

พวงพร ฤทธิมนตรี 2551: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทุนทางสังคมของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ปริญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สาขาวิชาพัฒนาศาสตร์ โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา ปรธานกรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์พรเทพ พัฒนานุรักษ์, ศศ.ม.
173 หน้า

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลสามารถทำนายทุนทางสังคมของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัว ความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวกับเครือข่าย ความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชน ภาวะผู้นำ ความสัมพันธ์ของชุมชนกับภายนอก ความสำคัญต่อสาธารณะและความสำคัญต่อท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนตลาดสามชุก จำนวน 178 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด โดยวิธีของ Cronbach สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-test และ F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอน กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ระดับทุนทางสังคมของชุมชนตลาดสามชุก อยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ความไว้วางใจ เชื่อใจ ความสามัคคี ความเอื้ออาทร ความร่วมมือร่วมใจ ความสนับสนุนและช่วยเหลือ ความตระหนักในสิทธิอันเป็นประโยชน์ของชุมชน การทำกิจกรรมในชุมชน และการเป็นสมาชิกกลุ่ม องค์กรและเครือข่ายทางสังคมอยู่ในระดับที่สูงเช่นกัน ความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัว ความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวกับเครือข่าย ความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชน ภาวะผู้นำ ความสัมพันธ์ของชุมชนกับภายนอก ความสำคัญต่อสาธารณะและความสำคัญต่อท้องถิ่น อยู่ในระดับสูง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษาและระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่ต่างกัน มีระดับทุนทางสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการศึกษาตัวแปรอิสระรวม 12 ตัว พบว่าที่มีตัวแปรอิสระ 4 ตัวที่มีอิทธิพลสามารถทำนายทุนทางสังคมของชุมชนตลาดสามชุกได้ โดยลำดับที่ 1 คือ ความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชน สามารถทำนายทุนทางสังคมได้ร้อยละ 34.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ลำดับที่ 2 คือ ภาวะผู้นำ สามารถทำนายทุนทางสังคมได้ร้อยละ 12.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ลำดับที่ 3 คือ ความสัมพันธ์ของชุมชนกับภายนอก สามารถทำนายทุนทางสังคม ได้ร้อยละ 4.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และลำดับที่ 4 ความสำคัญต่อสาธารณะ สามารถทำนายทุนทางสังคม ได้ร้อยละ 2.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวสามารถร่วมกันทำนายทุนทางสังคมได้ร้อยละ 54.6

Puangporn Ritmontri 2008: Factors Influencing on Social Capital in Community of Sam Chuk Market, Suphan Buri Province. Master of Arts (Social Development), Major Field: Social Development, Interdisciplinary Graduate Program. Thesis Advisor: Mr. Pornthep Patananurak, M.A. 173 pages.

The main objective of this study was to investigate factors (the characteristic variables, family relation, family relation and relatives, community relation, leadership, community and external relation, public consciousness and local consciousness) that could predict social capital in community of Sam Chuk Market, Suphan Buri Province. The samples were consisted of 178 subjects who live in community of Sam Chuk Market. Data were collected through questionnaires. Reliability tests were used Coefficient Alpha by Cronbach. Analytical statistics included the percentages, the arithmetic mean, the standard deviation, t-test, F-test and Stepwise Multiple Regression Analysis. Statistical significance level was set at 0.05.

The results of this study showed that the social capital in community of Sam Chuk Market, Suphan Buri Province was at high level. All elements of social capital which consisted of trust, solidarity, reciprocity, cooperation, help and support, civic engagement, civic participation in community activities and social network were also at high level respectively. Moreover, the family relation, family relation and relatives, community relation, leadership, community and external relation, public consciousness and local consciousness were at high level.

In the analysis of 12 independent variables, it was found that 4 independent variables could predict the social capital in community of Sam Chuk Market, Suphan Buri Province. The first one was community relation that could predict the social capital for 34.2%. The second was leadership that could predict the social capital for 12.9%. The third was community and external relation that could predict 4.7%. The last was public consciousness that could predict the social capital for 2.8%. In which all 4 variables could combined predict the social capital in community of Sam Chuk Market, Suphan Buri Province for 54.6%.