

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการตลาด ($\bar{X} = 3.78$) และด้านการผลิต ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวม พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .234 ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางบวกสูงที่สุด 2 ข้อ ดังนี้ พนักงานขายกับการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .339 และการโฆษณากับการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .304 ตามลำดับ

4. ข้อเสนอแนะของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะ โดยเรียงลำดับความถี่จากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ คือ ด้านการตลาดทางตรง (ความถี่ = 10) ด้านการโฆษณา (ความถี่ = 9) และด้านการเงิน (ความถี่ = 7) ตามลำดับ

TITLE The Relationship between the Integrated Marketing Communication and the Theoretical Principles for Community Enterprise Producers in Maha Sarakham Province

AUTHOR Ms Premruedee Chinnawongsa **DEGREE** M.B.A (Business Administration)

ADVISORS Dr. Atcharaporn Chalermchit Chairperson

Asst. Prof. Dr. Aran Suikradueng Committee

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2013

ABSTRACT

The objectives of this research were to survey the opinions of community enterprise producers in Maha Sarakham province towards the integrated marketing communication, to survey the opinions of community enterprise producers in Maha Sarakham province towards the theoretical principles, to analyze the relationship between the integrated marketing communication and the theoretical principles of community enterprise producers in Maha Sarakham Province and to find some useful suggestions on the integrated marketing communication for the community enterprise producers. The samples were one hundred and sixteen heads of community enterprise groups in Maha Sarakham province consisting of eighty seven heads of consuming products and thirty nine heads of food products. They were selected by simple random sampling and Taro Yamane methods. The instrument was a questionnaire with .917 reliability index. The statistics used were frequency, mean, percentage, standard deviation and Pearson's simple correlation.

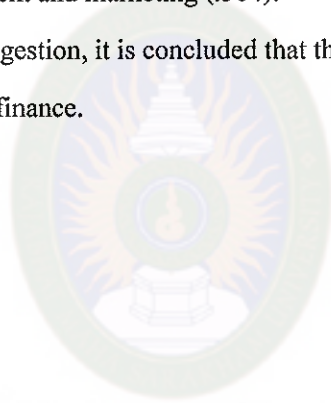
Results of the research were as follows:

1. The finding showed that the average level of the opinion of the community enterprise producers towards the integrated marketing communication was moderate ($\bar{X} = 3.37$). Two high levels of the integrated marketing communication were salesperson ($\bar{X} = 4.45$) and service ($\bar{X} = 3.54$).

2. The finding showed that the average level of the opinion of the community enterprise producers towards the theoretical principles was high ($\bar{X} = 3.57$). Two high levels of the theoretical principles for the integrated marketing communication were marketing ($\bar{X} = 3.78$) and production ($\bar{X} = 3.71$)

3. The finding indicated that the integrated marketing communication was significantly related to the theoretical principles for community enterprise producers in Maha Sarakham Province at the .01 level. The index of correlation coefficient was .234 which the index indicated the low level of the relationship between the theoretical principles and the integrated marketing communication. Two highest positive relations were salesperson and service (.339), and advertisement and marketing (.304).

4. Regarding suggestion, it is concluded that the three highest frequencies are direct sales, advertisement and finance.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY