ชื่อเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัท เทส โก้ โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย นายจักกฤษณ์ อุ่นไธสง
กรรมการที่ปรึกษา ดร.กชธมน วงศ์คำ
ดร.กมลทิพย์ ตรีเดช

ปริญญา บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)
ประธานกรรมการ
กรรมการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2558

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัท เทส โก้โลตัส และศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคมของ บริษัทเทส โก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม รวมถึงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารทาง การตลาด และความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทส โก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม กลุ่ม ตัวอย่างได้แก่ ผู้บริโภค ที่เข้ามาใช้บริการเทส โก้โลตัส ในเขตจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 397 คน ได้มาโดยการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ กำหนดกลุ่มตัวอย่างสัดส่วนโดวด้า และการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วน ประมาุณค่า 5 ระดับ มีความเชื่อมั่นเท่ากับ .95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุดูณลดลอยเช้งเส้น (Multiple Linear Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า

- 1. ความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทส โก้ โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}=3.73$) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านสุขภาพและ สวัสดิการ ($\overline{X}=3.79$) ด้านสิทธิของผู้บริโภค ($\overline{X}=3.76$) ด้านการศึกษา ($\overline{X}=3.72$) ด้านชุมชน และวัฒนธรรม ($\overline{X}=3.65$) และด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ($\overline{X}=3.64$) ตามลำดับ
- 2. ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัท เทส โก้ โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม มีจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ การส่งเสริมการขาย การขาย โดย บุคคลหรือพนักงานขาย การ โฆษณา และการตลาดทางตรง ตัวแปรดังกล่าวสามารถร่วมกัน อธิบายความแปรปรวนของความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทส โก้ ในจังหวัดมหาสารคาม ได้ร้อยละ 57 (R²= 0.56,F= 83.55) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน $Z=0.348~(\mathrm{X_3})+0.251~(\mathrm{X_2})+0.160~(\mathrm{X_1})+0.138~(\mathrm{X_3})$

3. ข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ต่อ ความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้ โลตัส ได้แก่ ควรทำการสำรวจความต้องการของชุมชน ในการทำ CSR ร่วมกับชุมชนในแต่ละ ครั้ง ทั้งนี้เพื่อให้ชุมชนได้ประโยช์จากการทำกิจกรรมเพื่อสังคมได้อย่างแท้จริง ให้ความสำคัญ ในเรื่องของราคาที่กุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพสินค้า ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการ ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานควบคู่ไปกับการกำหนดราคาที่เหมาะสมเพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภค เทสโก้โลตัสมอบโอกาสทางการศึกษาให้กับโรงเรียนในจังหวัดมาหา สาคามมากขึ้น เพื่อสร้างโอกาสให้กับนักเรียนนักศึกษาได้มีความหวังในการศึกษาต่อไปในอนาคต ควรใส่ใจและรักษาคุณภาพของสินค้าที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นและผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค และเอาใจใส่ถูกค้าหลักตามนโยบายของเทสโก้โลตัสมาก ที่สุด ควรให้มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เป็นการเตือนความจำให้กับผู้บริโภคในการไปซื้อสินค้า ที่เทสโก้โลตัส พนักงานควรเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ควรหมุนเวียนการ ส่งเสริมการขายให้กับสินค้าหลาย ๆ ชนิด เช่น สินค้าที่ออกใหม่ควรนำมาส่งเสริมการขาย เพื่อให้ ผู้บริโภคตัดสินใจทดลองใช้สินค้าใหม่นั้น ควรรักษานโยบายในเรื่องราคาสินค้าเพื่อจูงใจให้ซื้อ สินค้าโดยการประชาสัมพันธ์ให้ต่อเนื่อง ให้ข่าวตามความเป็นจริง เป็นต้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY **TITLE:** The Marketing Communications Affecting the Corporate Social Responsibility of Tesco Lotus Co.Ltd. in Maha Sara Kham province.

AUTHOR: Jakkrit Ounthaisong DEGREE: M.B.A. (Business Administration)

ADVISORS: Dr. Kodthamon Wongkham Chairperson

Dr. Kamontip Treedech Committee

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2015

ABSTRACT

This research aimed to study the corporate social responsibility and to study the marketing communications affecting the corporate social responsibility of Tesco Lotus Co.Ltd. in Maha Sara Kham province, including the useful suggestion. The sample was 397 customers walked in; they were sized by Yamane method and selected with sample random sampling. The instrument was the rating scale questionnaire of .95 with reliability. The statistics were frequency, percentage, mean, standard deviation and Multiple Linear Regression Analysis. The qualitative data was analyzed by the Content Analysis.

The research results were found as follows;

- 1. The customers had opinion towards the corporate social responsibility of Tesco Lotus Co.Ltd. in Maha Sara Kham province as overall and all aspect were at high ($\overline{X} = 3.73$), ordering mean from highest to lowest; the direction marketing ($\overline{X} = 3.79$), the promotion ($\overline{X} = 3.76$), the providing information and Public Relations ($\overline{X} = 3.72$), the advertisement and the selling by individuals ($\overline{X} = 3.65$) or sales staff respectively($\overline{X} = 3.64$).
- 2. The marketing communications affecting the corporate social responsibility of Tesco Lotus Co.Ltd. in Maha Sara Kham province by statistical significant at .01 level were the promotion, the selling by individuals or sales staff, the advertisement and the direction marketing; these independent variable could explain the variance of the corporate social responsibility for 57% (R^2 =0.56, F=83.55) as an equation namely;

Regression equation in standard score;

 $\dot{Z} = 0.348 (X_3) + 0.251 (X_2) + 0.160 (X_1) + 0.138 (X_5)$

3. The useful suggestion was found that; advertise an ongoing reminder to customers to purchase at Tesco, attentive staff to serve more customers, current methods of promotion for various products, such as products released by the campaign to give customers new trial, maintains clients by providing ongoing publicity and information with reality, explore the needs of the community to carry out CSR activities with the community to truly benefit the community, focus on value for money compared to product quality, the entrepreneurs should focus on quality and standards including coupled with affordable pricing to meet the needs of consumers, provide educational opportunities to schools in the province to develop a greater threat for youth to have hope for progress in the future, care and treatment of an already great product even better and produce standard products to meet the needs of consumers, and concentrate on core policies of Tesco to offer.

