต่อย่างใด

2 ปัจจุบันทางเลือก 1.3 ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในประเทศไทย เนื่องจากยังไม่มีตลาดรองรับสำหรับสินค้าที่ใช้แล้ว ผู้เช่าจึงมีทางเลือก 2 ประการเท่านั้น แต่ในต่างประเทศสามารถทำได้ทั้ง 3 ทางเลือก

ในส่วนของประเทศสินทรัพย์ที่ให้เช่าแบบลิสซิ่งนั้น ต้องเป็นสินทรัพย์ซึ่งผู้ให้เช่าซื้อ มาเพื่อการให้เช่าแบบลิสซิ่งแก่ผู้เช่าโดยเฉพาะและต้องไม่เป็นสินทรัพย์ที่ผ่านการใช้งานมาแล้ว แต่ไม่รวมถึงสินทรัพย์ที่ได้มาจากการผลิตสัญญาให้เช่าสินทรัพย์ แบบลิสซิ่ง หรือเป็นสินทรัพย์ที่ให้เช่าโดยการต่ออายุสัญญาเช่าเดิม โดยทั่วไปสินทรัพย์ที่ให้เช่าแบบลิสซิ่งมักได้แก่

- (1) เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน
- (2) เครื่องคอมพิวเตอร์
- (3) อุปกรณ์ขนส่งและยานพาหนะ
- (4) อุปกรณ์และเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในสำนักงาน
- (5) เครื่องจักรและอุปกรณ์ถ่ายรูปแบบ
- (6) เครื่องจักรและเครื่องมือก่อสร้าง
- (7) อุปกรณ์ขนถ่ายวัตถุดิบ
- (8) เครื่องอำนวยความสะดวกในโรงแรม
- (9) อุปกรณ์การพิมพ์และเครื่องพิมพ์
- (10) เครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์
- (11) สัมหาริมทรัพย์อื่น ๆ

### 2.1.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับธุรกิจบริการ

ทฤษฎีการแบ่งส่วนผสมการตลาดของ McCart (E.Jerome McCart) ได้เน้นธุรกิจบริการและกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยจัดแบ่งส่วนผสมทางการตลาดเป็น 4 หมวด (4'P) คือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง แบบรูปร่างของผลิตภัณฑ์ รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้อง คือการมุ่งพัฒนาให้มีสิ่งซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ในที่นี้ ได้แก่ คุณภาพการบริการที่ให้แก่ลูกค้า
2. สถานที่ (Place) หมายถึง หน้าทีและชนิดของสถาบันต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการนำผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบแล้วไปยังตลาดเป้าหมาย ได้แก่ทำเลที่ตั้งบรรยากาศภายในบริษัท

3. การส่งเสริมการขาย (Promotion) หมายถึง การบอกกล่าว การทำความเข้าใจ ให้ลูกค้าทราบ โดยการสื่อความให้ถึงตลาดเป้าหมายว่าผลิตภัณฑ์ที่ต้องการมีจำหน่ายที่ใด ณ ราคาใด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์
4. ราคา (Price) การกำหนดราคาให้เหมาะสมที่สุดที่จะผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ที่ดี อยู่แล้วให้ออกไปสู่สถานที่ที่มีความต้องการ โดยวิธีการส่งเสริมการขายที่ดี เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

นอกเหนือจากกลยุทธ์ 4P (Product , Place ,Promotion , Price) ธุรกิจบริการจำเป็นต้องมีกลยุทธ์เพิ่มเติมคือ

1. การตลาดภายใน รวมถึงการฝึกอบรมและจูงใจพนักงานขายบริการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ให้การสนับสนุนการร่วมกันเป็นทีมบริการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า
2. การตลาดที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ใช้บริการ (Interactive Market) หมายถึงการสร้างคุณภาพการให้บริการให้เป็นที่น่าเชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ใช้บริการให้บริการกับลูกค้าซึ่งคุณภาพจะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพอใจของลูกค้า

