บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภค ที่เข้ามาใช้บริการร้านสรรพสินค้าโลตัส ในเขตจังหวัดมหาสารคามจำนวน 397 คนโดยใช้สูตรทาโร ยามาเน่ ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีความสมบูรณ์และสามารถนำเข้าสู่การวิเคราะห์ รวมทั้งสิ้น 397 คน จากนั้นนำมาจัดกระทำ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป รายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ นำเสนอด้วยตารางประกอบการบรรยายตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์แทนตัวแปรและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

N	แทน	ประชากร
n	แทน	กลุ่มตัวอย่าง
$\overline{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Coefficient)
F	แทน	ค่าสถิติ F ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
t	แทน	ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

R^2	แทน	ค่าที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดที่มีต่อตัวแปรตาม
R^2 Adjusted	แทน	ค่า R Square ที่ปรับแก้แล้ว
Std. Error of the Estimate	แทน	ค่าที่แสดงระดับของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมาพยากรณ์ตัวแปรตาม

ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัสในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัทเทสโก้โลตัสในจังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัสในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านชุมชน และวัฒนธรรม ด้านสุขภาพและสวัสดิการ ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และด้านสิทธิของผู้บริโภค

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัสในจังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัสในจังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ของผู้บริโภคที่มาใช้บริการของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่มาใช้บริการของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	110	27.70
หญิง	287	72.30
รวม	**397**	**100**
อายุ		
อายุเกิน 30 ปี	163	41.00
อายุระหว่าง 31-40 ปี	97	24.40
อายุ 41 ปี ขึ้นไป	137	34.60
รวม	397	100.00
อาชีพ		
นักเรียน นักศึกษา	79	19.90
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	124	31.20
พนักงานบริษัทเอกชน	114	28.70
ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ	58	14.60
รับจ้างทั่วไป	22	5.50
รวม	397	100.00

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
รายได้		
5,000 บาทหรือต่ำกว่า	51	12.80
5,001-10,000 บาท	35	8.80
10,001-20,000 บาท	165	41.60
20,001-30,000 บาท	97	24.40
30,001-40,000 บาท	11	2.80
มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	21	5.30
ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง	17	4.30
รวม	397	100.00
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา/ปวช.	31	7.80
อนุปริญญา/ปวส.	71	17.90
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	208	52.40
ปริญญาโท	77	19.40
ปริญญาเอก	10	2.50
รวม	397	100.00

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.30 อายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.40 ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28.70 รองลงมาเป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 19.90 รองลงมาเป็นธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 14.60 และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 5.50 มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.60 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ52.40

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัสในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมทุกด้าน

การสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การโฆษณา	3.73	0.35	มาก
2. การขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย	3.68	0.36	มาก
3. การส่งเสริมการขาย	3.77	0.45	มาก
4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	3.75	0.30	มาก
5. การตลาดทางตรง	3.83	0.52	มาก
รวม	**3.73**	**0.18**	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการของเทสโก้โลตัส มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการตลาดทางตรง ($\overline{X}$ =3.83) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\overline{X}$ = 3.77) ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ($\overline{X}$ = 3.75) ด้านการโฆษณา ($\overline{X}$ = 3.73) และด้านการขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย ($\overline{X}$ = 3.68) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 10 วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด ของบริษัทเทสโก้โลตัส จังหวัดมหาสารคาม ด้านการโฆษณา

ด้านการโฆษณา	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ป้ายโฆษณาหน้าร้านเชิญชวนให้ท่านมาซื้อสินค้าและบริการเทสโก้โลตัส	3.54	0.81	มาก
2. เทสโก้โลตัสตกแต่งหน้าร้าน หรือบริเวณร้าน ตามเทศกาลต่าง ๆ ได้เหมาะสม สวยงาม ทำให้ท่านอยากเข้ามาใช้บริการ	3.73	0.80	มาก
3. การโฆษณาผ่านสื่อของโลตัสเป็นภาพสะท้อนความสำเร็จ และรับผิดชอบของบริษัท ทำให้ท่านเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ	3.70	0.81	มาก
4. การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ของเทสโก้โลตัส มีส่วนสำคัญทำให้ท่านได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของโลตัสชัดขึ้น	3.84	0.76	มาก
5. สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ได้แก่ โปรสเตอร์ ใบปลิว แผ่นพับ ดึงดูดใจพร้อมให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบริการ ได้อย่างชัดเจนทำให้ท่านเข้ามาใช้บริการ	3.82	0.80	มาก
รวม	3.73	0.35	มาก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการของเทสโก้โลตัส มีความคิดเห็นต่อการโฆษณา ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ของเทสโก้โลตัส มีส่วนสำคัญทำให้ท่านได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของโลตัสชัดขึ้น ($\overline{X}$ = 3.84) สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ได้แก่ โปรสเตอร์ ใบปลิว แผ่นพับ ดึงดูดใจพร้อมให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบริการ ได้อย่างชัดเจนทำให้ท่านเข้ามาใช้บริการ ($\overline{X}$ = 3.82) เทสโก้โลตัสตกแต่งหน้าร้าน หรือบริเวณร้าน ตามเทศกาลต่าง ๆ ได้เหมาะสม สวยงาม ทำให้ท่านอยากเข้ามาใช้บริการ ($\overline{X}$ =3.73) การโฆษณาผ่านสื่อของโลตัสเป็นภาพสะท้อนความสำเร็จ และรับผิดชอบของบริษัท ทำให้ท่านเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ ($\overline{X}$ =3.70) และป้ายโฆษณาหน้าร้านเชิญชวนให้ท่านมาซื้อสินค้าและบริการเทสโก้โลตัส ($\overline{X}$ =3.74)

