

<b>ชื่อเรื่อง</b>	ความต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรูปแบบของสื่อออนไลน์เพื่อใช้ในการส่งเสริมการตลาด
<b>ผู้ศึกษาค้นคว้า</b>	จิตรี เกียรติจุฑาภรณ์
<b>ที่ปรึกษา</b>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชณะ เตชคณา
<b>ประเภทสารนิพนธ์</b>	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553

### บทคัดย่อ

ความต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรูปแบบของสื่อออนไลน์เพื่อใช้ในการส่งเสริมการตลาด มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษารูปแบบของสื่อออนไลน์ต่างๆ 2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการต่อรูปแบบของสื่อออนไลน์ 3. เพื่อศึกษาหาแนวทางที่เหมาะสมและควรจะเป็นของรูปแบบสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็น Key Informants ได้แก่ นักวิชาการด้านการตลาดและผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ที่ใช้สื่อออนไลน์

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบสื่อออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันได้แก่ Website, Facebook, YouTube etc. ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ได้ตัดสินใจเลือกช่องทางทางการสื่อสารการตลาดช่องทางนี้เช่นกัน เนื่องจากใช้เงินลงทุนต่ำ แต่เป็นสื่อออนไลน์ที่มีความสามารถในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มาก เพราะเป็นสังคมออนไลน์ที่มีขนาดใหญ่ และจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ค้นพบอีกว่า กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ไม่มีความรู้ ไม่มีความเข้าใจ และไม่มีความสามารถเลือกใช้สื่อออนไลน์อย่างถูกต้องและปลอดภัยมากนัก ทำให้การเลือกใช้รูปแบบสื่อออนไลน์เข้ามาช่วยส่งเสริมการตลาดมักก่อให้เกิดการสื่อสารการตลาดที่ไม่สามารถประสบผลสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายเท่าที่ควร ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชน ควรมีการสนับสนุนข้อมูลในการเลือกใช้สื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ โดยการแนะนำการเลือกรูปแบบสื่อออนไลน์ต่างๆ ให้กลับกลุ่มนักธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs มากยิ่งขึ้น และเตรียมความพร้อมด้าน infrastructure ของประเทศ ให้สามารถเอื้ออำนวยความสะดวกและเห็นความปลอดภัยเป็นหลักด้วยเช่นกัน