

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ขอบเขตการคุ้มครองผู้บริโภคและเว็บไซต์ของหน่วยงานที่รับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภค	8
3.1	การจัดแบ่งพื้นที่กรุงเทพมหานคร 12 กลุ่มเขต	53
3.2	จำนวนเขตที่สุ่มเลือก	54
3.3	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างในเขตที่สุ่มเลือก	55
4.1	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์	67
4.2	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปริมาณสื่อที่ใช้เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคต่อเดือน	69
4.3	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่การเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคต่อเดือน	70
4.4	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค	71
4.5	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะเนื้อหาที่สนใจและต้องการเปิดรับจากสื่อ	72
4.6	จำนวน (ร้อยละ) คำตอบเกี่ยวกับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้แสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคเพิ่มเติม	74
4.7	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคำตอบที่ถูกและผิด	75
4.8	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคตามเกณฑ์ที่กำหนด	78
4.9	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ของระดับความรู้ความเข้าใจกับพฤติกรรมการใช้สิทธิ	79
4.10	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์การถูกละเมิดสิทธิผู้บริโภค	80
4.11	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิทธิผู้บริโภคที่ถูกละเมิด	80
4.12	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการเรียกร้องให้ได้รับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคหลังจากถูกละเมิด	81

4.13	จำนวน (ร้อยละ) ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างว่า การละเมิดสิทธิผู้บริโภค ในข้อใดที่จำเป็นต้องดำเนินการเรียกร้องเพื่อให้ได้รับความคุ้มครองสิทธิ อย่างจริงจัง	82
4.14	จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการที่จะใช้ในการเรียกร้อง การคุ้มครองสิทธิที่เลือกเป็นอันดับที่หนึ่ง - อันดับที่สาม	83
4.15	จำนวน (ร้อยละ) เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างจะไม่ดำเนินการเรียกร้องสิทธิ เมื่อถูกละเมิด	85
4.16	จำนวน (ร้อยละ) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่าง	86
4.17	ผลการทดสอบความแตกต่างของปริมาณการเปิดรับสื่อเกี่ยวสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	88
4.18	ผลการทดสอบความแตกต่างของปริมาณการเปิดรับสื่อเกี่ยวสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	89
4.19	ผลการทดสอบความแตกต่างของปริมาณการเปิดรับสื่อเกี่ยวสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ	89
4.20	ผลการทดสอบความแตกต่างของปริมาณการเปิดรับสื่อเกี่ยวสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา	90
4.21	การเปรียบเทียบความแตกต่างของปริมาณการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ สิทธิผู้บริโภคเป็นรายคู่จำแนกตามระดับการศึกษา	90
4.22	ผลการทดสอบความแตกต่างของปริมาณการเปิดรับสื่อเกี่ยวสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามรายได้	91
4.23	ผลการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการเปิดรับสื่อเกี่ยวสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	92
4.24	ผลการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการเปิดรับสื่อเกี่ยวสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	92
4.25	ผลการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการเปิดรับสื่อเกี่ยวสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ	93
4.26	ผลการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการเปิดรับสื่อเกี่ยวสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา	93

4.27	ผลการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามรายได้.....	94
4.28	การสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ ผู้บริโภคที่แตกต่างกันจะมีเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน.....	94
4.29	ผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	95
4.30	ผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามอายุ.....	96
4.31	การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค เป็นรายคู่ จำแนกตามอายุ.....	96
4.32	ผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ	97
4.33	การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค เป็นรายคู่ จำแนกตามอาชีพ	98
4.34	ผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา.....	99
4.35	การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	99
4.36	ผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค จำแนกตามรายได้.....	100
4.37	การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค เป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้	101
4.38	การสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้บริโภคที่แตกต่างกันจะมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค แตกต่างกัน	102
4.39	ผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบ Chi-Square ของเพศกับพฤติกรรมการ ร้องเรียนเรื่องสิทธิผู้บริโภค	102
4.40	ผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบ Chi-Square ของอายุกับพฤติกรรมการ ร้องเรียนเรื่องสิทธิผู้บริโภค	103

4.41	ผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบ Chi-Square ของอาชีพกับพฤติกรรม การร้องเรียนเรื่องสิทธิผู้บริโภค	103
4.42	ผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบ Chi-Square ของระดับการศึกษากับ พฤติกรรมกรร้องเรียนเรื่องสิทธิผู้บริโภค	104
4.43	ผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบ Chi-Square ของรายได้กับพฤติกรรม การร้องเรียนเรื่องสิทธิผู้บริโภค	104
4.44	การสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 : คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรร้องเรียนในเรื่องสิทธิผู้บริโภค ..	105
4.45	ผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบ Chi-Square ของปริมาณการเปิดรับสื่อ กับพฤติกรรมกรร้องเรียนเรื่องสิทธิผู้บริโภค	105
4.46	ผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบ Chi-Square ของความถี่ในการเปิดรับสื่อ กับพฤติกรรมกรร้องเรียนเรื่องสิทธิผู้บริโภค	106
4.47	ผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบ Chi-Square ของปริมาณการเปิดรับสื่อ กับความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค	106
4.48	ผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบ Pearson Correlation ของปริมาณ การเปิดรับสื่อกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค	107
4.49	ผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบ Pearson Correlation ของความถี่ ในการเปิดรับสื่อกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิผู้บริโภค	107