ตารางที่ 11 วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด ของบริษัทเทสโก้โลตัส จังหวัดมหาสารคาม ด้านการขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย

ด้านการขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านได้ข้อมูลที่มีประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงกิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้นจากพนักงานขาย	3.70	0.83	มาก
2. พนักงานมีกิริยามารยาทในการให้บริการ พูดจาอ่อนน้อม มีมนุษย์สัมพันธ์ดี ให้คำปรึกษาและแนะนำสินค้าได้เป็นอย่างดี	3.82	0.79	มาก
3. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการเสมอ ทำให้ท่านรู้สึกได้รับความสะดวกในการใช้บริการของเทสโกโลตัส	3.65	0.87	มาก
4. พนักงานขายบริการท่านด้วยความยุติธรรม และให้ข่าวสารข้อมูลอย่างถูกต้องและเป็นจริง	3.58	0.84	มาก
5. ท่านทราบถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางบริษัท จัดขึ้นกับสินค้าภายในร้าน เช่น การจัดโปรโมชั่นลดราคา แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ จากพนักงานขาย	3.65	0.88	มาก
รวม	**3.68**	**0.36**	**มาก**

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการของเทสโก้โลตัส มีความคิดเห็นต่อการขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ พนักงานมีกิริยามารยาทในการให้บริการ พูดจาอ่อนน้อม มีมนุษย์สัมพันธ์ดี ให้คำปรึกษาและแนะนำสินค้าได้เป็นอย่างดี ($\overline{X}$ = 3.82) ท่านได้ข้อมูลที่มีประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงกิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้นจากพนักงานขาย ($\overline{X}$ = 3.70) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการเสมอ ทำให้ท่านรู้สึกได้รับความสะดวกในการใช้บริการของเทสโกโลตัส ($\overline{X}$ = 3.65) ทราบถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางบริษัท จัดขึ้นกับสินค้าภายในร้าน เช่น การจัดโปรโมชั่นลดราคา แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ จากพนักงานขาย ($\overline{X}$ =3.65) และ พนักงานขายบริการท่านด้วยความยุติธรรม และให้ข่าวสารข้อมูลอย่างถูกต้องและเป็นจริง ($\overline{X}$ =3.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด ของบริษัทเทสโก้โลตัส จังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านการส่งเสริมการขาย	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. จัดร้านได้เหมาะสม สะอาด สะดวก มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ทำให้ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า	3.84	0.77	มาก
2. การประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขายโดยจัดกิจกรรม ลดราคา แลก แจก ชิงโชค มีส่วนที่ทำให้ท่านเข้ามาใช้บริการของเทสโก้โลตัส	3.97	0.71	มาก
3. บัตรคลับการ์ดสะสมแต้ม ทำให้ท่านสามารถได้ส่วนลดสินค้า และแลกซื้อสินค้าได้มากมาย	3.65	0.77	มาก
4. จัดแสดงสินค้าราคาพิเศษ ในเทศกาลต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน สงกรานต์ ฯลฯ ทำให้ท่านสนใจที่จะเข้ามาใช้บริการของเทสโก้โลตัสเสมอ ๆ	3.86	1.70	มาก
5. มีสาขาจำนวนมากพร้อมให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมบริการที่จอดรถกว้างขวาง พร้อมมีรถเข็ญ หรือตะกร้าในการจับจ่ายซื้อสินค้าทำให้สะดวกในการเข้าใช้บริการ	3.55	0.70	มาก
รวม	**3.77**	**0.45**	**มาก**

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการของเทสโก้โลตัส มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการขาย ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =3.77) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขายโดยจัดกิจกรรม ลดราคา แลก แจก ชิงโชค มีส่วนที่ทำให้ท่านเข้ามาใช้บริการของเทสโก้โลตัส ($\overline{X}$ = 3.97) จัดแสดงสินค้าราคาพิเศษ ในเทศกาลต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน สงกรานต์ ฯลฯ ทำให้ท่านสนใจที่จะเข้ามาใช้บริการของเทสโก้โลตัสเสมอ ๆ ($\overline{X}$ = 3.86) จัดร้านได้เหมาะสม สะอาด สะดวก มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ทำให้ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า ($\overline{X}$ =3.84) บัตรคลับการ์ดสะสมแต้ม ทำให้ท่านสามารถได้ส่วนลดสินค้า และแลกซื้อสินค้าได้มากมาย ($\overline{X}$ =3.65) และ มีสาขาจำนวนมากพร้อมให้บริการตลอด 24

ชั่วโมง พร้อมบริการที่จอดรถกว้างขวาง พร้อมมีรถเข็ญ หรือตะกร้าในการจับจ่ายซื้อสินค้าทำให้สะดวกในการเข้าใช้บริการ ($\overline{X}$ =3.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด ของบริษัทเทสโก้โลตัส จังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้ข่าวประชาสัมพันธ์

