

การตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเช่าซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ เช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ จังหวัดเชียงใหม่

Awareness of Hire Purchase Business Laws for Customers Who Use Car Hire Purchase Loan Services with Leading Banks in Chiang Mai Province

ธิดารัตน์ ชลประเสริฐสุข^{1,*}

Tidarat Cholprasertsuk^{1,*}

Received : April 11, 2025 Revised : August 22, 2025 Accepted : October 10, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตระหนักรู้และความเข้าใจของลูกค้าเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจและประสิทธิภาพการทำงาน กับ การตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้า และ 3) เสนอแนวทางในการพัฒนาสื่อและวิธีการสื่อสารความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ให้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้น เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลจาก 1) การใช้แบบสอบถามในกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ จำนวน 100 คน และ 2) วิธีการสนทนากลุ่ม ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำนวน 6 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า แบบสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการ จำนวน 100 คน ลูกค้ามากกว่าร้อยละ 73 ทราบและเข้าใจกฎหมายทั้ง 6 ประเด็น เนื่องจากธนาคารชั้นนำ มี Sales Sheet และมี QR Code ให้ลูกค้าอ่านและรับชมข้อควรรู้เกี่ยวกับการทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อให้ลูกค้าได้ทำความเข้าใจก่อนทำสัญญา นอกจากนี้พบว่าความใส่ใจ และประสิทธิภาพการทำงานมีผลต่อการตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้าแต่ละบุคคลในระดับดี และถึงแม้ว่าลูกค้าส่วนมากจะทราบและเข้าใจกฎหมายดังกล่าวแล้ว แต่ด้วยภาษากฎหมายที่เข้าใจยาก จึงทำให้ผลการวิจัยเห็นควรให้มีการพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย (กว่าภาษากฎหมาย) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นด้วยร้อยละ 99 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 ท่าน ที่มีความคิดเห็นตรงกันว่าภาษากฎหมายมีโครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนและเป็นศัพท์เฉพาะทางตัวอักษรใน Sales Sheet มีขนาดเล็กมาก อ่านลำบาก และลูกค้าบางคนไม่มีเวลาที่จะสแกน QR Code เพื่อดูสื่อภาพเคลื่อนไหวจึงเห็นควรมีการปรับปรุงพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ออกแบบขนาดตัวอักษรให้เหมาะสมกับการอ่าน และมีความน่าสนใจทางสายตา (Visual Appeal) เพื่อถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ได้ทราบและเข้าใจง่ายขึ้นถึงสิทธิและหน้าที่ในทางกฎหมายก่อนและหลังทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ต่อไป

คำสำคัญ : สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารชั้นนำ Gen Y การตระหนักรู้ ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้

¹ Assistant Professor, Faculty of Business Administration, Maejo University

* Corresponding author: tc_ple@hotmail.com

Abstract

This research aimed to (1) investigate customers awareness and understanding of car leasing hire purchase laws with a leading bank in Chiang Mai Province, (2) analyze the relationship between personal attentiveness and work experience with customers' legal awareness, and (3) propose guidelines for developing more accessible media and communication methods to enhance legal comprehension regarding hire purchase agreements. Data collection was conducted in two main parts: 1) a quantitative survey administered to 100 customers utilizing hire purchase loan services, and 2) a qualitative focus group discussion involving 6 personnel engaged in providing hire purchase loan services. The quantitative data was analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and one-way Analysis of Variance (ANOVA).

The quantitative findings from the 100 customer respondents indicated that over 73% of customers were well-informed and understood all six legal issues. This positive outcome was attributed to the leading bank utilizing a "Sales Sheet" and "QR Code" to provide essential information and prerequisites concerning the contract before signing. Furthermore, the study revealed that personal attentiveness and transaction experience had a good level of influence on individual customers' legal awareness. However, a key recommendation emerged from the research: despite high initial awareness, complex legal language remained a significant barrier. The study concluded that educational media should be improved to employ language that is easy to comprehend (non-legalistic language), 99% of respondents supported this proposition, which aligned with the focus group discussion. The 6 participants in the focus group unanimously agreed that the structure of legal sentences is complex, contains specialized jargon, the text on the sales sheet is too small, and some customers lack the time to scan the QR Code for video media. Therefore, this research recommends developing and improving hire purchase law educational media using easily understandable language, designing appropriate font sizes for readability, and enhancing visual appeal. This will ensure that individuals utilizing hire purchase loan services can clearly understand their legal rights and obligations both before and after entering into the hire purchase agreement.

Keywords : Car Leasing Loans, Leading Banks, Gen Y, Awareness, Car Leasing Customers

1. บทนำ

ในปัจจุบันรถยนต์ถือเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของมนุษย์เราอย่างหนึ่ง จากข้อมูลสถิติวิเคราะห์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ของกลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงานกรมการขนส่ง พบว่ามีจำนวนรถจดทะเบียนใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ตั้งแต่ ปีงบประมาณ 2563 เป็นต้นมา แสดงให้เห็นถึงความต้องการใช้รถยนต์ในชีวิตประจำวันที่เพิ่มมากขึ้น โดยกลุ่มที่ให้ความสนใจ การซื้อรถยนต์เป็นพิเศษ คือ กลุ่มวัยแรงงานตอนต้นหรือกลุ่ม Gen Y ซึ่งเป็นวัยทำงาน จึงทำให้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ได้ไม่ยาก และในการจะมีรถยนต์สักคันนั้น ผู้คนจำนวนไม่น้อยที่เลือกใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคาร โดยแต่ละธนาคารจะมีโปรโมชั่นสินเชื่อรถยนต์ที่แตกต่างกันให้ลูกค้าได้ตัดสินใจ ซึ่งในการอนุมัติสินเชื่อรถยนต์เช่าซื้อที่ง่ายและได้เงินไว เป็นสาเหตุให้เกิด “หนี้รถยนต์” มากขึ้นตามไปด้วยโดยเฉพาะ Gen Y เพราะจากข้อมูลสถิติของบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (เครดิตบูโร) ระบุว่า “หนี้รถยนต์” รวม 2.6 ล้านล้านบาท ในไตรมาสที่ 1/2566 มีสัญญากู้รถยนต์ใหม่ที่ได้รับอนุมัติ 3.5 แสนบัญชี โดย 53% ของสัญญากู้รถยนต์เป็นคน Gen Y (สาริต สุทธิปัญญา, 2566)

นอกจากหนี้รถยนต์แล้ว ยังมีประเด็นปัญหาทางกฎหมายและปัญหาในทางปฏิบัติของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์อีกหลายกรณี อาทิ 1) มาตรา 573 ผู้เช่าซื้อที่มีสิทธิตามกฎหมายสามารถบอกเลิกสัญญาในเวลาใดเวลาหนึ่งก็ได้ ด้วยการส่งมอบทรัพย์สินกลับคืน แต่ไม่ได้กล่าวถึงปัญหาหนี้เช่าซื้อส่วนขาดที่ยังค้างชำระไว้อย่างชัดเจน 2) การกำหนดข้อตกลงระหว่างคู่สัญญานอกเหนือจากที่กฎหมายเช่าซื้อวางหลักไว้ 3) เมื่อผู้เช่าซื้อผิดสัญญา ผู้ให้เช่าซื้อมักเร่งรัดออกขายทอดตลาดในราคาค่อนข้างต่ำกว่าราคาจริงของรถมาก 4) การคำนวณยอดหนี้ส่วนขาด เจ้าหนี้มักเรียกดอกเบี้ยในค้างงวดในอนาคตที่ยังมาไม่ถึง 5) กฎหมายให้อำนาจกับผู้ให้เช่าซื้อมากเกินไป เป็นต้น

จากประเด็นปัญหาทางกฎหมายและปัญหาในทางปฏิบัติดังกล่าว จึงเกิดกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์ฉบับใหม่ ประกาศจากคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565 ได้มีการแจ้งการปรับปรุงรายละเอียดสัญญาธุรกิจของ “กฎหมายเช่าซื้อรถยนต์” ให้เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา และจะมีผลบังคับใช้ 10 มกราคม 2566 เป็นต้นไป หากสัญญาเช่าซื้อรถทำไว้ก่อนวันที่ 10 ม.ค. 2565 ให้มีผลใช้บังคับต่อไปจนกว่าจะสิ้นสุดสัญญา แต่ท่านที่ทำสัญญาหลังวันดังกล่าวจะติดตามสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภค โดยประกาศดังกล่าวมีประเด็นสำคัญที่น่าสนใจดังนี้

ตาราง 1 ประเด็นสำคัญกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ตามประกาศจากคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565

หัวข้อ	ประเด็นกฎหมายใหม่	คำอธิบาย	กฎหมายเก่า
1.	ผู้เช่าซื้อต้องเสียดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก จากเงินต้นคงเหลือแต่ละงวด	ดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก หรือ Effective Interest Rate คือคำนวณอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงต่อปี การผ่อนชำระในแต่ละงวดจะทำให้ยอดเงินต้นลดลง และส่งผลต่อดอกเบี้ยที่เรียกเก็บแต่ละงวดนั้นจะลดลงตามไปด้วย ซึ่งข้อดีของกฎหมายใหม่นี้จะช่วยให้ผู้ที่ซื้อรถลดภาระในการชำระดอกเบี้ยลดลงจากแบบเก่า	จะเป็นดอกเบี้ยแบบคงที่ หรือ Flat Interest Rate ที่จะคำนวณดอกเบี้ยเพียงครั้งเดียวในวันที่ทำสัญญาแล้วแบ่งออกเป็นงวดๆ ผ่อนไปจนครบสัญญา
2.	กรณีนำเงินมาชำระค่างวดครบก่อนกำหนด (การปิดบัญชีก่อนครบกำหนด) จะได้รับส่วนลดดอกเบี้ย ในการปิดค่างวดเป็นขั้นบันได	กรณีผู้เช่าซื้อที่ต้องการปิดบัญชีเช่าซื้อ โดยนำเงินมาชำระค่างวดทั้งหมดก่อนกำหนด ทางธนาคารผู้ให้เช่าซื้อต้องให้ส่วนลดแก่ผู้เช่าซื้อเป็นอัตราดอกเบี้ยร้อยละ	ไม่มี
3.	กรณีผู้เช่าซื้อผิดนัดชำระค่างวด หรือล่าช้า ผู้ให้เช่าซื้อคิดเบี้ยปรับจากผู้บริโภคได้	คิดเบี้ยปรับไม่เกินอัตราร้อยละ 5 ต่อปี โดยคำนวณจากยอดเงินที่ผิดนัดชำระ	ให้คิดเบี้ยปรับได้เท่ากับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงตามสัญญาบวก 3% แต่ไม่เกิน 15%

ตาราง 1 ประเด็นสำคัญกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ตามประกาศจากคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565 (ต่อ)

หัวข้อ	ประเด็นกฎหมายใหม่	คำอธิบาย	กฎหมายเก่า
4.	กรณีนำรถออกขายทอดตลาด หากผู้บริโภคถูกยกเลิกสัญญา	ผู้ให้เช่าซื้อสามารถนำรถออกขายทอดตลาด และผู้บริโภคจะต้องรับภาระเฉพาะเงินต้น สำหรับค่างวดที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ รวมกับ ค่างวดที่ค้างชำระ (รวมดอกเบี้ย) และ ค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นจากการทวงถามหนี้ ค่าเช่าซื้อก่อนมีการบอกเลิกสัญญา โดยกฎหมายใหม่นี้ให้คิดได้เฉพาะเงินต้นเท่านั้น	ไม่คิดเฉพาะเงินต้น
5.	กรณียกเลิกสัญญาผู้เช่าซื้อ (หลังมีการผิดนัดชำระ 3 งวด ติด)	ผู้ให้เช่าซื้อส่งหนังสือบอกกล่าวผู้เช่าซื้อ ที่ค้างชำระ ภายในเวลาอย่างน้อย 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้เช่าซื้อได้รับหนังสือ และละเลย ไม่ทำตาม ผู้ให้เช่าซื้อไม่มีสิทธิบอกเลิกสัญญา เข้าได้	ไม่มี
6.	กรณีมีการเปลี่ยนสัญญาผู้เช่าซื้อ หรือขายโอนสัญญา	กฎหมายเช่าซื้อรถยนต์มีการปรับค่าใช้จ่าย 2,500 บาท	4,000 บาท
7.	ลูกหนี้นำเงินก่อนมาปิดก่อนกำหนด	เกณฑ์ใหม่กำหนดให้ต้องจ่ายดอกเบี้ยที่ยังไม่ถึง กำหนดชำระไม่เกิน 40% ของยอดดอกเบี้ย คงเหลือ โดยขึ้นอยู่กับจำนวนค่างวดที่ชำระไปแล้วด้วย	จากเดิมกำหนดไว้ไม่เกิน 50%

ดังนั้น การใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ นอกจากผู้ให้บริการจะต้องตระหนักถึงภาระหนี้ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตแล้ว ควรตระหนักถึงกฎหมายด้วย เพื่อจะได้ไม่เสียเปรียบและได้รับความเป็นธรรมจากการเข้าทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เพราะโดยทั่วไปลูกค้าผู้ขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อมักให้ความสำคัญกับการอนุมัติวงเงิน มากกว่าการพิจารณารายละเอียดของสัญญา หรือบางคนพยายามที่จะอ่านทำความเข้าใจเนื้อหาของสัญญา แต่เนื่องจากข้อสัญญามีจำนวนมาก ประกอบกับภาษากฎหมาย มีโครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนและใช้ศัพท์เฉพาะทาง จึงทำให้ผู้วิจัยเกิดคำถามว่าจะมีลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่คนที่ทราบเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ในประเด็นต่าง ๆ อาทิ มีกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ประกาศออกมาใช้บังคับแล้วและจะมีผลบังคับใช้ 10 มกราคม 2566 หลักกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ อ่านกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์แล้วเข้าใจเนื้อหาและผลทางกฎหมายหรือไม่ หากเกิดข้อขัดแย้งพิพาทจะต้องดำเนินการอย่างไร เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเช่าซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ผลของการศึกษาเป็นสิ่งที่ช่วยสะท้อนถึงความรู้ ความเข้าใจและข้อเท็จจริงอื่น ๆ เกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อ และนำไปสู่การพัฒนาความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ที่ประชาชนสามารถเข้าใจง่ายและแพร่หลายมากขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตระหนักรู้และความเข้าใจของลูกค้าเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำแห่งหนึ่ง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจและประสิทธิภาพการทำงาน กับ การตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้า
3. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาสื่อและวิธีการสื่อสารความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ให้เข้าใจง่ายขึ้น

สมมติฐาน

1. อายุและประสิทธิภาพการทำงานของลูกค้ามีผลต่อความใส่ใจ ความตระหนักรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์หรือไม่

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการกำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัย

2.1 แนวคิดทฤษฎีการตระหนักรู้

การตระหนักรู้ หมายถึง ความสำนึกซึ่งบุคคลเคยมีการรับรู้หรือเคยมีความรู้มาก่อน เมื่อมีสิ่งเร้ามากระตุ้นจึงเกิดความคิดหรือการตระหนักขึ้น (อนุสรณ์ กาลดิษฐ์, 2548) การตระหนักรู้เกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้า อันได้แก่ บุคคล สถานการณ์กลุ่มสังคม และสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ โดยองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดการตระหนักรู้ ได้แก่ 1) ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) 2) อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) และ 3) พฤติกรรม (Behavioral Component) (Breckler, 1986) ปัจจัยที่มีผลต่อการตระหนักรู้คือ 1) ประสบการณ์ที่มีต่อการรับรู้ 2) ความเคยชินต่อสภาพแวดล้อมจะมีผลทำให้บุคคลตระหนักหรือไม่ตระหนักต่อสิ่งที่เกิดขึ้น 3) การเอาใจใส่และการให้คุณค่า โดยหากมนุษย์ใส่ใจในเรื่องใดมากก็จะมี การตระหนักในเรื่องนั้นมากขึ้น 4) ลักษณะและรูปแบบของสิ่งเร้า ถ้าสิ่งเร้านั้นสามารถทำให้ผู้พบเห็นเกิดความสนใจ ย่อมส่งผลให้ผู้พบเห็นเกิดการรับรู้และการตระหนักมากขึ้น 5) ระยะเวลาและความถี่ในการรับรู้ ถ้ามนุษย์ได้รับการรับรู้บ่อยครั้งหรือนานเท่าไร จะทำให้มีโอกาสดำเนินการตระหนักมากขึ้นเท่านั้น (ทะนงศักดิ์ ประสมกิตติคุณ, 2534) ความตระหนักรู้สามารถจัดกลุ่มตามแนวคิดหลักสามประการ 1) ความตระหนักรู้ทางปัญญาคือความเข้าใจที่ถูกต้องและลึกซึ้งเกี่ยวกับการรับรู้ ความคิดและการกระทำของบุคคล 2) ความตระหนักรู้มีอยู่ในหลายระดับของจิตสำนึกและจิตไร้สำนึก เป็นประสบการณ์ขั้นสุดท้ายที่เป็นผลมาจากการทรงและประมวลประสบการณ์ 3) พิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับการรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่นและการคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้อื่น (Carden et al., 2022)

2.2 แนวคิดทฤษฎีการให้สินเชื่อ

“สินเชื่อ” คือ การกู้ยืมเงินสดโดยมีธนาคารหรือสถาบันการเงินเป็นผู้ออกเงินกู้ให้ ผู้ขอสินเชื่อสามารถนำเงินกู้ไปใช้ประโยชน์ต่าง ๆ โดยธนาคารหรือสถาบันการเงินจะได้รับผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ยเป็นงวด ๆ ในระหว่างที่ผ่อนคืน โดยประเภทดอกเบี้ยของสินเชื่อดอกเบี้ยเงินกู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ 1. อัตราดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก (Effective Rate) คือ อัตราการคิดดอกเบี้ยที่จะลดลงตามเงินต้นที่ลดลง 2. อัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ (Flat Rate) คือ อัตราการคิดดอกเบี้ยแบบกำหนดตายตัวไว้แล้ว (บริษัทหลักทรัพย์ จำกัด, 2565) เกณฑ์การให้สินเชื่อ (The 5Cs of Credit) คือ เงื่อนไขที่สถาบันการเงินใช้ประเมินศักยภาพและความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ โดยวิเคราะห์จากข้อมูล 5Cs ได้แก่ 1. Character คือการวิเคราะห์คุณสมบัติเฉพาะตัวของผู้กู้ 2. Capacity คือ การวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ 3. Collateral คือการวิเคราะห์หลักประกันหรือสินทรัพย์ที่นำมาค้ำประกันการกู้ยืม 4. Capital คือการวิเคราะห์เงินทุน 5. Condition คือการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่จะมีผลต่อการชำระคืนเงินกู้ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น (อัจฉรา โยมสินธุ์, 2555) การพิจารณาให้สินเชื่อเพื่อลดความเสี่ยง ไม่ควรใช้เครื่องมือเพียงประเภทเดียวในการบริหารความเสี่ยง เนื่องจากมีเหตุและปัจจัยหลายอย่างที่ทั้งผู้ให้กู้และผู้กู้ไม่สามารถควบคุมได้สังเกตได้จากความรัดกุมในการกำกับดูแลสถาบันการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ใช้กฎหมายอย่างน้อย 3 ฉบับ ได้แก่

พระราชบัญญัติธนาคารแห่งประเทศไทย พ.ศ.2485 พระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติสถาบันคุ้มครองเงินฝาก พ.ศ. 2551 (ดำรงศักดิ์ ณ ระนอง, 2565)

2.3 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาเช่าซื้อบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะ 5 ได้แก่ มาตรา 572 บัญญัติว่า “อันว่าเช่าซื้อนั้น คือสัญญาซึ่งเจ้าของเอาทรัพย์สินออกให้เช่า และให้คำมั่นว่าจะขายทรัพย์สินนั้นหรือว่าจะให้ทรัพย์สินนั้นตกเป็นสิทธิแก่ผู้เช่า โดยเงื่อนไขที่ผู้เช่าได้ใช้เงินเป็นจำนวนเท่านั้นเท่านี้ คราว สัญญาเช่าซื้อนั้นถ้าไม่ทำเป็นหนังสือ ท่านว่าเป็นโมฆะ “ มาตรา 573 บัญญัติว่า “ ผู้เช่าจะบอกเลิกสัญญาในเวลาใดเวลาหนึ่งก็ได้ด้วยส่งมอบทรัพย์สินกลับคืนให้แก่เจ้าของโดยเสียค่าใช้จ่ายของตนเอง “ และ มาตรา 574 บัญญัติว่า “สัญญาเช่าซื้อนั้น หมายถึงสัญญาที่เจ้าของทรัพย์สินเอาทรัพย์สินของตนออกให้ผู้เช่า เพื่อใช้สอยหรือเพื่อให้ได้ประโยชน์ และให้คำมั่นว่าจะขายทรัพย์สินนั้นหรือจะให้ทรัพย์สินที่เช่าตกเป็นสิทธิแก่ผู้เช่าเมื่อได้ใช้เงิน จนครบตามที่ตกลงไว้โดยการชำระเป็นงวด ๆ จนครบตามข้อตกลง”

2.4 ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565 (กฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่)

สัญญาเช่าซื้อระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่าซื้อกับผู้บริโภค เป็นสัญญาที่ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครอง ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ออกประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565 โดยประกาศ สคบ. ฉบับนี้มุ่งคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น มีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. กำหนดเพดานอัตราดอกเบี้ยสำหรับการให้เช่าซื้อรถยนต์ใหม่ ผู้เช่าซื้อต้องเสียดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอกจากเงินต้นคงเหลือแต่ละงวด หรือ Effective Interest Rate โดยคำนวณเป็นอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงต่อปี โดยแบ่งเป็น 3 อัตราตามกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ดังนี้ 1) รถยนต์ใหม่ ไม่เกิน 10%/ปี 2) รถยนต์ใช้แล้ว ไม่เกิน 15%/ปี 3) รถจักรยานยนต์ใหม่ ไม่เกิน 23%/ปี

2. เพิ่มอัตราส่วนลดดอกเบี้ย กรณีนำเงินมาชำระค่างวดครบก่อนกำหนด (การปิดบัญชีล่วงหน้า) ทางธนาคารผู้ให้เช่าซื้อต้องให้ส่วนลดแก่ผู้เช่าซื้อ เป็นอัตราดอกเบี้ยรถใหม่ดังนี้ 1) ชำระค่างวดมาแล้ว ไม่เกิน 1 ใน 3 ของค่างวดที่ระบุไว้ในสัญญา ต้องได้รับส่วนลดในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของดอกเบี้ยเช่าซื้อที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ 2) ชำระค่างวดมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 แต่ไม่เกิน 2 ใน 3 ของค่างวดที่ระบุไว้ในสัญญา ต้องได้รับส่วนลดในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของดอกเบี้ยเช่าซื้อที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ 3) ชำระค่างวดมาแล้ว เกินกว่า 2 ใน 3 ของค่างวดที่ระบุไว้ในสัญญา ต้องได้รับส่วนลดทั้งหมดของดอกเบี้ยเช่าซื้อที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ให้บริการเช่าซื้อที่มีรายได้ดอกเบี้ยลดลง

3. กรณีผู้เช่าซื้อผิดนัดชำระค่างวด หรือล่าช้า ผู้ให้เช่าซื้อคิดเบี้ยปรับจากผู้บริโภคได้ คิดเบี้ยปรับไม่เกินอัตราร้อยละ 5 ต่อปี โดยคำนวณจากยอดเงินที่ผิดนัดชำระ (จากเดิมที่ให้คิดเบี้ยปรับได้เท่ากับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงตามสัญญาบวก 3% แต่ไม่เกิน 15%)

4. กรณียกเลิกสัญญาผู้เช่าซื้อ (หลังมีการผิดนัดชำระ 3 งวดติด) ผู้ให้เช่าซื้อส่งหนังสือบอกกล่าวผู้เช่าซื้อที่ค้างชำระภายในเวลาอย่างน้อย 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้เช่าซื้อได้รับหนังสือ และละเลยไม่ทำตาม ผู้ให้เช่าซื้อไม่มีสิทธิบอกเลิกสัญญาเช่าได้

5. กรณีมีการเปลี่ยนสัญญาผู้เช่าซื้อ หรือขายโอนสัญญา กฎหมายเช่าซื้อรถยนต์มีการปรับค่าใช้จ่าย 2,500 บาท (จากกฎหมายเดิม 4,000 บาท)

6. กรณีนำรถออกขายทอดตลาดหากผู้บริโภคถูกยกเลิกสัญญา ปรับการคิดหนี้ส่วนที่ขาดหลังจากขายทอดตลาด โดยให้ลูกหนี้รับภาระเฉพาะเงินต้นสำหรับค่างวดที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ รวมกับค่างวดที่ค้างชำระ (เงินต้นและดอกเบี้ย) และค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการทวงถามหนี้ค่าเช่าซื้อก่อนมีการบอกเลิกสัญญา เสมือนกับได้รับยกเว้นดอกเบี้ยจากการปิดบัญชีล่วงหน้า ซึ่งประกาศฯ เดิมปี 2561 ระบุว่าไม่ได้รับสิทธิ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2565)

2.5 กฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา มีหลักกฎหมายทั่วไปในมาตรา 4 วรรคแรก วางหลักว่า “ข้อตกลงในสัญญาจะหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้า ที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจการค้าได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและมีผลใช้บังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น” และมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการถูกเอาเปรียบของผู้ประกอบธุรกิจ เนื่องจากหลักกฎหมายเกี่ยวกับนิติกรรมหรือสัญญามีพื้นฐานมาจากเสรีภาพของบุคคลในการแสดงเจตนา โดยรัฐจะไม่เข้าแทรกแซงถึงแม้ว่าจะมีคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบอีกฝ่ายหนึ่ง เว้นแต่จะเป็นกรณีที่เป็นการต้องห้ามชัดแจ้งโดยกฎหมาย หรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ดังนั้นพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการที่จะแก้ไขปัญหาความไม่เป็นธรรมที่เกิดจากผลบังคับของนิติกรรมสัญญาบางประเภท เช่น ให้ศาลมีอำนาจในการปรับลดการเอาเปรียบกันในทางสัญญาลงได้ตามสมควร โดยพิจารณาจากอำนาจการต่อรองของคู่สัญญาหรือความสุจริตในการทำสัญญา เป็นต้น

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริภัสสรณ์ องอาจ (2559) ศึกษามาตรการทางกฎหมายในการเรียกค่าเสียหายและความรับผิดชอบตามสัญญาเช่าซื้อของผู้เช่าซื้อเมื่อเกิดการผิดสัญญาเช่าซื้อ รวมทั้งศึกษาการตีความ ปัญหา และวิเคราะห์ปัญหาการบังคับใช้กฎหมาย ตลอดจนศึกษาหาแนวทางแก้ไขปัญหาค่าเสียหายที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน จากการศึกษาพบว่าเกิดปัญหาเกี่ยวกับการตีความและผลบังคับตามกฎหมายของข้อตกลงเกี่ยวกับการกำหนดค่าเสียหายในสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ในประการต่าง ๆ ซึ่งส่งผลทำให้ฝ่ายผู้บริโภคมักเป็นฝ่ายเสียเปรียบผู้ให้เช่าซื้อรถยนต์ โดยผู้เช่าซื้อจะได้รับความเป็นธรรมเมื่อตนจะถูกฟ้องเป็นคดีความและศาลได้พิพากษาคัดสินแล้วเท่านั้น ซึ่งเมื่อยังไม่มีความชัดเจนในเรื่องหลักเกณฑ์การกำหนดความรับผิด ย่อมก่อให้เกิดภาระต่อทั้งโจทก์และจำเลยที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการอุทธรณ์ ค่าพิพาทของศาลชั้นต้นต่อศาลสูง และทำให้เสียเวลาในการรอคำพิพากษาของศาลสูงต่อไป

