

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	๑-๕
คำนำ	๖
บทคัดย่อ	๗-๘
สารบัญ	๘
สารบัญตาราง	๑๐
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 ตรวจสอบเอกสาร	
2.1 องค์ความรู้เกี่ยวกับการตลาดซื้อขายล่วงหน้า	3
2.2 องค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร	9
2.3 องค์ความรู้เกี่ยวกับสื่อ	14
2.4 การรับรู้ข่าวสาร	27
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล	34
3.2 วิธีวิเคราะห์	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	
4.1 สภาพเศรษฐกิจและสังคมของผู้นำเกษตรกร	36
4.2 บทบาททางการรวมกลุ่มเกษตรกร	38
4.3 พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้นำเกษตรกร	40
4.4 ความต้องการบริโภคสื่อของผู้นำเกษตรกร	50
4.5 ความรู้ของผู้นำเกษตรกรเกี่ยวกับตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า	51
4.6 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	55
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุป	58
5.2 ข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	66
ภาคผนวก ข. ภาพกิจกรรมการรวบรวมข้อมูล	71

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ข้อดีและข้อจำกัดของสื่อแต่ละประเภท	18
4.1	สภาพทางสังคมของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง	37
4.2	สภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง	38
4.3	สถานสภาพการรวมกลุ่มของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง	39
4.4	เครื่องรับสื่อของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง	41
4.5	กิจวัตรประจำวันของผู้นำเกษตรกร	42
4.6	สื่อที่ผู้นำเกษตรกรนิยมใช้บริโภคข้อมูลข่าวสาร เป็นอันดับ 1	48
4.7	สื่อที่ผู้นำเกษตรกรนิยมใช้บริโภคข้อมูลข่าวสาร เป็นอันดับ 2	48
4.8	สื่อที่ผู้นำเกษตรกรนิยมใช้บริโภคข้อมูลข่าวสาร เป็นอันดับ 3	49
4.9	ช่วงเวลาที่เกษตรกรนิยมใช้บริโภคข้อมูลข่าวสาร	50
4.10	รูปแบบของสื่อที่เกษตรกรต้องการ	50
4.11	ความรู้เกี่ยวกับ AFET ของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง	51
4.12	ทัศนคติเกี่ยวกับ AFET ของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง	53
4.13	ความต้องการความรู้เกี่ยวกับ AFET ของผู้นำเกษตรกร	54
4.14	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้า เกษตรล่วงหน้า	55
4.15	ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับตลาด สินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย	57

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร	11
2.2	แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเซนนอนและวีฟเวอร์	12