



ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ของบริษัท ยูเอฟซี จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumers' Attitude Towards UFC Co.'s Activities Showing Social Responsibility and
Environmental-caring :The Case of Consumers in Bangkok Metropolitan Area.

ภาณุวัฒน์ พรมทา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร.

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันราชภัฏ

เมษายน 2558

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ของบริษัท ยูเอพีซี จำกัด
ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

ภาณุวัฒน์ พรมทา

หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

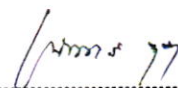
อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ชรินทร์ วิชชุตา

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2557


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุขจิตต์ ณ นคร)


.....กรรมการ / อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร. ชรินทร์ วิชชุตา)


.....กรรมการ / ผู้อำนวยการหลักสูตร
(ดร. พิชัย ทรัพย์เกิด)

ภานุวัฒน์ พรมทา (2558)

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ของบริษัท ยูเอฟซี จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร
ดร.ชนินทร์ วิชชุตา

อาจารย์ที่ปรึกษา

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ยูเอฟซี จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในด้านต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ของผู้บริโภค บริษัท ยูเอฟซี จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ยูเอฟซี จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ยูเอฟซี จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ของบริษัท ยูเอฟซี จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนมกราคม 2557 ถึงเดือนมีนาคม 2557 จำนวน 200 คน ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติ t-test และ ค่าสถิติ F-test หรือความแปรปรวนชนิดทางเดียว (One-Way ANOVA) และทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 - 45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท ส่วนการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ยูเอฟซี จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก วิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ยูเอฟซี จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ สถานภาพและรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5