พรธิดา จันทราช (2563) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของลูกค้ายุค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การตัดสินใจ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการตระหนักถึงปัญหาด้านการค้นหาข้อมูลของการบริการสินเชื่อ ด้านประเมินตัวเลือกอื่น ด้านการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการบริการสินเชื่อ และ ด้านพฤติกรรมหลังการบริการเลือกสินเชื่อ และนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายสินเชื่อของธนาคารให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้า Gen Y ทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 27-32 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท และธนาคารที่สนใจคือ ธนาคารกสิกรไทย โดยข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของลูกค้ายุค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ด้านพฤติกรรมหลังการบริการเลือกสินเชื่อ ด้านประเมินตัวเลือกอื่น ด้านการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการบริการสินเชื่อ ด้านการตระหนักปัญหา และ ด้านการค้นหาข้อมูลของการบริการสินเชื่อ ตามลำดับ

สุวณิ จิระวิไลกาญจน์ (2564) ศึกษาการตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่ออธิบายคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจ 2) เพื่ออธิบายพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจ และ 3) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรกับการตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 440 คน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยถูกล่วงละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลจากภาคธุรกิจ ร้อยละ 85.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบรายละเอียดกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ร้อยละ 61.36 กลุ่ม

ตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.68 ในส่วนผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะทางประชากรกับ การตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศระดับการศึกษาอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีการตระหนักรู้การปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผู้ที่มียุติที่แตกต่างกันจะมีการตระหนักรู้การปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจแตกต่างกัน

วสันต์ ปราชญ์ศิลป์ (2566) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 (PDPA):กรณีศึกษาเจ้าหน้าที่สำนักงานข่าวกรองแห่งชาติ โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการตระหนักรู้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ โดยเฉพาะช่วงอายุที่แตกต่างกันมีการตระหนักรู้ที่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ 2.1) ด้านการให้คุณค่า ความใส่ใจ และความสนใจข้อมูลส่วนบุคคล 2.2) ด้านประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์และยังแสดงถึงความผันแปรที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ 3) ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ 3.1) ผู้บริหารของหน่วยงาน 3.2) กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน มีความสัมพันธ์และยังแสดงถึงความผันแปรที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ 4) ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ 4.1) เทคโนโลยี 4.2) นโยบายของรัฐบาล 4.3) สื่อมวลชน มีความสัมพันธ์และยังแสดงถึงความผันแปรที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ

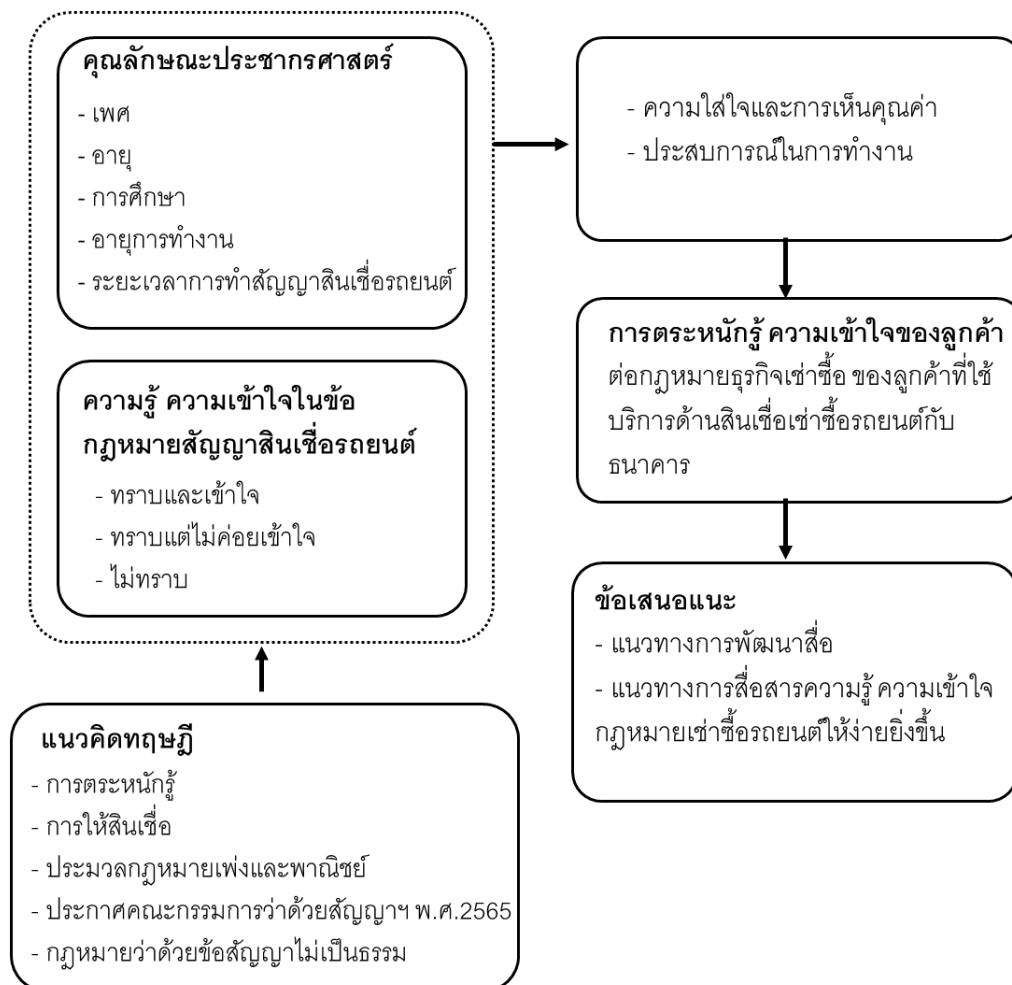
อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประกาศจากคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565 จะเริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ต้นปี 2566 แต่ยังไม่พบงานวิจัยใดที่ศึกษาการตระหนักรู้ของกลุ่มลูกค้า Gen Y ที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ภายใต้กฎหมายดังกล่าว ในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นบริบทที่มีการแข่งขันด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์สูงและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ตาราง 2 สรุปประเด็นผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ผู้วิจัย / ประเด็นศึกษา	ความแตกต่างจากงานของผู้วิจัย
1.	ศิริภัสสรณ์ งามอาจ (2559) ศึกษามาตรการทางกฎหมายในการเรียกค่าเสียหายและความรับผิดชอบตามกฎหมายเช่าซื้อของผู้เช่าซื้อ ในกรณีเกิดการผิดสัญญาเช่าซื้อ รวมทั้งศึกษาปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายกับข้อตกลงเกี่ยวกับการกำหนดค่าเสียหายในสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ ตลอดจนศึกษาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น	ผู้วิจัยศึกษาการตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเช่าซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อว่ามีความรู้ความเข้าใจเพียงใด โดยมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความรับผิดชอบตามกฎหมายเช่าซื้อในกรณีผิดสัญญาด้วย ซึ่งหากลูกค้าส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจ จะนำไปสู่การพัฒนาความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ที่ประชาชนสามารถเข้าใจง่ายและแพร่หลายมากขึ้นในอนาคต
2.	พรธิดา จันทราช (2563) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของลูกค้ากลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายสินเชื่อของธนาคารให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อไป	ผู้วิจัยศึกษาการตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเช่าซื้อของลูกค้า Gen Y ที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ ซึ่งงานวิจัยทั้งสองต่างเห็นว่า กลุ่มลูกค้า Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้บริทางด้านสินเชื่อสูงในปัจจุบัน จึงควรให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบายของธนาคารให้สอดคล้องต่อความต้องการ และการตระหนักรู้

ตาราง 2 สรุปประเด็นผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ผู้วิจัย / ประเด็นศึกษา	ความแตกต่างจากงานของผู้วิจัย
3.	สุวณี จิระวิไลกาญจน์ (2564) ศึกษาการตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	ถึงความรู้ความเข้าใจกฎหมายเข้าสู่ซื้อของลูกค้ากลุ่มนี้ เป็นการศึกษการตระหนักรู้เช่นกัน แต่แตกต่างในด้านกฎหมาย และกลุ่มเป้าหมาย โดยงานวิจัยของสุวณี (2564) ศึกษาพ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
4.	วสันต์ ปราชญ์ศิลป์ (2566) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA):กรณีศึกษาเจ้าหน้าที่สำนักงานข่าวกรองแห่งชาติ	เป็นการศึกษการตระหนักรู้เช่นกัน แต่งานวิจัยของวสันต์ (2566) เน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับการตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร



รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยทั้งแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการเชิงปริมาณเพื่อตรวจสอบถึงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการตระหนักถึงกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อของลูกค้า และใช้วิธีการเชิงคุณภาพในการหาข้อมูลเชิงลึก เพื่อช่วยในการอธิบายถึงข้อเท็จจริง เหตุผล และแนวทางการพัฒนางานวิจัยที่ละเอียดลึกซึ้งต่อไป

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1) ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ จำนวน 100 คน ซึ่งเป็นลูกค้า Gen Y ที่มีอายุระหว่าง 21-37 ปี และเป็นผู้ที่ทำสัญญาสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ 7 ปี (84 งวด) ผ่อนชำระมาแล้วไม่เกิน 1 ปี

เหตุที่เลือกลูกค้า Gen Y ในช่วงระยะเวลาการทำสัญญาสินเชื่อเช่าซื้อดังกล่าว เนื่องจากข้อมูลสถิติของบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (เครดิตบูโร) ที่แสดงข้อมูลว่าในไตรมาสที่ 1/2566 สัญญากู้รถยนต์ใหม่ส่วนใหญ่ 53% เป็นสัญญากู้รถยนต์ของลูกค้า Gen Y และลูกค้า Gen Y ส่วนใหญ่จะเลือกผ่อนระยะยาวที่สุด เพื่อจะได้ผ่อนชำระรายเดือนเป็นเงินจำนวนน้อย

วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size Calculation) ที่是客户ที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ จำนวน 100 คน ผู้วิจัยมีเกณฑ์การคัดเลือกจากการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ธนาคารฝ่ายสินเชื่อของธนาคารชั้นนำ อ้างว่าปกติในแต่ละเดือนจะมีลูกค้ามาใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ประมาณ 1,000 คน และจะเป็นลูกค้า Gen Y ที่มีอายุระหว่าง 21-37 ปี และเป็นผู้ที่ทำสัญญาสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ 7 ปี (84 งวด) ผ่อนชำระมาแล้วไม่เกิน 1 ปี เฉลี่ยประมาณ 80-100 คน ผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนมากที่สุดคือ 100 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

โดยธนาคารชั้นนำดังกล่าว คือ กรุงศรี ออโต้ สาขาเชียงใหม่ เครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธนาคารที่มียอดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์รายใหญ่อันดับ 1 (ข้อมูลจากรายงานประจำปี 2565 ธนาคารกสิกรไทย และจากรายงานผลการดำเนินงานกรุงศรี ออโต้ ปี 2566)

2) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำนวน 6 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารชั้นนำ จำนวน 1 คน, ตัวแทนเจ้าหน้าที่รถยนต์ จำนวน 1 คน, นักวิชาการ จำนวน 1 คน, นักกฎหมาย จำนวน 1 คน และลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำนวน 2 คน เป็นต้น โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 1 ปี และมีอายุระหว่าง 20-50 ปี หรือเกี่ยวข้องกับบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม พ.ศ. 2567 เนื่องจากเป็นช่วง Low Season ที่ธนาคารชั้นนำมักจะมีโปรโมชั่นสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อกระตุ้นยอดขาย จึงทำให้ยอดลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ในเดือนดังกล่าวค่อนข้างสูง

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามสำรวจการตระหนักถึงกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อ โดยจัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และก่อนที่จะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปใช้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทดสอบหาความเที่ยง (Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ พิจารณาตรวจสอบว่าแบบสอบถามดังกล่าวครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา และมีความสัมพันธ์ระหว่างผลการวัดของแบบสอบถามกับตัวแปรที่เกี่ยวข้อง สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะนำไปพัฒนาความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ที่ประชาชนสามารถเข้าใจง่ายและแพร่หลายมากขึ้นในอนาคตหรือไม่ โดยแบบสอบถามสำรวจการตระหนักถึงดังกล่าวเป็นแบบสอบถามแบบไดโคโทมัส (Dichotomous Questionnaire) เป็นคำถามปลายปิด เช่น ทราบและเข้าใจ/ทราบแต่ไม่ค่อยเข้าใจ/ไม่ทราบ หรือ เห็นด้วย/ไม่เห็นด้วย เป็นต้น โดยสอบถามในประเด็นข้อกฎหมายสำคัญ ส่วนคำถามในการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจกฎหมาย

สัญญาเช่าซื้อรถยนต์ในกฎหมายใหม่ และข้อแตกต่างจากกฎหมายเก่า ตลอดจนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และแนวทางในการพัฒนาการตระหนักรู้กฎหมายดังกล่าว โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงเป็นเครื่องมือในการจดบันทึกผลการสนทนา

จริยธรรมการวิจัยในคน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัยในคน และได้รับการรับรองการพิจารณาจริยธรรมโครงการวิจัยในคน (Certificate of Approval) จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2567 และ COA No. HS015/67

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะเก็บจากข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จะดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากการติดต่อ ประสานงาน และรวบรวมเอกสารต่างๆ ตลอดจนรายงานการวิจัย และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการวิจัยต่อไป
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงเอกสารมาพัฒนาเป็นเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเรียบเรียงประเด็นปัญหาข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายเพื่อนำมาพิสูจน์โดยการใช้อย่างเป็นลูกค้ายกย่องบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ณ ฝ่ายงานกฎหมายและงานเร่งรัดหนี้สิน R4 กรุงเทพฯ ออโต้ (สาขาเชียงใหม่) ที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น และเมื่อได้ผลการศึกษาในเชิงปริมาณแล้ว หากพบว่าในประเด็นข้อกฎหมายใดที่ลูกค้ายกย่องบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีความรู้และเข้าใจในกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อน้อย ผู้วิจัยจะเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ดังกล่าวต่อไป

นอกจากนี้ผู้วิจัยจะนำวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) มาสอบถามเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ อาทิ เจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคาร ชำนาญ ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ นักวิชาการ นักกฎหมาย ลูกค้ายกย่องบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของงานวิจัย อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนางานวิจัยที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน การศึกษาอายุการทำงาน ฯลฯ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์ด้านการตระหนักรู้ด้านกฎหมายธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way Analysis of Variance (One-Way ANOVA)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลการวิจัยแบบสอบถามลูกค้า

ลูกค้า Gen Y ที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์จำนวน 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 36-37 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอายุการทำงาน 10 ปีขึ้นไป และทำสัญญาสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ 7 ปี (84 งวด) โดยส่วนใหญ่ผ่อนชำระมาแล้ว 10-12 เดือน (10-12 งวด)

ผลการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ในประเด็นต่าง ๆ ลูกค้าส่วนใหญ่ทราบและเข้าใจในประเด็นข้อ 4. และข้อ 5. มากที่สุดที่ร้อยละ 82 ลูกค้าส่วนใหญ่ทราบแต่ไม่ค่อยเข้าใจในประเด็นข้อ 1. มากที่สุดที่ร้อยละ 23 และลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ทราบในประเด็นข้อ 6. มากที่สุดที่ร้อยละ 12 ตามลำดับ

ตาราง 3 ความรู้และเข้าใจในกฎหมายเข้าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่

ประเด็น	ทราบและเข้าใจ (ร้อยละ)	ทราบแต่ไม่ค่อยเข้าใจ (ร้อยละ)	ไม่ทราบ (ร้อยละ)
1.กฎหมายฉบับใหม่ เอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากกว่ากฎหมายฉบับเดิม	75	23	2
2.กฎหมายฉบับใหม่ ผู้เข้าซื้อต้องเสียดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอกจากเงินต้นคงเหลือแต่ละงวด	78	19	3
3.ผู้เข้าซื้อที่ต้องการปิดบัญชีเข้าซื้อ โดยนำเงินมาชำระค่างวดทั้งหมดก่อนกำหนด ผู้ให้เข้าซื้อต้องให้ส่วนลดแก่ผู้เข้าซื้อ เป็นอัตราดอกเบี้ยร้อยละใหม่	79	18	3
4.ในกรณีผู้เข้าซื้อผิดนัดชำระค่างวด ผู้ให้เข้าซื้อคิดเบี้ยปรับได้ ไม่เกินอัตราร้อยละ 5% ต่อปี โดยคำนวณจากค่างวดที่ค้างชำระ	82	16	2
5.ผู้เข้าซื้อผิดนัด 3 งวด ผู้ให้เข้าซื้อส่งหนังสือบอกกล่าว หากผู้เข้าซื้อละเลยไม่ทำตาม ผู้ให้เข้าซื้อจะมีสิทธิบอกเลิกสัญญาและเรียกกรคืน โดยผู้เข้าซื้อต้องชดใช้หนี้ที่ค้างอยู่ทั้งหมด รวมถึงต้องชดใช้หนี้ส่วนต่างหลังจากขายทอดตลาด	82	15	3
6.กรณีมีการเปลี่ยนสัญญาผู้เข้าซื้อ มีการปรับค่าใช้จ่าย 2,500 บาท (กฎหมายเดิม 4,000 บาท)	73	15	12

แม้ว่าลูกค้านั้นมากกว่าร้อยละ 73 จะตอบว่าทราบและเข้าใจกฎหมายในประเด็นต่าง ๆ แล้ว แต่ยังมีผลการวิจัยเห็นควรให้มีการพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเข้าซื้อรถยนต์ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย (กว่าภาษากฎหมาย) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นด้วย จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 99 และไม่เห็นด้วย จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตาราง 4 การพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเข้าซื้อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย (กว่าภาษากฎหมาย)

	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	99	99.0
ไม่เห็นด้วย	1	1.0
รวม	100	100.0

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจและประสิทธิภาพการทำงานกับการตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเข้าซื้อรถยนต์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวน เช่น ความใส่ใจ ประสิทธิภาพการทำงาน และจำนวนงวดที่ชำระ มีผลต่อระดับ การตระหนักรู้กฎหมายเข้าซื้อรถยนต์ของลูกค้าหรือไม่ พบว่าลูกค้าที่มีความใส่ใจอยู่ในระดับที่ดี มีค่าความตระหนักรู้ในระดับที่ดี มีค่าเฉลี่ยที่ 3.89 ลูกค้า

ที่มีประสิทธิภาพการทำงาน มีค่าความตระหนักอยู่ในระดับที่ดี มีค่าเฉลี่ยที่ 3.91 และการตระหนักกฎหมายของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ อยู่ในระดับที่ดี มีค่าเฉลี่ยที่ 4.04

ตาราง 5 ความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจและประสิทธิภาพการทำงาน

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับ
ความใส่ใจ	3.89	1.02	ดี
ประสิทธิภาพการทำงาน	3.91	1.07	ดี
การตระหนักกฎหมาย	4.04	1.02	ดี

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพบว่าลูกค้าทั้งหมดมีอายุการทำงานโดยเฉลี่ย 10 ปีขึ้นไป ลูกค้าที่ไม่เข้าใจในกฎหมาย มีอายุงานเฉลี่ย 10 ปี ลูกค้าที่เข้าใจน้อย มีอายุงานเฉลี่ย 10 ปี ลูกค้าที่เข้าใจปานกลาง มีอายุงานเฉลี่ย 10 ปี และลูกค้าที่เข้าใจมาก มีอายุงานเฉลี่ย 10 ปี (ตาราง 6)

เมื่อใช้วิธีการ One-Way ANOVA วิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ลูกค้าแต่ละกลุ่มมีอายุงานโดยเฉลี่ยเท่ากัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าลูกค้าที่ไม่เข้าใจกฎหมาย เข้าใจน้อย เข้าใจปานกลาง และเข้าใจมาก มีอายุงานเท่ากัน

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way Analysis of Variance (One-Way ANOVA)

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจในกฎหมายแต่ ละระดับ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย อายุงาน	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สถิติทดสอบ
ไม่เข้าใจ	1	10.00	0.01	F = 1.58
เข้าใจน้อย	1	10.00	0.01	Sig. = 0.200
เข้าใจปานกลาง	29	9.72	1.58	
เข้าใจมาก	69	10.32	1.37	
Total	100	10.20	1.45	

4.3 ผลการวิจัยการสนทนากลุ่ม

จัดขึ้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2567 โดยผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 ท่าน เป็นบุคคลผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำนวน 6 ท่าน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารชั้นนำ 1 ท่าน, ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ 1 ท่าน ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ 2 ท่าน นักวิชาการ 1 ท่าน และนักกฎหมาย 1 ท่าน โดยสรุปประเด็นการสนทนากลุ่มได้ดังนี้

ตาราง 7 สรุปประเด็นการสนทนากลุ่ม

หัวข้อ	คำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจกฎหมายเข้าซื้อรถยนต์ และผลการสนทนากลุ่ม
1.	ท่านทราบและเข้าใจกฎหมายเกี่ยวกับสัญญาเช่าซื้อเพียงใด และทราบหรือไม่ว่ามีกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากกว่ากฎหมายฉบับเดิม ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 ท่าน ทราบและเข้าใจกฎหมายเกี่ยวกับสัญญาเช่าซื้อ โดยช่วยกันอธิบายเกี่ยวกับกฎหมายดังกล่าว นอกจากนี้ นักกฎหมาย นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่ธนาคาร ได้ช่วยกันให้ข้อมูลว่าอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 572-574 โดยผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้ง 6 ท่านทราบว่าไม่มีกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากกว่ากฎหมายฉบับเดิม
2.	กฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ที่วางหลักไว้ว่า ผู้เช่าซื้อต้องเสียดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอกจากเงินต้นคงเหลือแต่ละงวด โดยคำนวณเป็นอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงต่อปี ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้ง 6 ท่านทราบหลักกฎหมายดังกล่าว แต่ที่ปรึกษาการขายรถยนต์และลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ ยังไม่ค่อยเข้าใจหลักเกณฑ์นี้มากนัก เจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อของธนาคารจึงได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การลดต้นลดดอกดังกล่าวจะไปเกี่ยวข้องกับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงรายปีด้วย หมายถึง หากดอกเบี้ยเช่าซื้อรถยนต์คิดดอกเบี้ยแบบคงที่ จะต้องไม่เกินกว่าอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงรายปีที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ นักวิชาการและนักกฎหมายได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าการคิดดอกเบี้ยต้องคิดในอัตราที่แท้จริงต่อปี คืออัตราดอกเบี้ยในลักษณะการคิดดอกเบี้ยลดต้นลดดอก โดยคิดดอกเบี้ยจากเงินต้นคงเหลือในแต่ละงวดซึ่งหากยังไม่มีกฎหมายใดที่กำหนดอัตราดอกเบี้ยค่าเช่าซื้อรถยนต์ไว้โดยเฉพาะ ก็ให้กำหนดอัตราดอกเบี้ยตามกลไกตลาด โดยคำนวณเป็นอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงต่อปี ซึ่งในกรณีรถยนต์ใหม่ ก็ต้องไม่เกินอัตราร้อยละ 10 ต่อปี
3.	กรณีผู้เช่าซื้อที่ต้องการปิดบัญชีเช่าซื้อ โดยนำเงินมาชำระค่างวดทั้งหมดก่อนกำหนด ทางธนาคารผู้ให้เช่าซื้อต้องให้ส่วนลดแก่ผู้เช่าซื้อ เป็นอัตราดอกเบี้ยรายใหม่ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้ง 6 ท่าน ทราบและเข้าใจหลักกฎหมายดังกล่าวว่า กรณีที่ลูกค้าต้องการชำระค่าเช่าซื้อทั้งหมดเพื่อปิดสัญญาเช่าซื้อก่อนครบกำหนดสัญญา ทางธนาคาร(หรือผู้ให้เช่าซื้อ)จะต้องให้ส่วนลดดอกเบี้ยที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระให้แก่ผู้เช่าซื้อ โดยจะคำนวณเงินยอดปิดสัญญาเช่าซื้อจากยอดเงินต้นคงเหลือ, ดอกเบี้ยเช่าซื้อที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ และจะได้รับส่วนลดดอกเบี้ยตามอัตราค่างวดเช่าซื้อตามสัญญาที่ชำระมาแล้ว, ภาษีมูลค่าเพิ่มส่วนที่เหลือตลอดอายุสัญญา, ค่าธรรมเนียมค่าเบี้ยปรับ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ถ้ามี)
4.	ในกรณีผู้เช่าซื้อผิดนัดชำระค่างวดหรือล่าช้า ผู้ให้เช่าซื้อคิดเบี้ยปรับจากผู้บริโภคได้ โดยคิดเบี้ยปรับไม่เกินอัตราร้อยละ 5 ต่อปี โดยคำนวณจากยอดเงินที่ผิดนัดชำระ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้ง 6 ท่าน ทราบหลักกฎหมายดังกล่าวว่าประกาศฉบับใหม่กำหนดให้คิดเบี้ยปรับได้ไม่เกินอัตราร้อยละ 5 ต่อปี โดยเจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อของธนาคารได้อธิบายเพิ่มเติมว่าให้คิดเบี้ยปรับจากยอดหนี้ที่ผิดนัดเท่านั้น ส่วนหนี้ที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ ผู้ให้เช่าซื้อไม่สามารถนำมาคิดเป็นเบี้ยปรับได้ โดยนักวิชาการและนักกฎหมายได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ก่อนหน้าจะมีประกาศฉบับใหม่นี้ มีผู้ประกอบการบางส่วนนำหนี้ทั้งก้อนไปคิดเป็นเบี้ยปรับ ซึ่งถือเป็นการเอาเปรียบลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อ
5.	ในกรณีนำรถออกขายทอดตลาดหากผู้บริโภคถูกยกเลิกสัญญา ผู้ให้เช่าซื้อสามารถนำรถออกขายทอดตลาด และผู้บริโภคจะต้องรับภาระเฉพาะเงินต้นสำหรับค่างวดที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ รวมกับค่างวดที่ค้างชำระ (รวมดอกเบี้ย) และค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นจากการทวงถามหนี้ค่าเช่าซื้อก่อนมีการบอกเลิกสัญญา (โดยกฎหมายใหม่นี้ให้คิดได้เฉพาะเงินต้นเท่านั้น) ในประเด็นข้อคำถามนี้ที่ปรึกษาการขายรถยนต์และลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ยังไม่ค่อยเข้าใจหลักเกณฑ์มากนักเจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อของธนาคารจึงได้อธิบาย

ตาราง 7 สรุปประเด็นการสนทนากลุ่ม (ต่อ)

หัวข้อ	คำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ และผลการสนทนากลุ่ม
	เพิ่มเติมว่า ในประกาศฉบับใหม่ จะให้คำนวณเฉพาะส่วนหนี้ที่ยังขาดชำระเท่านั้น ไม่สามารถเรียกเก็บหนี้ในอนาคตที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระได้ ซึ่งต่างจากกฎหมายเก่าที่หากมีการเลิกสัญญาและมีการยึดรถหนี้ที่ยังขาดอยู่ เจ้าหนี้เช่าซื้อสามารถเรียกเก็บจากผู้เช่าซื้อได้ โดยสามารถเรียกเก็บได้ทั้งเงินต้นและดอกเบี้ยที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ
6.	กรณียกเลิกสัญญาผู้เช่าซื้อ (หลังมีการผิดนัดชำระ 3 งวดติด) ผู้ให้เช่าซื้อส่งหนังสือบอกกล่าวผู้เช่าซื้อที่ค้างชำระ ภายในเวลาอย่างน้อย 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้เช่าซื้อได้รับหนังสือและละเลยไม่ทำตาม ผู้ให้เช่าซื้อจะมีสิทธิบอกเลิกสัญญาเช่าได้ และผู้ให้เช่าซื้อจะมีสิทธิตามกฎหมายที่จะยึดรถได้ โดยผู้เช่าซื้อจะต้องนำรถไปคืน พร้อมกับชดเชยหนี้ที่ค้างอยู่ทั้งหมดคืนให้กับผู้ให้เช่าซื้อ รวมถึงต้องชดเชยค่าขาดราคา ในประเด็นข้อคำถามนี้ที่ปรึกษาการขายรถยนต์และลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ทราบและเข้าใจเบื้องต้นว่าหากขาดส่งเงิน 3 งวดติดต่อกันจะถือว่าผิดสัญญา ธนาคารจะมีหนังสือทวงถามให้ไปชำระเงินภายใน 30 วัน หากไม่ได้ปฏิบัติตามธนาคารก็จะมีสิทธิบอกเลิกสัญญาเช่าซื้อ และจะต้องนำรถไปคืนพร้อมกับชดเชยหนี้ที่ค้างอยู่ทั้งหมดคืนให้กับธนาคาร แต่ยังไม่ค่อยเข้าใจประเด็นการต้องชดเชยรวมถึงค่าขาดราคาและค่าขาดประโยชน์ เจ้าหนี้ที่ด้านสินเชื่อของธนาคารจึงได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ค่าขาดราคานั้นจะเกิดจากการที่ธนาคาร (หรือผู้ให้เช่าซื้อ) นำรถที่ลูกค้านำมาคืน หรือรถที่ไปยึดมาไปขายทอดตลาด หากขายได้ต่ำกว่าราคาขายในท้องตลาดที่ขายกันอยู่เท่าไร ลูกค้าก็ต้องจ่ายส่วนต่างเพิ่มเท่านั้น นอกจากนี้นักวิชาการและนักกฎหมายได้ช่วยกันให้ความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติมว่า ในกรณีลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่เริ่มผ่อนไม่ไหวแต่ยังไม่ผิดสัญญาเช่าซื้อ ก็สามารถเลือกที่จะขายดาวน์รถต่อไปให้คนอื่นได้ หรือนำรถยนต์ไปคืนให้กับธนาคารหรือผู้ให้เช่าซื้อ และบอกเลิกสัญญาก่อนที่จะเป็นฝ่ายผิดนัด ก็จะไม่ต้องชดเชยหนี้เพิ่มเติมนอกจากการจ่ายหนี้ที่ค้างอยู่จนถึงวันที่คืนรถทั้งหมด หรือลูกค้าที่ผ่อนมาพอสมควรแล้วและต้องการเก็บรถไว้ อาจจะต้องหาทางรีไฟแนนซ์หรือปรับโครงสร้างหนี้ คือการขอลดจำนวนเงินที่ต้องผ่อนต่องวดลง แต่ต้องผ่อนในระยะเวลาการผ่อนที่นานขึ้นและดอกเบี้ยที่สูงขึ้นแทน ดังนั้นลูกค้าจึงควรต้องพิจารณาและตัดสินใจให้ดี
7.	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับคำถามที่ว่า ภาษากฎหมายค่อนข้างเข้าใจยาก จึงทำให้เกิดปัญหาในการตระหนักรู้และทำความเข้าใจกับกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อ ที่ปรึกษาการขายรถยนต์ และลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อได้ให้ความเห็นว่าภาษากฎหมายค่อนข้างเข้าใจยากสำหรับคนที่ไม่เรียนทางสายนิติศาสตร์ เพราะมีคำศัพท์เฉพาะทางกฎหมายและต้องมีการตีความ จึงทำให้เกิดปัญหาในการเรียนรู้และทำความเข้าใจ ส่วนเจ้าหน้าที่ธนาคาร นักกฎหมาย และนักวิชาการ ได้ให้ความเห็นว่าถึงแม้จะเรียนจบนิติศาสตร์ก็ตาม แต่กฎหมายมีการปรับปรุง แก้ไข อยู่เสมอ จึงต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจกฎหมายใหม่ๆ อยู่เสมอเช่นกัน แต่ก็ยังสามารถทำความเข้าใจภาษากฎหมายได้ง่ายกว่าบุคคลที่ไม่ได้เรียนคณะนิติศาสตร์

4.4 อภิปรายผลตามคำถามการวิจัย

4.4.1 การตระหนักรู้และความเข้าใจของลูกค้ายกใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

จากผลการศึกษาที่พบว่าลูกค้ายกใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ส่วนใหญ่ มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ เนื่องจากธนาคารชั้นนำจัดเตรียม Sales Sheet และมี QR Code ให้ลูกค้าได้สแกนรับฟังและดูภาพเคลื่อนไหวที่อธิบายเกี่ยวกับการทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อให้ลูกค้าได้ทำความเข้าใจก่อนทำสัญญา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริกัสนธรณ์ ่องอาจ (2559) ที่ศึกษามาตรการทางกฎหมายในการเรียกค่าเสียหายและความรับผิดชอบตามสัญญาเช่าซื้อของผู้เช่าซื้อหากเกิดการผิดสัญญา รวมทั้งการตีความและผลบังคับตามกฎหมายของข้อตกลง ซึ่งมักทำให้ฝ่ายผู้บริโภคมักเป็นฝ่ายเสียเปรียบผู้ประกอบการธุรกิจที่เป็นผู้ให้เช่าซื้อรถยนต์ เพื่อนำไปสู่แนวทางในการแก้ไขปัญหาให้ผู้เช่าซื้อจะได้รับความเป็นธรรมมากขึ้น

แต่ถึงแม้ธนาคารชั้นนำจะจัดเตรียมสื่อ Sales Sheet และ QR Code ให้ลูกค้าก็ตาม จากผลการวิจัยยังคงพบว่า มีลูกค้า Gen Y ร้อยละ 15-23 ทราบแต่ไม่ค่อยเข้าใจ และอีกร้อยละ 2-12 ไม่ทราบข้อกำหนดในประเด็นต่าง ๆ เนื่องจากภาษากฎหมายมีโครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนและใช้ศัพท์เฉพาะทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวจนิจ วิระวิไลกาญจน์ (2564) ที่ศึกษาการตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชน โดยมีข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบรายละเอียดกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ร้อยละ 61.36 แต่ยังมีกลุ่มที่ไม่ทราบ ร้อยละ 38.64

4.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจ และประสิทธิภาพการทำงานกับการตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้ายกใช้

จากผลการวิเคราะห์พบว่าความใส่ใจ ประสิทธิภาพการทำงาน จำนวนงวดที่ชำระ มีความสัมพันธ์ในระดับที่ดีต่อการตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้ายกใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และพบว่าลูกค้ายกใช้ที่มีความใส่ใจมีความตระหนักรู้ต่ำกว่าลูกค้าที่มีความใส่ใจกฎหมาย เพราะลูกค้าที่มีความเข้าใจว่ากฎหมายมีความสำคัญในชีวิตประจำวัน และสร้างความเป็นธรรมในสังคม ลูกค้าจะให้ความสนใจในการอ่านและศึกษาข้อกำหนดต่าง ๆ ให้ดีก่อนทำสัญญา เช่นการอ่าน Sales Sheet หรือสแกน QR Code เพื่อดูและรับฟังสื่ออธิบายข้อควรระวังเกี่ยวกับการทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ ที่ธนาคารชั้นนำจัดเตรียมไว้ให้ เป็นต้น นอกจากนี้ลูกค้าที่มีประสิทธิภาพทำงานนาน และมีจำนวนงวดที่ผ่อนชำระมาหลายงวดแล้ว จะมีความตระหนักรู้กฎหมายสูงกว่าลูกค้าที่มีประสิทธิภาพทำงานน้อยและมีจำนวนงวดที่ผ่อนชำระน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสันต์ ปราชญ์ศิลป์ (2566) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) พบว่าปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ 1) การให้คุณค่า ความใส่ใจ และความสนใจข้อมูลส่วนบุคคล 2) ประสิทธิภาพที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อความตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ เพราะประสิทธิภาพทำให้เห็นถึงความสำคัญและผลกระทบของกฎหมายในสถานการณ์จริง ทำให้พนักงานเข้าใจและปฏิบัติได้ถูกต้องตามกฎหมายมากขึ้น ดังนั้นประสิทธิภาพที่เคยได้รับผลกระทบก่อให้เกิดการเรียนรู้ และส่งผลให้เกิดการตระหนักรู้ในแต่ละบุคคล

4.4.3 แนวทางในการพัฒนาสื่อและวิธีการสื่อสารความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ให้เข้าใจง่ายขึ้น

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ายังมีลูกค้า Gen Y ที่ทราบแต่ไม่ค่อยเข้าใจและไม่ทราบข้อกำหนดเช่าซื้อรถยนต์ จึงทำให้มีผลการวิจัยที่ลูกค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 99 เห็นควรให้มีการพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่ายกว่าภาษากฎหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรธิดา จันทราช (2563) ที่ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของลูกค้ากลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเห็นว่ากลุ่มลูกค้า Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้บริการด้านสินเชื่อสูงในปัจจุบัน จึงควรให้ความสำคัญและนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของธนาคารให้สอดคล้องต่อความต้องการ และการตระหนักถึงความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อของลูกค้ากลุ่มนี้ต่อไป

และสอดคล้องกับผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 ท่าน ต่างมีความคิดเห็นที่ตรงกันว่า เนื่องจากภาษากฎหมายมีโครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนและใช้ศัพท์เฉพาะทาง ตัวอักษรใน Sales Sheet มีขนาดเล็กมาก อ่านลำบาก และลูกค้า

บางคนไม่มีเวลาที่จะสแกน QR Code เพื่อดูสื่อภาพเคลื่อนไหว จึงเห็นควรมีการปรับปรุงพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ออกแบบขนาดตัวอักษรให้เหมาะสมกับการอ่าน และมีความน่าสนใจทางสายตา (Visual Appeal) เพื่อดึงดูดความสนใจให้แกผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ได้ทราบและเข้าใจง่ายขึ้น ถึงสิทธิและหน้าที่ในทางกฎหมายก่อนและหลังทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ธนาคารควรปรับปรุง Sales Sheet ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น ออกแบบให้มีความชัดเจน อ่านง่าย สีสันและการออกแบบที่สวยงามน่าศึกษา

5.1.2 การวิจัยในอนาคต นำสื่อที่ได้ทำปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว นำไปให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ไม่ว่าจะเป็น เจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ รวมถึงนักกฎหมาย นักวิชาการ ได้ศึกษา ทดลองใช้งาน และสำรวจความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่เหมาะสมต่อไป

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 นำข้อมูลการตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเช่าซื้อของลูกค้า ไปเป็นแนวทางให้แก่ธนาคารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาออกแบบสื่อให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่าย มีขนาดตัวอักษรเหมาะสมกับการอ่านมีความน่าสนใจทางสายตา (Visual Appeal) ต่อไป

5.2.2 เป็นแนวทางการพัฒนาวิธีการสื่อสารความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อดึงดูดให้แก่ประชาชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ได้ทราบและเข้าใจถึงสิทธิหน้าที่ในทางกฎหมายก่อนและหลังทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์มากขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาการตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเช่าซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคาร ชี้แนะ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ส่วนใหญ่ มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ เนื่องจากธนาคารชั้นนำจัดเตรียม Sales Sheet และ QR Code ให้ลูกค้าได้สแกนเพื่อรับฟังและดูภาพเคลื่อนไหวที่อธิบายเกี่ยวกับการทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อให้ลูกค้าได้ทำความเข้าใจก่อนทำสัญญา และพบว่าความใส่ใจและประสิทธิภาพการทำงานของลูกค้ามีผลต่อการตระหนักรู้กฎหมาย โดยลูกค้าที่มีความใส่ใจและมีประสิทธิภาพการทำงานนาน จำนวนเวลาที่ชำระ มีค่าความตระหนักรู้กฎหมายที่สูงกว่าลูกค้าที่ไม่มีความใส่ใจและประสิทธิภาพการทำงานน้อย เนื่องจากความใส่ใจและประสิทธิภาพจากการทำงานนาน ก่อให้เกิดการเรียนรู้และเห็นคุณค่าของกฎหมายว่ามีความสำคัญ สร้างความเป็นธรรมและรักษาผลประโยชน์ให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความใส่ใจในการอ่านและศึกษาข้อกฎหมายต่าง ๆ ให้ดีก่อนทำสัญญา เช่น การอ่าน Sales Sheet หรือสแกน QR Code เพื่อดูและรับฟังสื่ออธิบายข้อควรระวังเกี่ยวกับการทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ ที่ธนาคารชั้นนำจัดเตรียมไว้ให้ เป็นต้น ส่งผลให้เกิดการตระหนักรู้ในลูกค้าแต่ละบุคคล

ถึงแม้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับกฎหมาย แต่พบว่ายังมีลูกค้าบางส่วนที่ทราบแต่ไม่ค่อยเข้าใจ และบางส่วนไม่ทราบกฎหมายในประเด็นต่างๆ เนื่องจากภาษากฎหมายมีโครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนและใช้ศัพท์เฉพาะทาง ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 99 เห็นควรมีการพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่ายกว่าภาษากฎหมาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 ท่าน ต่างมีความคิดเห็นที่ตรงกันว่าภาษากฎหมายเข้าใจยาก ตัวอักษรใน Sales Sheet มีขนาดเล็กมากทำให้อ่านลำบาก และลูกค้าบางคนไม่มีเวลาที่จะ

สแกน QR Code เพื่อรับฟังสื่อให้ความรู้ จึงเห็นควรมีการปรับปรุงพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น ออกแบบขนาดตัวอักษรให้เหมาะสมกับการอ่าน และมีความน่าสนใจทางสายตา (Visual Appeal) รวมถึงการให้ความรู้กรณีศึกษา คำพิพากษาฎีกาจากคดีความสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ต่างๆ เพื่อถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงสิทธิและหน้าที่ในทางกฎหมายก่อนและหลังทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ รวมถึงประชาชนทั่วไปให้เกิดตระหนักรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่นี้ได้ง่ายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรุงศรี ออโต. (2567). ผลการดำเนินงานกรุงศรี ออโต้ ปี 2566. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). ค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2567,

จาก <https://www.krungsriauto.com/auto/news-and-activities/ka-news/Krungsri-Auto-Business-Performance-2023.html> /ผลการดำเนินงาน

กลุ่มสถิติการขนส่ง. (2566). ข้อมูลสถิติวิเคราะห์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. กองแผนงานกรมการขนส่ง.

ดำรงศักดิ์ ณ ระนอง. (2565). กฎหมายเกี่ยวกับการเงินธุรกิจ. รายวิชา 3400773. คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทองศักดิ์ ประสพกิตติคุณ. (2534). การประเมินค่าความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จังหวัดตราด [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธนาคารเกียรตินาคินภัทร. (2565). แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2565. ค้นเมื่อ 31 ธันวาคม 2565,

จาก <https://kkp.listedcompany.com/misc/flipbook/index.html?id=265992>/แบบแสดงรายการ

บริษัทหลักทรัพย์สิ่งจํากัด. (2565). สินเชื่อคืออะไร. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2565. จาก <https://luckyleasing.co.th/knowledge-detail/knl0000013>.

ประกาศจากคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565. (12 ตุลาคม 2565). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 139 ตอนพิเศษ 245 หน้า 26-32.

พรธิดา จันทราช. (2563). การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของลูกค้ากลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่ 25) พ.ศ. 2568. (10 มีนาคม 2568). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 142 ตอน 14 ก หน้า 1-3.

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540. (16 พฤศจิกายน 2540). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 114 ตอน 72 ก หน้า 32-36.

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. (4 พฤษภาคม 2522). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 96 ตอน 72 หน้า 20-47.

วสันต์ ปราชญ์ศิลป์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA): กรณีศึกษาเจ้าหน้าที่สำนักงานข่าวกรองแห่งชาติ. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศิริกัศสรณ์ งามอาจ. (2559). ปัญหาการตีความและผลบังคับตามกฎหมายของข้อตกลงเกี่ยวกับกำหนดค่าเสียหายในสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ [วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). สคบ. คุ้มครองสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ ปี 66 มุ่งคุ้มครองผู้บริโภค จับตาการปรับตัวของธุรกิจ. ค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2565. จาก www.kasikornresearch.com

- สาธิต สุติปัญญา. (2566). *เครดิตบูโร ห่วง 'GEN-Y' ก่อหนี้รถยนต์พุ่ง พบเสี่ยงงวดมากที่สุด เสี่ยงเป็น NLP*. ค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2566. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1072631>
- สุวจณี จิระวิไลกาญจน์. (2564). *การตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- หนังสือพิมพ์รายวันทันหุ้น. (22 พฤศจิกายน 2565). *ลีสซิ่งกสิกรไทย" ประกาศใช้สัญญาเช่าใหม่ตามสคบ. มีผล 22 พ.ย.* <https://thunhoon.com/article/264055>
- อนุสรณ์ กาลดิษฐ์. (2548). *การศึกษาความรู้และความตระหนักของนักศึกษาที่มีต่อปัญหา สิ่งแวดล้อมในห้องปฏิบัติการวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัจฉรา โยมสินธุ์. (2555). *365+1 คำศัพท์การเงินและการลงทุน. (พิมพ์ครั้งที่1). สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.*
- Breckler, Robert L. (1986). *The Social Work Dictation*. 3 rd. Washington, D.C.: NASW Press, 45.
- Carden, J., Jones, R. J., & Passmore, J. (2022). Defining self-awareness in the context of adult development: A systematic literature review. *Journal of Management Education*, 46(1), 140–177