

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับผลการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม สรุปผลการศึกษาดังนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
2. สมมติฐานการวิจัย
3. วิธีการดำเนินการวิจัย
4. สรุปผลการวิจัย
5. อภิปรายผล
6. ข้อเสนอแนะ

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความความคิดเห็นการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาระดับความความคิดเห็นหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับผลการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม
4. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ผลิตเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม

#### สมมติฐานการวิจัย

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านประชากร

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประธานกลุ่มผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม มีจำนวน 155 กลุ่ม แบ่งเป็นสินค้าอุปโภคจำนวน 112 กลุ่ม สินค้าบริโภคนานาจำนวน 43 กลุ่ม (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดมหาสารคาม.2554 : 5)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประธานกลุ่มผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร ทาโรยามาเน่ (Taro Yamane. 1973 : 727-728) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม แบ่งเป็นสินค้าอุปโภคจำนวน 87 กลุ่ม สินค้าบริโภคนานาจำนวน 39 กลุ่ม

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการขั้นตอนและวิธีการดังนี้

3.1 ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อขอความร่วมมือและขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อขออนุญาตเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวมแบบสอบถาม

3.2 ดำเนินการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ด้วยตัวผู้ศึกษาเอง และผู้ช่วยวิจัยเก็บแบบสอบถาม

3.3 ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับแล้วตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามที่ได้รับคืนมีความสมบูรณ์ทุกฉบับ จึงได้นำแบบสอบถามไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ คือ ค่าการแจกแจงความถี่ (f) และร้อยละ

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้สูตรสหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation) ของเพียร์สัน

4.5 เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ผลิตเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้สถิติ คือ ความถี่ (f) ร้อยละ และการพรรณาคความ

#### สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง

( $\bar{X} = 3.37$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานขาย ( $\bar{X} = 4.45$ ) และการบริการ ( $\bar{X} = 3.54$ ) ตามลำดับ

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

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

4. ข้อเสนอแนะของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะโดยเรียงลำดับความถี่จากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ คือ ด้านการตลาดทางตรง (ความถี่ = 10) ด้านการโฆษณา (ความถี่ = 9) ด้านการเงิน (ความถี่ = 7) ตามลำดับ

## อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานขาย ( $\bar{X} = 4.45$ ) และการบริการ ( $\bar{X} = 3.54$ ) อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ กาส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.42$ ) การโฆษณา ( $\bar{X} = 2.93$ ) และการตลาดทางตรง ( $\bar{X} = 2.57$ ) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าส่วนใหญ่ จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามผ่านทางพนักงานขายที่ประจำอยู่ตามจุดขายหรือร้านที่จำหน่ายสินค้าธุรกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี และการบริการต่างๆ เป็นที่ประทับใจ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการทั้งสองด้านนี้จึงสามารถสร้างการรับรู้ต่อลูกค้าได้มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางลักษณ์ นามบุญดี (2552 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการโฆษณา ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ด้านการใช้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ และด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณชัย อธิรัตน์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอมลาลัย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของ ธ.ก.ส. สาขาอมลาลัย โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ การใช้ยานพาหนะของบริษัทเคลื่อนที่ รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ และการใช้ผลิตภัณฑ์และการจัดสัมมนา

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการตลาด ( $\bar{X} = 3.78$ ) ด้านการผลิต ( $\bar{X} = 3.71$ ) อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการบริหารจัดการ ( $\bar{X} = 3.50$ ) ด้านการเงิน ( $\bar{X} = 3.28$ ) ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ หลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการตลาดมีความจำเป็นอย่างมากในการทำธุรกิจ เพราะส่งผลต่อการบริหารจัดการของธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้ เป็นการสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน ส่งผลให้มีการกระจายรายได้และสร้างความต่อเนื่องของธุรกิจต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชราธร ภูพันธ์เอก (2551 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาสุรากลั่นชุมชน จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัย พบว่า ด้านการตลาดมี ปัญหาที่สำคัญคือ ไม่มีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอ ขาดช่องทางการจัดจำหน่ายและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย ด้านการผลิต ทางกลุ่มสามารถจัดหาปัจจัยการผลิตได้จากภายในท้องถิ่น ด้านการเงิน กลุ่มยังขาดสภาพคล่องและเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน และยังขาดการทำระบบบัญชีมาตรฐานเพื่อใช้ในการตรวจสอบงบการเงิน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธวัชชัย เฟื่องพิณิจ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาหมู่บ้านโอมสเคย์และหมู่บ้านประมงน้ำจืด จังหวัดหนองคาย ผลการวิจัย พบว่า ด้านการผลิตต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องจึงจะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินการธุรกิจโอมสเคย์และหมู่บ้านประมงน้ำจืด