ด้านการให้ข่าวประชาสัมพันธ์	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมของเทสโก้โลตัส ผ่านสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ อยู่เสมอ ๆ	3.64	0.78	มาก
2. การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของเทสโก้โลตัส ทำให้ท่านเชื่อมั่น และไว้ใจ ในการใช้สินค้าและบริหารของเทสโก้โลตัส	3.61	0.84	มาก
3. การให้ข่าว ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม และกิจกรรมทางการตลาดของเทสโก้โลตัส จังหวัดมหาสารคาม มีความทั่วถึง ทำให้ท่านสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ทันทุกครั้ง	3.51	0.88	มาก
4. มีจุดให้บริการประชาสัมพันธ์ พร้อมแนะนำสินค้าและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า	3.92	0.70	มาก
5. ป้ายประกาศ หรือใบปลิว แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ มีส่วนทำให้ท่านเลือกใช้บริการของเทสโก้โลตัส	4.04	0.71	มาก
รวม	**3.75**	**0.30**	**มาก**

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการของเทสโก้โลตัส มีความคิดเห็นต่อการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ โดยรวมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคามอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =3.75) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ป้ายประกาศ หรือใบปลิว แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า และบริการ มีส่วนทำให้ท่านเลือกใช้บริการของเทสโก้โลตัส ($\overline{X}$ = 4.04) มีจุดให้บริการประชาสัมพันธ์ พร้อมแนะนำสินค้าและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ($\overline{X}$ =3.92) ท่านได้รับข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมของเทสโก้โลตัส ผ่านสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ อยู่เสมอ ๆ ($\overline{X}$ =3.64) การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของเทสโก้โลตัส ทำให้ท่านเชื่อมั่น และไว้ใจ ในการใช้สินค้าและบริหารของเทสโก้โลตัส ($\overline{X}$ =3.61)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

และการให้ข่าว ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม และกิจกรรมทางการตลาดของเทสโก้โลตัสจังหวัดมหาสารคาม มีความทั่วถึง ทำให้ท่านสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ทันทุกครั้ง ($\overline{X}$ =3.51) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด ของบริษัทเทสโก้โลตัส จังหวัดมหาสารคาม ด้านการตลาดทางตรง

ด้านการตลาดทางตรง	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. บริษัทเทสโกโลตัสมีการจัดส่งจดหมายและคูปอง รวมถึงข่าวสารต่าง ๆ ให้กับท่านเป็นประจำสม่ำเสมอ	3.81	0.70	มาก
2. การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ เช่น เทศกาลปีใหม่ วันตรุษจีน มีการให้ส่วนลด และคูปองชิงโชคแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ตามจุดโปรโมชั่นต่าง ๆ	3.74	0.70	มาก
3. แจกโบว์ชัวสินค้าและใบปลิวข่าวสารองค์กรให้แก่ ผู้บริโภค หรือลูกค้า เพื่อให้ข้อมูลสินค้า อย่างทั่วถึง	3.84	0.63	มาก
4. ให้บริการสมัครบัตรสมาชิกคลับการ์ดฟรี เพื่อให้ได้สิทธิพิเศษกับลูกค้า ทำให้ท่านสนใจใช้บริการของเทสโก้โลตัส	4.09	0.68	มาก
5. เทสโก้โลตัสมีการจัดบู๊ธซ์แสดงสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่ถูกใจเป็นประจำทุก ๆ เดือน	3.64	2.17	มาก
รวม	**3.83**	**0.52**	**มาก**

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการของเทสโก้โลตัส มีความคิดเห็นต่อการตลาดทางตรง ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =3.83) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ให้บริการสมัครบัตรสมาชิกคลับการ์ดฟรี เพื่อให้ได้สิทธิพิเศษกับลูกค้า ทำให้ท่านสนใจใช้บริการของเทสโก้โลตัส ($\overline{X}$ = 4.09) แจกโบว์ชัวสินค้าและใบปลิวข่าวสารองค์กรให้แก่ ผู้บริโภค หรือลูกค้า เพื่อให้ข้อมูลสินค้า อย่างทั่วถึง ($\overline{X}$ =3.84) บริษัทเทสโกโลตัสมีการจัดส่งจดหมายและคูปอง รวมถึงข่าวสารต่าง ๆ ให้กับท่านเป็นประจำ สม่ำเสมอ ($\overline{X}$ =3.81) การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ เช่น เทศกาลปีใหม่ วันตรุษจีน มีการให้ส่วนลด และคูปองชิงโชคแก่ลูกค้า

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ที่มาใช้บริการ ตามจุดโปรโมชั่นต่าง ๆ ($\overline{X}$ =3.74) และเทสโก้โลตัสมีการจัดบู๊ธซ์แสดงสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่ถูกใจเป็นประจำทุก ๆ เดือน ($\overline{X}$ = 3.64) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านชุมชน และวัฒนธรรม ด้านสุขภาพและสวัสดิการ ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และด้านสิทธิของผู้บริโภค

ตารางที่ 15 ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมทุกด้าน

ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
1. ด้านชุมชน และวัฒนธรรม	3.65	0.32	มาก
2. ด้านสุขภาพและสวัสดิการ	3.79	0.36	มาก
3. ด้านการศึกษา	3.72	0.66	มาก
4 .ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	3.64	0.38	มาก
5. ด้านสิทธิของผู้บริโภค	3.76	0.37	มาก
รวม	3.73	0.18	**มาก**

จากตารางที่ 15 พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านสุขภาพและสวัสดิการ ($\overline{X}$ =3.79) ด้านสิทธิของผู้บริโภค ($\overline{X}$ = 3.76) ด้านการศึกษา ($\overline{X}$ = 3.72) ด้านชุมชน และวัฒนธรรม ($\overline{X}$ = 3.65) และด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ($\overline{X}$ = 3.64) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านชุมชน และวัฒนธรรม

ด้านชุมชน และวัฒนธรรม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
1. เป็นองค์กรที่รณรงค์ให้ผู้บริโภคใช้ถุงผ้า เพื่อลดภาวะโลกร้อนลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน	3.57	0.74	มาก
2. เป็นองค์กรที่สนับสนุนทุนเพื่อการศึกษา และอุปกรณ์กีฬา ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน	3.52	0.83	มาก
3. เป็นองค์กรที่ได้ช่วยเหลือสังคมในการบรรเทาสาธารภัยในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ทาสีปรับปรุงพื้นที่น้ำท่วม จิตอาสาเพื่อชุมชน	3.54	0.79	มาก
4. เป็นองค์กรที่ส่งเสริมประเพณีท้องถิ่นเพียงเพื่อหวังสร้างการยอมรับจากชุมชน	3.79	0.90	มาก
5. เมื่อพูดถึงความรับผิดชอบต่อชุมชนท่านจะนึกถึงบริษัทเทสโก้โลตัส เป็นอันดับแรก	3.81	0.71	มาก
รวม	**3.65**	**0.32**	**มาก**

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 16 พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านชุมชน และวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.65) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ เมื่อพูดถึงความรับผิดชอบต่อชุมชนท่านจะนึกถึงบริษัทเทสโก้โลตัส เป็นอันดับแรก ($\overline{X}$ = 3.81) เป็นองค์กรที่ส่งเสริมประเพณีท้องถิ่นเพียงเพื่อหวังสร้างการยอมรับจากชุมชน ($\overline{X}$ = 3.79) เป็นองค์กรที่รณรงค์ให้ผู้บริโภคใช้ถุงผ้า เพื่อลดภาวะโลกร้อนลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ ชุมชน ($\overline{X}$ = 3.57) เป็นองค์กรที่ได้ช่วยเหลือสังคมในการบรรเทาสาธารภัยในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ทาสีปรับปรุงพื้นที่น้ำท่วม จิตอาสาเพื่อชุมชน ($\overline{X}$ = 3.54) และเป็นองค์กรที่สนับสนุนทุนเพื่อการศึกษาและอุปกรณ์กีฬา ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน ($\overline{X}$ = 3.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสุขภาพและสวัสดิการ

ด้านสุขภาพและสวัสดิการ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
1. เทสโก้โลตัสให้บริการสินค้าที่มีคุณภาพ คุ้มค่า ราคาเหมาะสม ทำให้ท่านเกิดความไว้ใจในบริการของเทสโก้โลตัส	3.98	0.75	มาก
2. เทสโก้โลตัสมุ่งเสริมสร้างสุขภาพผู้บริโภคให้มีสุขภาพแข็งแรง ด้วยการออกกำลังกายตามโครงการ "สุขภาพดี ชีวิตดี กับเทสโก้ โลตัส" ประจำทุกปี	3.78	0.81	มาก
3. เทสโก้โลตัสมีหน่วยงานรับข้อร้องเรียน เพื่อตอบข้องร้องเรียนให้กับลูกค้า หรือผู้บริโภคตลอด 24 ชั่วโมง	3.69	0.74	มาก
4. เทสโก้โลตัสดำเนินงานโดยเน้นความปลอดภัยและสุขภาพของผู้บริโภคเป็นหลัก ตามพันธกิจที่ว่า "สร้างสรรค์คุณค่าที่ดีสำหรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราตลอดไป"	3.76	0.81	มาก
5. เทสโก้โลตัสมีสินค้าที่ได้มาตรฐาน อาหารสดปลอดภัย ใส่ใจผู้บริโภค ทำให้ท่านเกิดความเชื่อมั่นในองค์กรของบริษัทเทสโก้โลตัส	3.74	0.83	มาก
รวม	**3.79**	**0.36**	**มาก**

จากตารางที่ 17 พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสุขภาพและสวัสดิการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X} = 3.79$) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ เทสโก้โลตัสให้บริการสินค้าที่มีคุณภาพ คุ้มค่า ราคาเหมาะสม ทำให้ท่านเกิดความไว้ใจในบริการของเทสโก้โลตัส ($\overline{X} = 3.98$) เทสโก้โลตัสมุ่งเสริมสร้างสุขภาพผู้บริโภคให้มีสุขภาพแข็งแรง ด้วยการออกกำลังกายตามโครงการ "สุขภาพดี ชีวิตดี กับเทสโก้ โลตัส" ประจำทุกปี ($\overline{X} = 3.78$) เทสโก้โลตัสดำเนินงานโดยเน้นความปลอดภัย และสุขภาพของผู้บริโภคเป็นหลัก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตามพันธกิจที่ว่า "สร้างสรรค์คุณค่าที่ดีสำหรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราตลอดไป" ($\overline{X}$ = 3.76) เทสโก้โลตัสมีสินค้าที่ได้มาตรฐาน อาหารสด ปลอดภัย ใส่ใจผู้บริโภค ทำให้ท่านเกิดความเชื่อมั่นในองค์กรของบริษัทเทสโก้โลตัส ($\overline{X}$ = 3.74) และเทสโก้โลตัสมีหน่วยงานรับข้อร้องเรียน เพื่อตอบข้องร้องเรียนให้กับลูกค้า หรือผู้บริโภคตลอด 24 ชั่วโมง ($\overline{X}$ = 3.69)

