

## สารบัญ

หัวเรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ .....	ก
ABSTRACT .....	ค
กิตติกรรมประกาศ .....	ง
สารบัญ .....	จ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญแผนภาพ .....	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
ภูมิหลัง .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	4
สมมติฐานการวิจัย .....	5
ขอบเขตของการวิจัย .....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	9
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>10</b>
แนวคิด ทฤษฎีและเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด .....	10
ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด .....	22
แนวคิดและทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม .....	36
บริบทบริษัทเทสโก้โลตัสจังหวัดมหาสารคาม .....	65
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	84
กรอบแนวคิดในการทำวิจัย .....	97
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....</b>	<b>98</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	98
ข้อตกลงเบื้องต้น .....	100
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	100
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ .....	101

หัวเรื่อง	หน้า
การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ .....	101
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	102
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	103
สถิติที่ใช้ในการวิจัย .....	104
สถานที่ใช้ในการวิจัย .....	105
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>	<b>106</b>
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	106
ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	107
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	108
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>130</b>
สรุปผลการวิจัย .....	131
อภิปรายผล .....	134
ข้อเสนอแนะ .....	142
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>146</b>
<b>ภาคผนวก .....</b>	<b>154</b>
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	155
ภาคผนวก ข ค่าความสอดคล้องของเครื่องมือ.....	165
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ.....	168
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	172
<b>ประวัติผู้วิจัย.....</b>	<b>176</b>

## สารบัญตาราง

หัวเรื่อง	หน้า
1 จุดแข็งและจุดอ่อนของเครื่องมือสื่อสารการตลาดบางชนิด .....	19
2 ประเภทของการส่งเสริมการขาย .....	30
3 เปรียบเทียบระหว่าง Responsive CSR กับ Creative CSR .....	38
4 ลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่มีต่อสังคม .....	43
5 ความรับผิดชอบต่อสังคมแบบตอบสนอง กลยุทธ์ และสร้างสรรค์ .....	61
6 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา .....	99
7 เกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนน เป็นมาตรวัดแบบลิเคอร์ท์ .....	103
8 ผลการวิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม .....	108
9 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมทุกด้าน .....	110
10 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการโฆษณา .....	111
11 วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการขายโดยบุคคลหรือ พนักงานขาย .....	112
12 วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการขาย .....	113
13 วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ .....	114
14 วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการตลาดทางตรง .....	115
15 ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมทุกด้าน .....	116
16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านชุมชน และวัฒนธรรม .....	117

หัวข้อเรื่อง	หน้า
17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสุขภาพและสวัสดิการ .....	118
18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการศึกษา .....	119
19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ .....	120
20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสิทธิของผู้บริโภค .....	121
21 แสดงการกำหนดรหัสตัวแปร Interval/Ratio Scale .....	122
22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Coefficients) ระหว่างตัว แปรทั้งหมดในรูปของเมตริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation matrix) .....	123
23 ลำดับตัวแปรพยากรณ์ของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของ ตัวแปร Stepwise Multiple Linear Regression .....	124
24 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อ ทางสังคม ของบริษัทเทสโก้ โลตัสในจังหวัดมหาสารคาม .....	125
25 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเทสโก้ โลตัสในจังหวัด มหาสารคาม .....	127

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1 การสื่อสารทางการตลาดขององค์กร.....	17
2 การแบ่งระดับของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ .....	17
3 พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ .....	60
4 รูปแบบร้านค้าของโลตัส .....	67
5 สินค้าและบริการของโลตัส .....	68
6 โครงการร่วมกันทำสีปรับปรุงพื้นที่น้ำท่วม .....	76
7 โครงการ 365 วันทำดี เพื่อชุมชน .....	80
8 โครงการ 9 ล้านกล้าฯ กว่า 4.8 หมื่นไร่ .....	81
9 เพิ่มโอกาสผู้การศึกษาเด็กไทย .....	82
10 กรอบความคิดในการวิจัย .....	97