3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับ  
 หลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวม พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .234  
 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับ  
 หลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม มีสัมพันธ์กันอย่างมี  
 นัยสำคัญจำนวน 10 คู่ คู่ที่สัมพันธ์ทางบวก สูงที่สุดคือพนักงานขายกับการบริการ มีความสัมพันธ์  
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .339 ทั้งนี้อาจเป็น  
 เพราะหาโดยหลักการประกอบการธุรกิจทุกประเภทต้องมีการทำการตลาดเพื่อโฆษณา  
 ประชาสัมพันธ์หรือเพื่ออำพรางลักษณะของธุรกิจและทั้งหมดนี้ก็เพื่อสร้างผลกำไรในอนาคต แต่  
 สินค้าธุรกิจชุมชนเป็นการทำธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นจากชุมชนเพื่อชุมชน ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นการสืบ  
 ทอดทางวัฒนธรรมที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่นหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าผู้ผลิตธุรกิจ  
 ชุมชนที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงไม่ยึดหลักการดำเนินงานทางธุรกิจที่แน่นอน มีกระบวนการ  
 ผลิตภายในครอบครัว จึงไม่สนใจและไม่เห็นความสำคัญในการทำการตลาดการสื่อสารแบบบูรณา  
 การ ซึ่งอาจจะเกิดจากไม่ทราบว่าต้องมี หรือต้องทำตามหลักการทางการตลาด จึงทำให้ธุรกิจเติบโต  
 ช้าและไม่ได้ผลกำไรเท่าที่ควร ซึ่งส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบ  
 บูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม มี  
 ความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า คู่ที่มีความสัมพันธ์ทางบวกสูงที่สุด คือ  
 ด้านพนักงานขายกับด้านการบริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานขายเป็นเครื่องมือสื่อสารที่จะทำ  
 ให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าที่ให้บริการได้ดีกว่าด้านอื่น ๆ จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ที่  
 ความสัมพันธ์เป็นบวกสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวภา วายูพา (2551 : บทคัดย่อ) ได้  
 ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเลือกใช้บริการธนาคาร  
 ไทยธนาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต พบว่าความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณา  
 การ ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้าน  
 ผลิตภัณฑ์/บริการ และด้านราคา อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ตามลำดับ รองลงมา ด้านพนักงาน ด้าน  
 ส่งเสริมการตลาด ด้านคุณภาพและด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับต่ำ ตามลำดับ ส่วน  
 ด้านสุดท้ายเป็นด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย พบว่า ความสัมพันธ์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และ  
 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นางลักขณ์ นามบุตดี (2552 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง  
 ความสัมพันธ์ระหว่าง กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับความพึงพอใจของ  
 ผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่ากลยุทธ์  
 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ

ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนมีคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำที่สุดสามลำดับ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างการขายโดยพนักงานขายกับภาพลักษณ์กิจการ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ รองลงมา ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างการขายโดยใช้พนักงานขายกับภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ และลำดับที่สาม ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างการขายโดยพนักงานกับภาพลักษณ์บริษัท มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยเรียงลำดับความถี่จากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ ข้อเสนอแนะที่มีความถี่มากที่สุด คือข้อเสนอแนะด้านการตลาดทางตรง คือควรจะมีอินเทอร์เน็ต และมีโทรศัพท์เพื่อใช้ติดต่อสอบถามข้อมูลสินค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในภาวะปัจจุบันความจำเป็นทางเศรษฐกิจและการลงทุนทางธุรกิจรวมทั้งสภาพสังคมมีส่วนช่วยผลักดันให้อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มีความจำเป็นกับธุรกิจมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงธุรกิจได้มากขึ้น รองลงมา คือข้อเสนอแนะด้านการโฆษณา คือ ควรจะมีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น และมีการวิ่งรุดโฆษณาประชาสัมพันธ์ในพื้นที่เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เป็นวิธีโฆษณาที่แพร่หลายและประหยัดไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและเป็นการย้ำภาพลักษณ์ของธุรกิจอีกทาง ส่วนข้อเสนอแนะด้านการเงิน คือ ควรจะมีงบประมาณในการทำการตลาดทางตรงมากกว่านี้ และมีงบประมาณในการจัดอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การตลาดมีความสำคัญกับสินค้าธุรกิจชุมชนมาก เพราะเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์และนำเสนอสินค้า/บริการ ไปสู่ลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ส่วนพนักงานขายก็เป็นตัวสนับสนุนการขายที่ดี ดังนั้นพนักงานขายควรจะมีการบริการที่มีคุณภาพคอยให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นในด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้า/บริการ และการใช้งาน

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลจากการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม มีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 ผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ควรทำการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ โดยเฉพาะ ด้านพนักงานขาย และด้านการบริการ

1.2 ผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ควรปฏิบัติตามขั้นตอนของหลักการดำเนินงานทางธุรกิจ โดยเฉพาะ ด้านการตลาด และด้านการผลิต

1.3 ผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชน ในจังหวัดมหาสารคาม ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดทางตรง การโฆษณา และด้านการเงิน

## 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานขาย ( $\bar{X} = 4.45$ ) และการบริการ ( $\bar{X} = 3.54$ ) ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชน ในด้านพนักงานขาย และด้านการบริการ

2.2 จากการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการตลาด ( $\bar{X} = 3.78$ ) ด้านการผลิต ( $\bar{X} = 3.71$ ) ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชน

2.3 จากการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .234 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า คู่ที่มีความสัมพันธ์ทางบวกสูงสุด 2 ข้อ ดังนี้ พนักงานขายกับการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .339 และการโฆษณากับการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .304 ตามลำดับ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ

2.4 จากการวิจัยพบว่า ข้อเสนอแนะของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับหลักการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามพบว่า ข้อเสนอแนะด้านการตลาดทางตรงมีความถี่มากที่สุด ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษารูปแบบการสื่อสารการตลาดทางตรงที่หลากหลายรวมทั้งการให้ความสำคัญทางด้าน การโฆษณาและด้านการเงิน