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการศึกษา

ด้านการศึกษา	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
1. เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมพัฒนาเยาวชน โดยการ ส่งเสริมให้เยาวชนรักการอ่านการเขียน	3.94	0.75	มาก
2. บริษัทเทสโก้โลตัสมหาสารคาม ช่วยเหลือสังคมโดยการมอบทุนสนับสนุนการศึกษาให้แก่เด็กและเยาวชนในท้องถิ่น อยู่เสมอ ๆ	3.61	0.56	มาก
3. บริษัทเทสโก้โลตัสมหาสารคาม สร้างแหล่งเรียนรู้ชุมชน เพื่อพัฒนาทักษะชีวิตให้กับคนในชุมชน โดยท่านมีส่วนร่วม	3.83	2.22	มาก
4. บริษัทเทสโก้โลตัสมหาสารคาม มอบอุปกรณ์การศึกษาได้แก่ ชุดคอมพิวเตอร์แก่โรงเรียนที่ขาดแคลน ในเขตจังหวัดมหาสารคาม	3.63	0.74	มาก
5. เป็นองค์กรที่พยายามสร้างภาพด้านบวกในการส่งเสริมการศึกษาแก่เยาวชน และสุขภาพคนไทยมาเป็นประเด็น	3.56	2.26	มาก
รวม	**3.72**	**0.66**	**มาก**

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 18 พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.72) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมพัฒนาเยาวชน โดยการ ส่งเสริมให้เยาวชนรักการอ่าน การเขียน ($\overline{X}$ = 3.94) บริษัทเทสโก้โลตัสมหาสารคาม สร้างแหล่งเรียนรู้ชุมชน เพื่อพัฒนาทักษะชีวิตให้กับคนในชุมชน โดยท่านมีส่วนร่วม ($\overline{X}$ = 3.83) บริษัทเทสโก้โลตัสมหาสารคาม มอบอุปกรณ์การศึกษาได้แก่

ชุดคอมพิวเตอร์แก่โรงเรียนที่ขาดแคลน ในเขตจังหวัดมหาสารคาม ($\overline{X}$ = 3.63) บริษัทเทสโก้โลตัสมหาสารคาม ช่วยเหลือสังคมโดยการมอบทุนสนับสนุนการศึกษาให้แก่เด็ก และเยาวชนในท้องถิ่น อยู่เสมอ ๆ ($\overline{X}$ = 3.61) เป็นองค์กรที่พยายามสร้างภาพด้านบวกในการส่งเสริมการศึกษาแก่เยาวชน และสุขภาพคนไทย มาเป็นประเด็น ($\overline{X}$ = 3.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
1. เป็นองค์กรที่มีนโยบายสนับสนุน ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการปลูกป่า	3.39	0.72	ปานกลาง
2. เป็นองค์กรที่รณรงค์ให้ผู้บริโภคลดการใช้ถุงพลาสติก โดยมอบแต้ม Green Point เป็นส่วนลดสินค้า เพื่อขอบคุณลูกค้าที่ร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม	3.55	0.81	มาก
3. ผลิตภัณฑ์และบริการของเทสโก้โลตัสมีการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม (ฉลากเขียว) ทำให้ท่านมั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการของเทสโก้โลตัส	3.62	0.90	มาก
4. ท่านเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษณ์สิ่งแวดล้อม โดยการใช้ถุงผ้า หรือตะกร้าแทนถุงพลาสติก ในการช็อปปิ้งเพื่อลดภาวะเรือนกระจก	3.76	0.75	มาก
5. เมื่อพูดถึงธุรกิจค้าปลีกที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมท่านจะนึกถึงบริษัทเทสโก้โลตัส เป็นอันดับแรก	3.86	0.81	มาก
รวม	**3.64**	**0.38**	**มาก**

จากตารางที่ 19 พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.64) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ข้อ สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ เมื่อพูดถึงธุรกิจค้าปลีกที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมท่านจะนึกถึงบริษัทเทสโก้โลตัส

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

เป็นอันดับแรก ($\overline{X}$ = 3.86) ท่านเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษณ์สิ่งแวดล้อม โดยการใช้ถุงผ้า หรือตะกร้าแทนถุงพลาสติก ในการช็อปปิ้งเพื่อลดภาวะเรือนกระจก ($\overline{X}$ = 3.76) ผลิตภัณฑ์และบริการของเทสโก้โลตัสมีการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม (ฉลากเขียว) ทำให้ท่านมั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการของเทสโก้โลตัส ($\overline{X}$ = 3.62) เป็นองค์กรที่รณรงค์ให้ผู้บริโภคลดการใช้ถุงพลาสติก โดยมอบแต้ม Green Point เป็นส่วนลดสินค้า เพื่อขอบคุณลูกค้าที่ร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม ($\overline{X}$ = 3.55) และ อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ การเป็นองค์กรที่มีนโยบายสนับสนุน ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการปลูกป่า ($\overline{X}$ = 3.39) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสิทธิของผู้บริโภค

ด้านสิทธิของผู้บริโภค	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
1. เทสโก้โลตัสผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีใบรับรองมาตรฐาน มีปลอดภัยแก่ผู้บริโภค ทำให้ท่านไว้ใจในเทสโก้โลตัส	3.75	0.73	มาก
2. เทสโก้โลตัสพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และประชาสัมพันธ์การให้บริการแก่ผู้บริโภคอย่างเพียงพอ	3.57	0.72	มาก
3. เทสโก้โลตัสส่งเสริมให้ท่านเป็นคนช่างสังเกตุและให้ความรู้ในการอ่านฉลากโดยการติดป้ายตามชั้นสินค้าทุกที่	3.76	0.74	มาก
4. เทสโก้โลตัสมีศูนย์บริการขับการ์ด เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ทำให้ท่านสอบถามทราบข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว	3.79	0.72	มาก
5. บริษัทเทสโก้โลตัสมหาสารคาม สนับสนุนและให้โอกาสผู้บริโภคในการแสดงความคิดเห็นเพื่อแนะนำองค์กรในการบริการทางสังคม	3.94	0.67	มาก
รวม	**3.76**	**0.37**	**มาก**

จากตารางที่ 20 พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสิทธิของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.76) พิจารณาเป็นรายด้าน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ บริษัทเทสโก้โลตัสมหาสารคาม สนับสนุนและให้โอกาสผู้บริโภคในการแสดงความคิดเห็นเพื่อแนะนำองค์กรในการบริการทางสังคม ($\overline{X}$ = 3.94) เทสโก้โลตัสมีศูนย์บริการขับการ์ด เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ทำให้ท่านสอบถามทราบข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว ($\overline{X}$ = 3.79) เทสโก้โลตัสส่งเสริมให้ท่านเป็นคนช่างสังเกตุ และให้ความรู้ในการอ่านฉลากโดยการติดป้ายตามชั้นสินค้าทุกที่ ($\overline{X}$ = 3.76) เทสโก้โลตัสผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีใบรับรองมาตรฐาน มีปลอดภัยแก่ผู้บริโภค ทำให้ท่านไว้ใจในเทสโก้โลตัส ($\overline{X}$ = 3.75) เทสโก้โลตัสพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และประชาสัมพันธ์การให้บริการแก่ผู้บริโภคอย่างเพียงพอ ($\overline{X}$ = 3.57)

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัสในจังหวัดมหาสารคาม

การวิเคราะห์ ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัสในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regression Analysis ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดกระทำตัวแปร ดังนี้

ตารางที่ 21 แสดงการกำหนดรหัสตัวแปร Interval/Ratio Scale

ปัจจัยที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัส จังหวัดมหาสารคาม	ประเภทตัวแปร	$\overline{X}$	รหัสตัวแปร
1. การโฆษณา	ต่อเนื่อง	3.73	X_1
2. การขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย	ต่อเนื่อง	3.68	X_2
3. การส่งเสริมการขาย	ต่อเนื่อง	3.77	X_3
4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	ต่อเนื่อง	3.75	X_4
5. การตลาดทางตรง	ต่อเนื่อง	3.83	X_5
ความรับผิดชอบทางสังคม โดยรวม		**3.71**	y

ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Coefficients) ระหว่างตัวแปรทั้งหมดในรูปของเมตริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) ตามตารางที่ 22 ดังนี้

ตารางที่ 22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Coefficients) ระหว่างตัวแปรทั้งหมดในรูปของเมตริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation matrix)

ตัวแปร	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	y
การโฆษณา (X_1)	.266	.211	.462	.158	.157	.266
การขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย (X_2)		.127	.208	.208	.128	.211
การส่งเสริมการขาย (X_3)			.198	.025	-.029	.426
การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (X_4)				.196	.083	.158
การตลาดทางตรง (X_5)					.146	.157

หมายเหตุ * Correlation is significant at the .05 level (2-tailed).

จากตารางที่ 22 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Coefficients) ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง ซึ่งพบว่า ไม่มีตัวแปรพยากรณ์ คู่ใดมีปัญหาความสัมพันธ์กันเองสูง เนื่องจากค่าสัมาประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทุกคู่มีค่าระหว่าง 0.025 - 0.462 ดังนั้น ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) จึงไม่เกินข้อตกลง (0.85) ของการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Multiple Linear Regression Analysis ($r< 0.80$) ตัวแปรทั้งหมดจึงเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส จังหวัดมหาสารคาม

ทำการทดสอบสมมติฐานปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของตัวแปร Multiple Linear Regression Analysis โดยใช้วิธี Stepwise Multiple Linear Regression ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ลำดับตัวแปรพยากรณ์ของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของตัวแปร Stepwise Multiple Linear Regression

Model	R	R Square	Adjusted R^2	b	Beta	t	Sig.
1. การส่งเสริมการขาย (X_3)	0.673(a)	0.45	0.454	.338	.348	5.653	.000*
2. การขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย (X_2)	0.732(b)	0.54	0.537	.197	.251	4.566	.000*
3. การโฆษณา (X_1)	0.750(c)	0.56	0.559	.219	.160	2.636	.009*
4. การตลาดทางตรง (X_5)	0.756(d)	0.57	0.565	.132	.138	2.112	.036*
Constant (a)=0.756, S.E.=.376, R=0.572, R^2=0.56, F=83.55							

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 พบว่า ตัวแปรที่ถูกนำเข้าในสมการพยากรณ์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้วยวิธีการ Stepwis มีจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย ด้านการโฆษณา และด้านการตลาดทางตรง ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนดิบ .338 .197 .219 และ .132 ตามลำดับ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ .348 .251 .160 และ .138 ตามลำดับ ตัวแปรดังกล่าวสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้ ในจังหวัดมหาสารคาม ได้ร้อยละ 57 (R^2=0.56, F=83.55) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.756 + 0.338 (X_3) + 0.197 (X_2) + 0.219 (X_1) + 0.132(X_5)$$ สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.348 (X_3) + 0.251 (X_2) + 0.160 (X_1) + 0.138 (X_5)$$

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด และความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัสในจังหวัดมหาสารคาม

จากการตอบแบบสอบถามปลายเปิดที่ผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางาน พัฒนาตัวท่านเอง หรือ พัฒนามหาวิทยาลัย ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.60 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด (397) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โดยการจัดกลุ่มประเด็นสำคัญ (Grouping) แล้ว Coding ถ้อยคำสำคัญ จากนั้นสรุปเรียบเรียงถ้อยคำใหม่ โดยการอธิบายขยายความ (Explanation) เพื่อให้เกิดความชัดเจน รายละเอียดได้เรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อย ดังตารางที่ 24-25

ตารางที่ 24 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม	ความถี่
1. การขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย	
1.1 พนักงานควรเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น	6
1.2 ควรเพิ่มพนักงานประจำจุดชำระเงินในวันหยุด และวันสำคัญต่าง ๆ	5
1.3 พนักงานขายควรให้ความสำคัญในการจัดวางสินค้า โดยจัดแบ่งสินค้าให้เป็นหมวดหมู่มากขึ้น	8
2. การโฆษณา	
2.1 ควรให้มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้า และเตือนความทรงจำ	9
2.2 ควรมุ่งเน้นโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ครอบคลุมเพื่อที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง	5
3. การส่งเสริมการขาย	
3.1 ควรจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดด้านลดราคา หรือซื้อ 1 แถม 1 รวมทั้งการแจกโบชัวร์เพื่อกระตุ้นการจับจ่ายอย่างต่อเนื่อง	12
3.2 ควรจัดทำบัตรสมาชิกให้เพียงพอต่อลูกค้ามากว่าเดิม	10
3.3 ควรหมุนเวียนการส่งเสริมการขายให้กับสินค้าหลาย ๆ ชนิด	8

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ข้อเสนอแนะต่อแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม	ความถี่
4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	
4.1 ควรให้ความสำคัญในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานควบคู่ไปกับการกำหนดราคาที่เหมาะสม	8
4.2 ควรให้ข่าวและประชสัมพันธ์ให้ทั่วถึง และเป็นจริง และรักษานโยบายในเรื่องราคาสินค้าเพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้า	11
5. การตลาดทางตรง	
5.1 ควรจัดระบบสมาชิกเพื่อมอบสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิกร้านค้ามากขึ้น	5
5.2 ควรมีการจัดแสดงสินค้าราคาพิเศษในแต่ลสาขาเพิ่มมากขึ้น	13

การขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย พนักงานควรเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้บางสาขาอาจมีพนักงานไม่เพียงพอ ทำให้การให้บริการเกิดความล่าช้า และควรเพิ่มพนักงานประจำจุดชำระเงินในวันหยุดต่าง ๆ หรือ ในช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมาก เพื่อความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นในการให้บริการ

ด้านโฆษณา ควรให้มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เป็นการเตือนความจำให้กับผู้บริโภคในการไปซื้อสินค้าที่เทสโก้โลตัส ซึ่งการโฆษณานั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าอยู่ในระดับมาก และควรรักษาระดับโฆษณาให้สม่ำเสมอ เพื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมทำให้เกิดความเชื่อมั่นในองค์กร และควรมุ่งเน้นโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ครอบคลุมเพื่อที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

การส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายของเทสโก้โลตัส มีการส่งเสริมการขายอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการส่งเสริมการขายทำให้ผู้บริโภคมีการซื้อเพิ่มขึ้น และกระตุ้นการตัดสินใจได้เร็วขึ้น ซึ่งควรหมุนเวียนการส่งเสริมการขายให้กับสินค้าหลาย ๆ ชนิด เช่น สินค้าที่ออกใหม่ควรนำมาส่งเสริมการขาย เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจทดลองใช้สินค้าใหม่นั้น นอกจากนี้เทสโก้โลตัส ควรจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อเป็นการสะสมแต้มให้ลูกค้าให้เพียงพอในแต่ละสาขา โดยให้ลูกค้าสมัครบัตรคลับการ์ด พร้อมบอกสิทธิประโยชน์ในการใช้บัตรแต่ละครั้งเพื่อเป็นการสนับสนุนให้ลูกค้ามาใช้บริการของเทสโก้โลตัสมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจบริษัทเทสโก้โลตัส ควรจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดด้านลดราคาให้มาขึ้น เช่น การซื้อ 1 แถม 1 รวมทั้งการแจกโบชัวร์เพื่อกระตุ้นการจับจ่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการซื้อซ้ำจนกลายเป็นที่หนึ่งในใจและเลือกใช้บริการเป็นที่แรกเมื่อต้องการซื้อสินค้า และบริการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้บริโภคค่อนข้างที่จะได้รับข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์น้อย และควรรักษานโยบายในเรื่องราคาสินค้าเพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าโดยการประชาสัมพันธ์ให้ต่อเนื่อง ให้ข่าวตามความเป็นจริง นอกจากนี้การแสดงราคาสินค้าต้องมีการติดป้ายแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน ถูกต้อง สามารถมองเห็นได้ง่าย เพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิดของลูกค้า ซึ่งอาจส่งผลต่อการใช้บริการครั้งต่อไป

