

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคของนิสิตนักศึกษา และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคของนิสิตนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยของรัฐ (สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยเดิม) ในกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2548 จำนวน 480 คน จากประชากร 90,669 คน ซึ่งได้จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนิสิตนักศึกษา ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ และ Chi-Square (χ^2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไป

นิสิตนักศึกษาจำนวน 480 คน เป็นเพศหญิง 292 คน เพศชาย 188 คน มีอายุเฉลี่ย 20.4 ปี กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 เคยเรียนรู้ “สิทธิของผู้บริโภค” ในระดับมัธยมศึกษา มีบิดาและมารดาจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี บิดาและมารดาประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวมากกว่าครึ่งอาศัยที่บ้านของตนเอง

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค

นิสิตนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทุกวัน ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคจากโทรทัศน์มากที่สุด (38.3%) รองลงมา คือ วิทยุ (21.0%) หนังสือพิมพ์ (18.3%) ป้ายโฆษณา (15.8%) และอินเทอร์เน็ต (10.8%) พ่อแม่/ญาติ (9.2%) เพื่อน/เพื่อนบ้าน (7.5%) ครู/อาจารย์ (7.1%) โปสเตอร์ (5.8%) แผ่นพับ/ใบปลิว (4.2%) สติกเกอร์ (3.8%) นิตยสาร/วารสาร (3.3%) ตามลำดับ ในขณะที่ร้อยละ 75.6 ของนิสิตนักศึกษาระบุว่า ไม่เคยได้รับข่าวสารจากโทรศัพท์รับฟังข่าวสารผ่าน “สายด่วนผู้บริโภคกับคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.)”

ร้อยละ 69.4 ไม่เคยได้รับข่าวสารจากหนังสือคู่มือการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค และร้อยละ 61.7 ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมนิทรรศการ หรือการสัมมนาเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค

นิสิตนักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อมวลชนเกือบทุกวัน ร้อยละ 34.2 รองลงมา นิสิตที่มีการเปิดรับข่าวสารสัปดาห์ละ 1-3 วัน ร้อยละ 28.3 และนิสิตนักศึกษาแทบจะไม่เคยมีการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อมวลชน ร้อยละ 37.5 ในขณะที่ด้านสื่อบุคคล นิสิตนักศึกษาแทบจะไม่เคยมีการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อบุคคล ร้อยละ 63.3 นิสิตนักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อบุคคล เกือบทุกวัน ร้อยละ 19.4 และร้อยละ 17.3 ของนิสิตนักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อบุคคล สัปดาห์ละ 1-3 วัน และด้านสื่อเฉพาะกิจ นิสิตนักศึกษาแทบจะไม่เคยมีการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ 75.7 และร้อยละ 21.0 ของนิสิตนักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อเฉพาะกิจ สัปดาห์ละ 1-3 วัน ส่วนการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อเฉพาะกิจเกือบทุกวัน มีเพียงร้อยละ 3.3

ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค

นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 52.1 มีความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในระดับปานกลาง ร้อยละ 38.7 มีความรู้ในระดับสูง และร้อยละ 9.2 มีความรู้ในระดับต่ำ

ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคของนิสิตนักศึกษามากกว่าร้อยละ 52.1 ตอบถูกในด้านสิทธิที่จะได้รับข่าวสาร มี 5 ข้อ คือ ผู้ประกอบธุรกิจต้องไม่ใช้ข้อความหรือภาพที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง เทปเพลง หลอดไฟฟ้า พัดลม เป็นสินค้าที่ต้องแสดงฉลากตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพ แหล่งกำเนิด และลักษณะของสินค้าว่าเป็นความจริงตามที่ได้โฆษณาไว้ และข้อที่กล่าวไม่ถูกต้อง คือ ข้อความในโฆษณาใช้ถ้อยคำว่า “ที่สุด” ได้ เช่น ดีที่สุด ใหญ่ที่สุด มากที่สุด คำตอบที่ถูกต้อง คือ ข้อความในโฆษณาใช้ถ้อยคำว่า “ที่สุด” ไม่ได้ เช่น ดีที่สุด ใหญ่ที่สุด มากที่สุด นอกจากนั้นนิสิตนักศึกษาตอบถูกไม่ถึงร้อยละ 50.0 มี 1 ข้อ เป็นข้อที่กล่าวไม่ถูกต้อง คือ ผู้บริโภคมีสิทธิขอรับใบแจ้งรายการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่เดียวกันโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย คำตอบที่ถูกต้อง คือ ผู้บริโภคมีสิทธิขอรับใบแจ้งรายการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่เดียวกันโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคของนิสิตนักศึกษามากกว่าร้อยละ 55.4 ตอบถูกในด้านสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือก มี 7 ข้อ คือ ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลือกสินค้าหรือรับบริการ โดยความสนใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลือกสินค้าหรือรับบริการ โดยปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้หากถูกหลอกให้ซื้อสินค้าหรือบริการโดยไม่จำเป็น เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้ที่กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์ หรือ hot line 1569 ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้หากผู้ประกอบการใช้วิธีการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะซื้อ และข้อที่กล่าวไม่ถูกต้อง คือ ผู้บริโภคไม่สามารถร้องเรียนได้หากพบการกล่าวอ้างเกินความจริง หรือเป็นเท็จ คำตอบที่ถูกต้อง คือ ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้หากพบการกล่าวอ้างเกินความจริง หรือเป็นเท็จ ผู้บริโภคไม่สามารถร้องเรียนได้หากพบผู้ประกอบการปรับราคาสินค้าหรือบริการสูงเกินควร หรือปฏิเสธการจำหน่าย คำตอบที่ถูกต้อง คือ ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้หากพบผู้ประกอบการปรับราคาสินค้าหรือบริการสูงเกินควร หรือปฏิเสธการจำหน่าย

ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคของนิสิตนักศึกษามากกว่าร้อยละ 50.8 ตอบถูกในด้านสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย มี 6 ข้อ คือ ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐาน ก่อนที่จะซื้อสินค้าหรือบริการผู้บริโภคมีสิทธิในการทดสอบคุณภาพของสินค้า สำนักงาน อ.ย. กระทรวงสาธารณสุข รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านสุขภาพ หากโทรศัพท์มือถือระเบิดในขณะที่กำลังใช้งาน ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเรียกร้องค่าเสียหายได้ทันที กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดูแลรับผิดชอบคุณภาพสินค้าเกษตรที่เกี่ยวข้องกับสารพิษและโรคพืช และข้อที่กล่าวไม่ถูกต้อง คือ เมื่อรถยนต์ที่จอดในห้างสรรพสินค้าสูญหาย ทางห้างสรรพสินค้าสามารถปฏิเสธความรับผิดชอบได้ คำตอบที่ถูกต้อง คือ เมื่อรถยนต์ที่จอดในห้างสรรพสินค้าสูญหาย ทางห้างสรรพสินค้าไม่สามารถปฏิเสธความรับผิดชอบได้ นอกจากนั้นมี 1 ข้อที่นิสิตนักศึกษาตอบถูกเพียงร้อยละ 36.7 ซึ่งเป็นข้อที่กล่าวไม่ถูกต้อง คือ กฎหมายคุ้มครองเฉพาะผู้บริโภคที่เสียค่าตอบแทนในการซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการ คำตอบที่ถูกต้อง คือ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่เสียค่าตอบแทนในการซื้อสินค้าหรือบริการรวมถึงคุ้มครองผู้ที่ใช้สินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการโดยไม่เสียค่าตอบแทนเองด้วย

ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคของนิสิตนักศึกษามากกว่าร้อยละ 55.6 ตอบถูกในด้านสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา มี 3 ข้อ คือ คำรับประกันสินค้าต้องระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันให้ชัดเจน ผู้ที่จะทำประกันภัยสามารถขอคำปรึกษาได้ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และข้อที่กล่าวไม่ถูกต้อง คือ คำรับประกันสินค้าไม่จำเป็นต้องทำเป็นภาษาไทย คำตอบที่ถูกต้อง คือ คำรับประกันสินค้าจำเป็นต้องทำเป็นภาษาไทย นอกจากนั้นนิสิตนักศึกษาตอบถูกไม่ถึงร้อยละ 50.0 มี 4 ข้อ คือ เมื่อผู้บริโภคได้ใช้สิทธิเลิกสัญญาตามกฎหมายแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไป ภายในกำหนดเวลา 15 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา หากผู้ประกอบธุรกิจส่งมอบหลักฐานการรับเงิน โดยลงจำนวนเงินมากกว่าที่ผู้บริโภคจะต้องชำระ และได้รับเงินจำนวนนั้นไปจากผู้บริโภคแล้ว ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับตั้งแต่ห้าร้อยบาทถึงหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าผู้ประกอบธุรกิจไม่ส่งมอบสัญญาที่มีข้อสัญญา ให้แก่ผู้บริโภคภายในระยะเวลา ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และข้อที่กล่าวไม่ถูกต้อง คือ หลักฐานการโฆษณา เช่น แผ่นพับ แผ่นปลิว ไม่สามารถใช้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาได้ คำตอบที่ถูกต้อง คือ หลักฐานการโฆษณา เช่น แผ่นพับ แผ่นปลิว สามารถใช้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาได้

ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคของนิสิตนักศึกษามากกว่าร้อยละ 54.6 ตอบถูกในด้านสิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย มี 6 ข้อ คือ สื่อมวลชนเป็นอีกช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนเพื่อความเป็นธรรมได้ ผู้ขายสินค้าหรือบริการสามารถชดเชยค่าเสียหายให้ผู้ซื้อเป็นเงิน เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการใช้สินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) หรือโทร. 1166 สายด่วนผู้บริโภค เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมผู้บริโภคสามารถแจ้งเรื่องร้องเรียนได้ที่องค์กรของเอกชน เช่น สภาสตรีแห่งชาติ สมาคมคุ้มครองผู้บริโภค มูลนิธิผู้บริโภค ในต่างจังหวัดผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้ที่คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ณ ศาลากลางจังหวัดทุกจังหวัด ผู้ประกอบธุรกิจสามารถให้ความช่วยเหลือ และการชดเชยอื่น ๆ ที่ไม่ต้องจ่ายเป็นเงินได้ และข้อที่กล่าวไม่ถูกต้อง คือ ผู้บริโภคมอบหมายให้ผู้อื่นฟ้องร้องดำเนินคดีเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ประกอบธุรกิจแทนไม่ได้ คำตอบที่ถูกต้อง คือ ผู้บริโภคมอบหมายให้ผู้อื่นฟ้องร้องดำเนินคดีเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ประกอบธุรกิจแทนได้

การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคโดยรวมของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในกรุงเทพมหานคร

1.1 เมื่อศึกษารายข้อ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคโดยรวมของนิสิตนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพียงประเด็นเดียว คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคจากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคโดยรวม

1.2 เมื่อศึกษารายด้าน พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคของนิสิตนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 8 ประเด็น และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี 1 ประเด็น ดังนี้

1.2.1 การเปิดรับข่าวสารด้านสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านสิทธิที่จะได้รับข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.2.2 การเปิดรับข่าวสารด้านสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.2.3 การเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านสิทธิที่จะได้รับข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.2.4 การเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารหรือวารสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านสิทธิที่จะได้รับข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.2.5 การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.2.6 การเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนหรือเพื่อนบ้านมีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.2.7 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.2.8 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.2.9 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านสิทธิที่จะได้รับข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันการศึกษา ผู้ปกครอง ครู อาจารย์ และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในภาพรวมของนิสิตนักศึกษา มีความรู้ในระดับปานกลาง โดยนิสิตนักศึกษาที่มีความรู้ระดับต่ำด้านสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา เนื่องจากสิทธิของผู้บริโภคด้านการทำสัญญาเป็นสิทธิที่เพิ่มเติมจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พุทธศักราช 2522 และประกาศใช้ในปีพุทธศักราช 2541 จึงเป็นเรื่องใหม่สำหรับนิสิตนักศึกษา และไม่ก่อให้เกิดความสนใจเพราะเห็นว่าเป็นเรื่องไกลตัว แต่หากผู้บริโภคมีความรู้ที่ถูกต้อง จะทำให้สามารถใช้ดุลยพินิจในการตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้อย่างมีความรอบคอบ และไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบได้ง่าย ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะไม่ได้รู้ว่าสิทธิของตนถูกละเมิดไปแล้วหรือไม่ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคแก่นิสิตนักศึกษาอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

2. จากผลการวิจัยพบว่า ข้อคำถามเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคที่นิสิตนักศึกษาตอบถูกน้อยที่สุด สามอันดับสุดท้าย คือ ผู้บริโภคมอบหมายให้ผู้อื่นฟ้องร้องดำเนินคดีเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ประกอบธุรกิจแทนไม่ได้ รองลงมา คือ หลักฐานการโฆษณา เช่น แผ่นพับ แผ่นปลิว ไม่สามารถใช้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาได้ และถ้าผู้ประกอบการไม่ส่งมอบสัญญาที่มีข้อสัญญาให้แก่ผู้บริโภคภายในระยะเวลา ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ โดยข้อคำถามทั้งสามข้ออยู่ในด้านสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา เนื่องจากเป็นเรื่องที่นิสิตศึกษาไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร ซึ่งจะทำให้ถูกเอารัดเอาเปรียบหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นย้ำความรู้ในด้าน

สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาให้เพิ่มมากขึ้น และจากผลการวิจัยยังพบว่า นิสิต นักศึกษาเคยเรียนรู้ “สิทธิของผู้บริโภค” ในระดับมัธยมศึกษาเป็นส่วนใหญ่ โดยในระดับ มหาวิทยาลัย มีเพียงร้อยละ 25.4 ดังนั้น มหาวิทยาลัยและอาจารย์ควรให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคแก่นิสิตนักศึกษามากขึ้น โดยการจัดหลักสูตรหรือรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้บริโภค จัดสื่อการสอนที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของนิสิตนักศึกษา จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นิสิต นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค

3. จากผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษามีระดับการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต พ่อแม่/ญาติ เพื่อน/เพื่อนบ้าน ครู/อาจารย์ ไปสเตอร์ แผ่นพับ/ใบปลิว สติกเกอร์ นิตยสาร/วารสาร ตามลำดับ และนิสิตนักศึกษามีระดับการเปิดรับข่าวสารในระดับน้อยที่สุดจากโทรศัพท์รับฟังข่าวสารผ่าน “สายด่วนผู้บริโภคกับคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.)” รองลงมา คือ กิจกรรมต่าง ๆ เช่น นิทรรศการ การสัมมนา และหนังสือคู่มือการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตามลำดับ โดยนิสิตนักศึกษาได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคจากโทรทัศน์มากที่สุด ดังนั้นสื่อที่เหมาะสมในการให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค คือ โทรทัศน์ หน่วยงานที่มีหน้าที่คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคควรประสานงานกับ สถานีโทรทัศน์ และสถานีวิทยุสถานีต่าง ๆ ให้ออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อให้คนทุกกลุ่ม มีโอกาสเปิดรับข่าวสารได้ ควรมีการนำเสนออย่างสม่ำเสมอมากขึ้น มีความถี่ต่อเนื่อง และส่งเสริมให้มีการผลิตรายการเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถเรียกร้องสิทธิของตนเองผ่านสื่อมวลชนได้ ส่วนในสื่อเฉพาะกิจ เช่น หนังสือคู่มือการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค แผ่นพับ/ใบปลิว ไปสเตอร์ เป็นสื่อที่สามารถให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี แต่เพราะปริมาณของสื่อเหล่านี้ยังมีน้อย ไม่เพียงพอับความต้องการของผู้บริโภค เข้าถึงประชาชนในวงจำกัด จึงทำให้ผู้บริโภคมีการเปิดรับที่ไม่มากเท่าที่ควร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงควรวางแผนรณรงค์ในการเผยแพร่สื่อเหล่านี้ให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น อาจทำได้โดยการเพิ่มจำนวนการผลิตแล้วนำไปเผยแพร่ยังสถาบันการศึกษาหรือชุมชน จัดกิจกรรมที่มีความหลากหลาย และบ่อยครั้งขึ้น นอกจากนั้นในสื่อบุคคล เช่น ครู/อาจารย์ พ่อแม่/ญาติ มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม ที่เหมาะสมแก่นิสิตนักศึกษา ดังนั้นควรมีการส่งเสริมให้สื่อบุคคลเหล่านี้ได้รับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นอย่างต่อเนื่องและเหมาะสม

4. จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กัน และเมื่อพิจารณาในรายชื่อ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคจากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น การให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคเพื่อให้ผู้รับข่าวสารได้รับความรู้ที่ดีที่สุด ควรเป็นสื่อมวลชน โดยผ่านทางหนังสือพิมพ์ เนื่องจากหนังสือพิมพ์ทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร ช่วยอธิบาย และตีความเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้แก่ประชาชนได้รับทราบข้อเท็จจริง รายงานหรือแจ้งข่าวสารให้แก่ประชาชนทราบอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีราคาถูกสามารถหาอ่านได้ง่าย และอ่านได้บ่อยครั้งจนกว่าจะเข้าใจ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในส่วนของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง จึงควรให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข่าวสารโดยผ่านหนังสือพิมพ์ให้มากยิ่งขึ้น มีความถี่ที่เหมาะสมและมีความต่อเนื่อง จัดเนื้อหาที่ทันต่อเหตุการณ์ ตรงกับความต้องการความสนใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคที่เป็นนิสิตนักศึกษา ซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ในสังคม ยังเป็นวัยรุ่นซึ่งอาจจะถูกชักชวน โน้มน้าวได้ง่าย จึงควรมีการส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคที่ถูกต้อง เพราะจะช่วยให้รู้จักรักษาสีห์อันพึงมีพึงได้ของตนเอง และไม่ถูกละเมิดสิทธิหรือการเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจได้โดยง่าย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องหรือมีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค เช่น อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน การสื่อสารในครอบครัว กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เป็นต้น
2. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาเพียงกลุ่มเดียว ซึ่งการเปิดรับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับบุคคลในทุกระดับ เช่น แม่บ้าน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท กลุ่มที่มีความรู้เฉพาะทาง เช่น หน่วยงานแพทย์ หากศึกษาในโอกาสต่อไปอาจขยายขอบเขตของประชากรที่ศึกษาได้
3. ศึกษาเชิงเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค เช่น นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน นิสิตนักศึกษาที่อาศัยอยู่กับบิดามารดา กับที่ไม่อาศัยอยู่กับบิดามารดา เป็นต้น

4. ควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้นโดยศึกษาในรูปแบบของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ใช้เทคนิคการเก็บข้อมูลและเทคนิคการวิจัยที่หลากหลาย แตกต่างกันไป เพื่อศึกษาสภาพและลักษณะการเปิดรับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคที่แท้จริง ตามสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

5. ศึกษากระบวนการหลังจากที่นิสิตนักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารและมีความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค นิสิตนักศึกษาได้นำความรู้ไปใช้จริงในชีวิตประจำวันและมีพฤติกรรมการเรียกร้องหรือร้องเรียนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคอย่างไร