กล่าวคือ ลักษณะธุรกิจบริการมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ถ้าหากกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 4P ไม่เพียงพอ จะต้องมีการเพิ่มเติมในส่วนของคุณภาพของผู้ให้บริการและคุณภาพของการบริการ ซึ่งลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการของผู้ใช้บริการทั้งในด้านเทคนิคหน้าที่ ลักษณะบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนทำการซื้อ ประสบการณ์และความเชื่อถือที่เกิดขึ้นจริง งานที่สำคัญของธุรกิจบริการ จึงมี 3 ประการคือ

- (1) ความแตกต่างระหว่างคู่แข่ง ทั้งด้านนวัตกรรม บริการพื้นฐาน และบริการเสริม
- (2) คุณภาพการให้บริการ มีการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งอื่น ซึ่งมีเกณฑ์กำหนดที่ลูกค้าพิจารณาคุณภาพการให้บริการ ได้แก่
  - (2.1) ความไว้วางใจ บริการที่สม่ำเสมอ ถูกต้อง
  - (2.2) การตอบสนองลูกค้า มีความรวดเร็ว
  - (2.3) ความปลอดภัย

- (2.4) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก
- (2.5) ความเข้าใจและรู้จักลูกค้า
- (3) การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ 6 วิธี
  - (3.1) พนักงานทำงานมากขึ้น จำนวนมากขึ้น
  - (3.2) เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยยอมสูญเสียคุณภาพงานบางส่วน
  - (3.3) เปลี่ยนเป็นแบบอุตสาหกรรมโดยใช้เครื่องมือช่วย
  - (3.4) ให้บริการที่ไปลดการใช้บริการอื่น
  - (3.5) ออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
  - (3.6) จูงใจให้ลูกค้าใช้แรงงานตนเองแทนแรงงานของบริษัท  
เช่นการกรอกแบบฟอร์ม

### 2.1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของผู้เช่า

วุฒิชัย จานงค์ (วุฒิชัย 2523:4) ได้กล่าวว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของผู้เช่า เป็นกระบวนการเลือกในระหว่างทางเลือกต่างๆ และได้อธิบายขั้นตอนการตัดสินใจไว้ดังนี้

1. การแยกแยะตัวปัญหา(Problem Identification) ขั้นแรกของการตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องของการสร้างความมั่นใจและแน่ใจโดยการค้นหา เป็นเรื่องของการแยกแยะตัวปัญหา ออกมาอย่างแน่ชัด หรือตัวปัญหาอย่างแน่นอน นั่นคือขบวนการตัดสินใจจะเริ่มต้นขั้นตอนแรก เมื่อประชากรกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษากำลังอยู่ในภาวะขาดสภาพคล่อง ดังนั้นประชากรกลุ่มตัวอย่างจึงคิดหาทางแก้ปัญหาให้กับตนเองในการหาแหล่งกู้ยืมเงินเพื่อเสริมสภาพคล่อง

2. การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้น (Information Search) คือการเสาะแสวงหาสิ่งที่เป็นสาเหตุหรือสิ่งทีก่อให้เกิดปัญหานั้น ซึ่งอาจจะไม่ใช่สาเหตุโดยตรงก็เป็นได้ ความสามารถที่จะหาข่าวสารข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุดหรือข่าวสารที่สมบูรณ์ (Complete Information) นั้นอาจเป็นไปได้ แต่การเสาะหาตัวข่าวที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุของปัญหามากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทั้งนี้การเสาะหาข่าวสารควรจะเป็นไปตามแนวคิดที่ว่าข่าวสารที่สรรหามานั้นจำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้องและจำเป็นกับตัวปัญหา ตลอดจนมีความเพียงพอในการแก้ปัญหา (Relevant and Sufficient Information) ซึ่งขั้นนี้ประชากรกลุ่มตัวอย่างก็จะค้นหาแหล่ง

เงินกู้(เน้นเฉพาะ บริษัทลิสซิ่ง จำกัด เท่านั้น) สำหรับตนเองโดยดูจากข่าวสาร การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่างๆ หรือรับฟังจากบุคคลรอบข้างซึ่งอาจเป็นเพื่อน หรือญาติมิตร

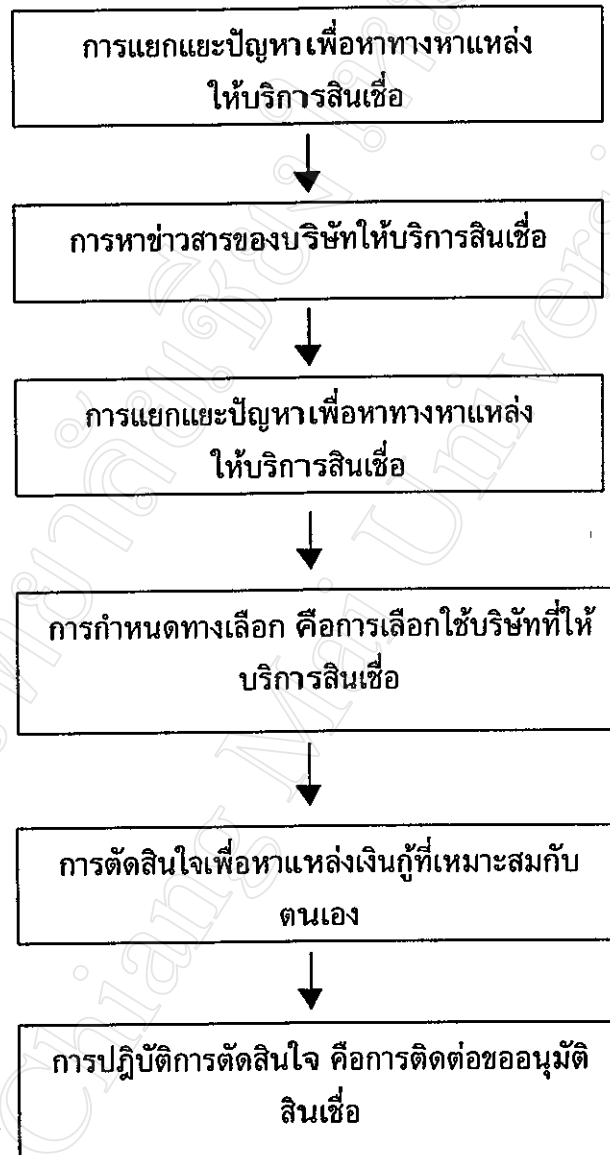
3. การประเมินค่าข่าวสาร (Evaluation of Information) ในบรรดาข่าวสารที่แสวงหามาแล้วเราต้องยอมรับความจริงประการหนึ่งว่ามีได้หมายความว่าข่าวสารทุกชนิดที่หามาได้นั้นเกี่ยวข้องกับตัวปัญหาและมีคุณค่ากับตัวปัญหาอย่างแท้จริงเสมอไป ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการประมาณค่าว่า ข่าวสารนั้นถูกต้องเหมาะสมเพียงพอกับเวลาและความสามารถที่จะนำไปวิเคราะห์ปัญหาได้หรือไม่ ซึ่งจะมีการเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากการประเมินข่าวสารแล้ว ไม่เพียงพอหรือไม่เกี่ยวข้องเท่าที่ควร ก็จำเป็นต้องตัดข่าวสารบางอย่างออกไป ถ้าเห็นว่าไม่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหาที่จะทำการแก้ปัญหาหรือตัดสินใจนั้น เช่นเดียวกับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ต้องประเมินข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งเงินกู้ว่าแหล่งเงินกู้ใดมีคุณสมบัติหรือเหมาะสมกับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่จะขอกู้เงิน

4. การกำหนดทางเลือก (Listing of Alternative) เป็นขั้นตอนสำคัญของการตัดสินใจ คือ กำหนดทางเลือกที่สามารถครอบคลุมวิธีที่จะแก้ปัญหาได้มากที่สุด ถ้าเรามีข่าวสารสมบูรณ์สำหรับปัญหาแต่ละเรื่อง เราอาจกำหนดทางเลือกได้เหมาะสมและครอบคลุมอย่างแท้จริง ถ้าข่าวสารไม่สมบูรณ์ก็กำหนดทางเลือกที่มีลำดับความสำคัญของการแก้ปัญหา เช่นเดียวกับประชากรกลุ่มตัวอย่างจะต้องกำหนดทางเลือก (บริษัทลิสซิ่ง จำกัด) ที่เหมาะสมกับตนเอง

5. การเลือกทางเลือก (Selection of Alternative) เมื่อกำหนดทางเลือกแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การเลือกที่จะปฏิบัติการต่อไป (Selection of a course of action) ขั้นนี้เองที่เป็นที่ยอมรับว่าเป็นการตัดสินใจแท้จริง การเลือกทางเลือคนั้นเกิดจากผลของการตัดสินใจแต่ยังไม่สมบูรณ์ นั่นคือ เมื่อประชากรกลุ่มตัวอย่างตั้งใจจะกู้ยืมเงินแล้วแล้ว ก็แหล่งเงินกู้ที่คิดว่าดีที่สุดสำหรับตนเอง

6. การปฏิบัติการตัดสินใจ (Implement of Decision) เป็นการปฏิบัติตามผลขึ้น ขบวนการการตัดสินใจ หรือทางเลือกการตัดสินใจนั้นถูกต้องเหมาะสมเพียงใดหรือไม่ ขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจนั้น การประเมินผลของการตัดสินใจนี้เป็นการตรวจดูว่า ผลของการตัดสินใจที่ปฏิบัติไปเหมาะสมกับการแก้ปัญหานั้นหรือไม่ นั่นคือเมื่อเลือกแหล่งเงินกู้แล้ว ประชากรกลุ่มตัวอย่างก็จะขอยื่นเรื่องเพื่อการกู้ยืมจากแหล่งเงินกู้ที่ตนเองเลือกซึ่งคิดว่าเหมาะสมที่สุด

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้เช่าสามารถเขียนเป็นแผนภูมิแสดงลำดับขั้นตอนการพิจารณาของผู้เช่าได้ดังนี้



แผนภูมิ 2.1 : ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของผู้เช่า

## 2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรวรรณ วัฒนชัย (2539) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์นั่งในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ใช้กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการเครดิตเช่าซื้อรถยนต์นั่ง มีข้อสรุปดังนี้ ปัจจัยที่มีผลกระทบคือ ราคาประเมินรถยนต์นั่ง จำนวนงวดการชำระหนี้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ อัตราเบี้ยเรียกเก็บ โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับปริมาณความต้องการสินเชื่อเช่าซื้อ คือ ราคาประเมินรถยนต์นั่ง จำนวนงวดการชำระหนี้ และ รายได้เฉลี่ย โดยราคารถยนต์นั่งที่สูงขึ้น จำนวนงวดการชำระหนี้ยาวนานขึ้น และรายได้เฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้ความต้องการสินเชื่อเช่าซื้อเพิ่มสูงขึ้นด้วย ส่วนอัตราดอกเบี้ยเรียกเก็บเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณความต้องการสินเชื่อลดต่ำลง สำหรับมูลค่าการถือครองอสังหาริมทรัพย์ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดความต้องการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่ง

ทัศนากุลรัตน์นาม (2536) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้าคงทนของผู้บริโภคในเมือง จ.เชียงใหม่ กล่าวว่า ผลการวิเคราะห์สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า รายได้ปัจจุบัน, สถานภาพการเป็นเจ้าของของบ้าน, ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเพียง 1 ปีหรือน้อยกว่า, การได้รับสินเชื่อในการซื้อสถานภาพสมรส ตลอดจนผู้ที่มีอายุการสมรสเพียงหนึ่งปีหรือน้อยกว่า เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายซื้อสินค้าคงทนประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลซื้อสินค้าคงทนกลุ่มอื่น นอกเหนือจากเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านพบว่า เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์เป็นเช่นเดียวกับสินค้าในกลุ่มแรก ยกเว้นเครื่องหมายค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรทางด้านสถานภาพสมรส กับผู้ที่สมรสเพียงหนึ่งปีหรือน้อยกว่า มีเครื่องหมายเป็นลบ และเมื่อพิจารณาถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเพื่อการใช้จ่ายในสินค้าคงทนรวมทั้งหมด พบว่า เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ ในแต่ละตัวแปรเป็นเช่นเดียวกับสินค้าในกลุ่มแรกทุกประการ

จากผลการศึกษาดังนี้แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรม และสถานภาพตลอดทั้งปัจจัยที่มีผลต่อการใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าคงทน แสดงให้เห็นว่าสินค้าคงทนเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน และการบริโภคนั้นต้องมีสินค้าคงทนหลายประเภทประกอบกัน ตาม



หลักการกระจายการบริโภค ดังนั้นสินค้าเหล่านี้จะมีสัดส่วนการเป็นเจ้าของระดับสูง ในขณะที่รายได้เป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ แต่เนื่องจากสินค้าคงทนมักมีมูลค่าสูงเมื่อเทียบกับรายได้ที่ได้รับแต่ละครั้ง การที่ผู้บริโภคจะมีสินค้าเหล่านี้ใช้ในครัวเรือน ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่แสดงความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การให้สินเชื่อในการซื้อจึงมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าคงทน

วีรชาติ วิทญานานนท์ (2533) ได้ศึกษาเรื่อง บริษัทเงินทุนกับการพัฒนาตลาดเครดิตเพื่อการบริโภคสินค้าคงทนในประเทศไทย กรณีรถยนต์นั่ง โดยศึกษาบทบาทของบริษัทเงินทุนในฐานะเป็นผู้ให้กู้ยืม (Lender) ซึ่งมีผลต่อการขยายเครดิตเพื่อการบริโภคสินค้าคงทนสำหรับรถยนต์นั่ง เพื่อช่วยให้สามารถวางแผนเป้าหมายการให้เครดิตเพื่อการบริโภค ให้เหมาะสมกับความต้องการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการควบคุมตลอดรวมทั้งการปรับปรุงบริษัทเงินทุนให้เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศมากยิ่งขึ้น ผลการวิจัยสรุปว่า รายได้ประชาชาติที่แท้จริง สัดส่วนรถยนต์ที่มีอยู่ ปริมาณเครดิตที่ให้โดยบริษัทเงินทุน ระดับราคาที่แท้จริงของน้ำมันเบนซินชนิดซูเปอร์ สัดส่วนของประชากรต่อรถเฉลี่ย 1 คัน ความต้องการเพื่อทดแทนของรถยนต์นั่ง มีผลต่ออุปสงค์ของการมีรถยนต์นั่งอยู่ในระดับนำพอใช้

ธัญญพล ตั้งสถาพร (2539) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้รถยนต์นั่งประเภทซีดีคาร์ ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคระหว่างรถยนต์นั่งประเภทซีดีคาร์และรถประเภทอื่นๆ พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลและผ่านระดับความเชื่อมั่นในทิศทางบวก หรือเพิ่มความน่าจะเป็นที่จะซื้อรถยนต์นั่งประเภทซีดีคาร์มากขึ้นได้แก่ สถานภาพการสมรสที่เป็นโสด อายุที่มากขึ้น ที่ตั้งของสถานที่อยู่อาศัยในเขตเมือง ในทางตรงกันข้ามตัวแปรที่ทำให้ความน่าจะเป็นมีค่าเป็นเชิงลบหรือลดลง ได้แก่ รายได้ของตนเองที่เพิ่มขึ้น และลักษณะการซื้อด้วยเงินสด

ผลการศึกษาถึงพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเฉพาะรถยนต์ยี่ห้อ โอเปิล ระหว่างประเภทซีดีคาร์ กับประเภทอื่น ๆ พบว่าเพศหญิง สถานภาพสมรสที่เป็นโสด ที่ตั้งที่ทำงาน หรือสถาบันการศึกษาที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จะมีผลในทางบวก หรือเพิ่มความน่าจะเป็นในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งประเภทซีดีคาร์ยี่ห้อโอเปิล ในทางตรงกันข้ามตัวแปร

อิสระได้แก่รายได้ของตนเองที่เพิ่มมากขึ้น ลักษณะการซื้อรถยนต์ด้วยเงินสด และการเดินทางไกลบ่อยครั้งต่อปี มีแนวโน้มจะเลือกรถยนต์นั่งในประเภทอื่นๆ แทนการเลือกรถยนต์นั่งประเภทซีดีคาร์ซีห้อโอเปิล

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University