การตลาดทางตรง ควรจัดระบบสมาชิกเพื่อมอบสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิกร้านค้ามากขึ้น โดยทางร้านควรสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกร้านค้าที่หลากหลายและจูงใจ เพราะสิ่งนี้เป็นตัวช่วยในการกระตุ้นยอดขายของร้านค้าได้เป็นอย่างดี ควรมีการจัดแสดงสินค้าราคาพิเศษในแต่ละสาขาเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายในระดับสาขาให้เพิ่มขึ้น เนื่องจากคู่แข่งจำนวนไม่น้อยที่ทำการตลาดทางตรง ซึ่งอาจดึงลูกค้าของเทสโก้โลตัสไปด้วย ดังนั้นเทสโก้โลตัสก็ต้องมีวิธีการรักษาลูกค้าหรือเพิ่มยอดขายด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 25 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม	ความถี่
6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	
6.1 ควรจัดกิจกรรมเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่เป็นประจำทุก ๆ เดือน	7
6.2 ควรรณรงค์การใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติกให้จิงจังกว่าเดิม	13
7. ด้านชุมชน และวัฒนธรรม	
7.1 เทสโก้โลตัสควรทำการสำรวจความต้องการของชุมชน ในการทำ CSR ร่วมกับชุมชนในแต่ละครั้ง	7
7.1 ควรสนับสนุนทุนเพื่อการศึกษา และอุปกรณ์กีฬา ให้เพิ่มมากขึ้น	7
7.3 ควรมีการประชาสัมพันธ์โครงการให้มากกว่าเดิมเพื่อให้คนในชุมชนมีโอกาสในการเข้าร่วมทำกิจกรรมร่วมกับ เทสโก้โลตัส	10
8. ด้านสุขภาพและสวัสดิการ	
8.1 ควรปรับปรุงบรรยากาศและจัดภูมิทัศน์ทั้งภายนอกและภายในร้านให้สะอาดอยู่เสมอ เพื่อความสะดวกสะบายของลูกค้า	6
8.2 ให้ความสำคัญในเรื่องของราคาที่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพสินค้ามากขึ้น	10

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม	ความถี่
9. ด้านการศึกษา	
9.1ต้องการให้เทสโก้โลตัสมอบโอกาสทางการศึกษาให้กับโรงเรียนในจังหวัดมหาสาคามมากขึ้น	9
9.2 เทสโก้โลตัสควรให้โอกาสสร้างอาชีพแก่คนในชุมชนเพิ่มขึ้น	11
10. ด้านสิทธิของผู้บริโภค	
10.1 ควรใส่ใจและรักษาคุณภาพของสินค้าที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น	12
10.2 ควรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค และเอาใจใส่ลูกค้าหลักตามนโยบายเสมอ ๆ	7

ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ควรจัดกิจกรรมเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่เป็นประจำทุก ๆ เดือน เช่นการรณรงค์การใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก การร่วมกับชุมชนในการปลูกป่า หรือ รักษาแหล่งน้ำในชุมชน เป็นต้น เพื่อเป็นการสื่อให้เห็นว่าเป็นองค์กรที่รักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่าจริงจัง

ด้านชุมชน และวัฒนธรรม เทสโก้โลตัสมหาสารคาม ควรทำการสำรวจความต้องการของชุมชน ในการทำ CSR ร่วมกับชุมชนในแต่ละครั้ง ทั้งนี้เพื่อให้ชุมชนได้ประโยช์จากการทำกิจกรรมเพื่อสังคมได้อย่างแท้จริง และสนับสนุนทุนเพื่อการศึกษา และอุปกรณ์กีฬา ให้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์โครงการให้ให้ทั่วถึง มีการเชิญชวนคนในชุมชนมีส่วนร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกับ เทสโก้โลตัส

ด้านการศึกษา เทสโก้โลตัสมอบโอกาสทางการศึกษาให้กับโรงเรียนในจังหวัดมหาสาคามมากขึ้น เพื่อสร้างโอกาสให้กับนักเรียนนักศึกษาได้มีความหวังในการศึกษาต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ควรให้โอกาสสร้างอาชีพแก่คนในชุมชนเพิ่มขึ้นด้วย เช่นการจ้างงาน การสอนอาชีพ เป็นต้น

ด้านสุขภาพและสวัสดิการ ควรปรับปรุงบรรยากาศและจัดภูมิทัศน์ทั้งภายนอกและภายในร้านให้สะอาดอยู่เสมอ เพราะบรรยากาศภายในร้านเป็นการส่งเสริมการขายอีกจุดหนึ่งที่สามารถดึงลดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ สามารถเพิ่มยอดขายได้เป็นจำนวนมาก และให้ความสำคัญในเรื่องของราคาที่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพสินค้า ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานควบคู่ไปกับการกำหนดราคาที่เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค พนักงานควรให้ความสำคัญในการจัดวางสินค้า โดยจัดแบ่งสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ตามความเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค นอกจากนี้ควรมีสถานที่จอดรถในที่ร่มให้เพียงพอ และปลอดภัย

ด้านสิทธิของผู้บริโภค ควรใส่ใจและรักษาคุณภาพของสินค้าที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นและผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค และเอาใจใส่ลูกค้าหลักตามนโยบายของเทสโก้โลตัสมากที่สุด และควรใส่ใจและรักษาคุณภาพของสินค้าที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น เพื่อลูกค้าจะได้เกิดความเชื่อมั่นในองค์กร และผลิตภัณฑ์ ของเทสโก้โลตัส อีกทั้งผลิตภัณฑ์ต้องมีความหลากหลาย มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาเพื่อให้ได้รับอรรถประโยชน์ในการใช้สินค้าและบริการของเทสโก้โลตัสได้อย่างเต็มที่

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY