

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร

การศึกษานี้ทำโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อสอบถามจากเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร 35 บริษัท จำนวนทั้งสิ้น 390 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ผู้ศึกษาแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานคร 7 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร 7 ด้าน ดังนี้

3.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent Sample T-Test) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม กับ การรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม

3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance: ANOVA) ใช้ศึกษาความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ อายุ อายุการทำงาน และรายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถามกับการรับรู้ด้านคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม

3.3 การวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอย (Linear Regression Analysis) สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเกี่ยวกับ คุณภาพชีวิต

ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต กับคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	174	44.6
หญิง	216	55.4
รวม	390	100

จากตารางที่ 1 พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.4 และเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 44.6

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
21-30 ปี	142	36.4
31-40 ปี	173	44.4
41-50 ปี	71	18.2
51-60 ปี	4	1
รวม	390	100

จากตารางที่ 2 พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.4 อายุ 41-50 ปีคิดเป็นร้อยละ 18.2 และอายุ 51-60 ปี น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	250	64.1
สมรส	134	34.4
หย่า	5	1.3
หม้าย	1	0.3
รวม	390	100

จากตารางที่ 3 พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพโสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.1 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 34.4 สถานภาพหย่าคิดเป็นร้อยละ 1.3 และสถานภาพหม้ายน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	289	74.1
ปริญญาโท	100	25.6
ปริญญาเอก	1	0.3
รวม	390	100

จากตารางที่ 4 พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีการศึกษา
ระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.1 รองลงมาเป็นระดับปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 25.6
และระดับปริญญาเอกคิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุการทำงานของการเป็นเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์

อายุการทำงาน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1-3 ปี	80	20.5
3.1-6 ปี	134	34.4
6.1-9 ปี	73	18.7
9.1-12 ปี	33	8.5
12.1-15 ปี	27	6.9
มากกว่า15 ปี	43	11
รวม	390	100

จากตารางที่ 5 พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุงานระหว่าง 3.1-6 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมาคือ 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.5 อายุงานระหว่าง 6.1-9 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.7 อายุงาน 9.1-12 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.5 อายุงาน 12.1-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.9 และอายุงานมากกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 11

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ระดับรายได้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
10,000-20,000 บาท	98	25.1
20,001-30,000 บาท	115	29.5
30,001-40,000 บาท	81	20.8
40,001-50,000 บาท	36	9.2
50,001 บาท ขึ้นไป	60	15.4
รวม	390	100

จากตารางที่ 6 พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับรายได้สูงสุดระหว่าง 20,001-30,000 คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ 10,000-20,000 คิดเป็นร้อยละ 25.1 ระดับรายได้ 30,001-40,000 คิดเป็นร้อยละ 20.8 รายได้ 50,000 บาท ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 15.4 และ 40,001-50,000 คิดเป็นร้อยละ 9.2

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตารางที่ 7-14 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยของเจ้าหน้าที่การตลาด บริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม ส่วนตารางที่ 14 สรุปผลการแจกแจงระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม

ตารางที่ 7 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านร่างกาย

คุณภาพชีวิตด้านร่างกาย	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิต				คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เลย	เล็กน้อย	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ทุกวันนี้ มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	12 (3.1)	126 (32.3)	239 (61.3)	13 (3.3)	89.03 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ในปีที่ผ่านมา เจ็บป่วยรุนแรงจนต้อง นอนโรงพยาบาล	1 (0.3)	23 (5.9)	92 (23.6)	274 (70.3)	97.5 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
คนในที่ทำงานร่วมมือร่วมใจกัน ทำงาน	15 (3.8)	90 (23.1)	259 (66.4)	26 (6.7)	94.98 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ทำงานด้วยความกระฉับกระเฉง กระปรี้กระเปร่า	3 (0.8)	96 (24.6)	267 (68.5)	24 (6.2)	97.20 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
รับประทานอาหารในแต่ละวันได้ เพียงพอ	4 (1.0)	51 (13.1)	308 (79.0)	27 (6.9)	103.57 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ	69 (17.7)	193 (49.5)	111 (28.5)	17 (4.4)	64.52 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)
พักผ่อนนอนหลับในแต่ละวันอย่าง เพียงพอ	16 (4.1)	163 (41.8)	193 (49.5)	18 (28.5)	83.49 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
สามารถจัดการกับความเครียดจาก การทำงานได้	14 (3.6)	154 (39.5)	206 (52.8)	16 (4.1)	85.02 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ค่าเฉลี่ยรวม					79.67 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)

ระดับ

ต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 00.00-54.00)

ปานกลางค่อนข้างต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 54.01-81.00)

ปานกลางค่อนข้างสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 81.01-108.00)

สูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 108.01-162.00)

จากตารางที่ 7 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัท หลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านร่างกายโดยรวม อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 79.67 คะแนน) ดังนี้

ปัจจัยด้านร่างกายที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง มีคะแนนเฉลี่ย ของระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือการรับประทานอาหารแต่ละวันได้เพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 103.57 คะแนน) รองลงมาคือในปีที่ผ่านมาได้เจ็บป่วยรุนแรงจนต้องนอนโรงพยาบาล (คะแนนเฉลี่ย 97.5 คะแนน) ,การทำงานด้วยความกระตือรือร้น กระปรี้กระเปร่า (คะแนนเฉลี่ย 97.20 คะแนน), คนที่ ทำงานร่วมมือกัน (คะแนนเฉลี่ย 94.98 คะแนน), มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง (คะแนนเฉลี่ย 89.03 คะแนน), สามารถจัดการกับความเครียดจากการทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 85.02 คะแนน), และได้ พักผ่อนนอนหลับในแต่ละวันอย่างเพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 83.49 คะแนน) ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยด้านร่างกายที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ได้แก่ การ ออกกำลังกายสม่ำเสมอ (คะแนนเฉลี่ย 64.52 คะแนน)

ตารางที่ 8 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่
การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตใจ

คุณภาพชีวิตด้านจิตใจ	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิต				คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เลย	เล็กน้อย	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สามารถปรึกษาหัวหน้างานเมื่อมี ปัญหาในการทำงานได้	25 (6.4)	129 (33.1)	202 (51.8)	34 (8.7)	87.92 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความพึงพอใจในความเป็นตัว ของตัวเอง	6 (1.5)	71 (18.2)	245 (62.8)	68 (17.4)	105.92 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความพึงพอใจในความเป็นอยู่ ทุกวันนี้	17 (4.4)	128 (32.8)	213 (54.6)	32 (8.2)	90.00 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความภูมิใจในผลสำเร็จของงาน ที่ได้รับมอบหมาย	10 (2.6)	121 (31.0)	229 (58.7)	30 (7.7)	92.63 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีสมาธิตลอดเวลาในการทำงาน	2 (0.5)	103 (26.4)	272 (69.7)	13 (3.3)	94.98 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความสามารถเป็นที่พึ่งของคน ในครอบครัว	8 (2.1)	130 (33.3)	218 (55.9)	34 (8.7)	92.49 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความสุขในการทำงานที่สถาน ประกอบการแห่งนี้	5 (1.3)	101 (25.9)	267 (68.5)	17 (4.4)	94.98 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจในยามทุกข์	3 (0.8)	111 (28.5)	245 (68.5)	31 (4.4)	96.09 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความไว้วางใจเพื่อนร่วมงาน	16 (4.1)	120 (30.8)	231 (59.2)	23 (5.9)	90.14 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
สามารถพึ่งพาเพื่อนร่วมงานใน เรื่องการทำงานได้	14 (3.6)	116 (29.7)	227 (58.2)	33 (8.5)	92.63 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ค่าเฉลี่ยรวม					93.73 (ปานกลางค่อนข้างสูง)

ระดับ

- ต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 00.00-54.00)
 ปานกลางค่อนข้างต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 54.01-81.00)
 ปานกลางค่อนข้างสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 81.01-108.00)
 สูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 108.01-162.00)

จากตารางที่ 8 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านจิตใจโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างสูง (คะแนนเฉลี่ย 93.73 คะแนน) โดยปัจจัยด้านจิตใจที่มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือพึงพอใจในความเป็นตัวเอง (คะแนนเฉลี่ย 105.92 คะแนน) รองลงมาคือ มีสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจในยามทุกข์ (คะแนนเฉลี่ย 96.02), มีสมาธิในการทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 94.98 คะแนน), มีความสุขในการทำงานที่นี้ (คะแนนเฉลี่ย 94.98 คะแนน), ภูมิใจในผลสำเร็จของงานที่ได้รับมอบหมาย (คะแนนเฉลี่ย 92.63 คะแนน), สามารถพึ่งพาเพื่อนร่วมงานในเรื่องการทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 92.63 คะแนน), สามารถเป็นที่พึ่งของคนในครอบครัว (คะแนนเฉลี่ย 92.49 คะแนน), ไว้วางใจในเพื่อนร่วมงาน (คะแนนเฉลี่ย 90.14 คะแนน), พึงพอใจในความเป็นอยู่ทุกวันนี้ (คะแนนเฉลี่ย 90.00) และสามารถปรึกษาหัวหน้างานเมื่อมีปัญหาในการทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 87.92 คะแนน) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคม

คุณภาพชีวิตด้านสังคม	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิต				คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เลย	เล็กน้อย	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ทำงานตามหน้าที่ได้ ด้วยตัวเอง	0 (0)	26 (6.7)	299 (76.7)	65 (16.7)	113.40 (มาก)
สามารถพูดคุยกับผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานได้	4 (1.0)	83 (21.3)	251 (64.4)	52 (13.3)	102.60 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
เพื่อนร่วมงานเป็นเสมือนคนในครอบครัวเดียวกัน	33 (8.5)	122 (31.3)	218 (55.9)	17 (4.4)	84.32 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีส่วนร่วมให้ข้อคิดเห็นในการทำงานได้	3 (0.8)	146 (37.4)	230 (59.0)	11 (2.8)	88.48 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ได้รับข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์จากเพื่อนร่วมงานและผู้บริหาร	12 (3.1)	146 (37.4)	215 (55.1)	17 (4.4)	86.82 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของที่ทำงาน	8 (2.1)	131 (33.6)	231 (59.2)	20 (5.1)	90.42 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ระหว่างการเดินทางมาทำงาน	3 (0.8)	91 (23.3)	271 (69.5)	25 (6.4)	98.03 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ที่ทำงานมีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย	0 (0)	98 (25.1)	274 (70.3)	18 (4.6)	96.92 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ค่าเฉลี่ยรวม					95.12 (ปานกลางค่อนข้างสูง)

ระดับ

ต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 00.00-54.00)

ปานกลางค่อนข้างต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 54.01-81.00)

ปานกลางค่อนข้างสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 81.01-108.00)

สูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 108.01-162.00)

จากตารางที่ 9 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านสังคมโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างสูง (คะแนนเฉลี่ย 95.12 คะแนน) ดังนี้

ปัจจัยด้านสังคมที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง คือทำงานตามหน้าที่ได้ด้วยตัวเอง (คะแนนเฉลี่ย 113.40 คะแนน)

ปัจจัยด้านสังคมที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ สามารถพูดคุยกับผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานได้ (คะแนนเฉลี่ย 102.60 คะแนน) รองลงมาคือ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระหว่างการเดินทางมาที่ทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 98.03 คะแนน), ที่ทำงานของท่านมีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย (คะแนนเฉลี่ย 96.92 คะแนน), เข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของที่ทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 90.42 คะแนน), มีส่วนร่วมให้ข้อคิดเห็นในการทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 88.48 คะแนน), ได้รับข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ต่อท่านจากเพื่อนร่วมงานและผู้บริหาร (คะแนนเฉลี่ย 86.82 คะแนน) และเพื่อนร่วมงานเป็นเสมือนคนในครอบครัวเดียวกัน (คะแนนเฉลี่ย 84.32 คะแนน) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

คุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิต				คะแนนเฉลี่ย (แปลผล) (ปานกลางค่อนข้างสูง)
	ไม่เลย	เล็กน้อย	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีความพึงพอใจในวันหยุดที่ได้รับ	7 (1.8)	128 (32.8)	228 (58.5)	27 (6.9)	92.08 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ยอมรับในกฎระเบียบของสถานประกอบการ	12 (3.1)	123 (31.5)	243 (62.3)	12 (3.1)	89.31 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
สามารถเดินทางไปทำงานได้สะดวก	5 (1.3)	133 (34.1)	216 (55.4)	36 (9)	93.18 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในขณะที่ทำงาน	1 (0.3)	92 (23.6)	277 (71.0)	20 (5.1)	97.75 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกที่สถานประกอบการจัดให้ เช่น ห้องพักผ่อน ห้องรับประทานอาหาร ห้องน้ำและห้องส้วม	12 (3.1)	138 (35.4)	229 (58.7)	11 (2.8)	87.09 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ที่ทำงานให้ข้อมูล และความรู้ ในเรื่อง ความปลอดภัยใน การทำงานอย่างเพียงพอ	17 (4.4)	153 (39.2)	208 (53.3)	13 (3.1)	83.77 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ที่ทำงานมีอุปกรณ์ช่วยในการทำงาน อย่างเพียงพอ	11 (2.8)	129 (33.1)	232 (59.5)	18 (4.6)	89.58 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ได้รับการยอมรับ หรือคำชมเชยจาก ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน	13 (3.3)	168 (43.1)	203 (52.1)	6 (1.5)	81.97 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ค่าเฉลี่ยรวม					89.34 (ปานกลางค่อนข้างสูง)

ระดับ

- ต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 00.00-54.00)
 ปานกลางค่อนข้างต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 54.01-81.00)
 ปานกลางค่อนข้างสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 81.01-108.00)
 สูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 108.01-162.00)

จากตารางที่ 10 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัท
หลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านสิ่งแวดล้อม
โดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างสูง (คะแนนเฉลี่ย 89.34 คะแนน) โดยปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
ที่มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในขณะ
ทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 97.75 คะแนน) รองลงมาคือสามารถเดินทางไปยังที่ทำงานได้สะดวก (คะแนน
เฉลี่ย 93.18 คะแนน), พึงพอใจในวันหยุดที่ได้รับ (คะแนนเฉลี่ย 92.08 คะแนน), มีอุปกรณ์ช่วยใน
การทำงานอย่างเพียงพอ(คะแนนเฉลี่ย 89.58 คะแนน), ยอมรับในกฎระเบียบของสถานประกอบการ
(คะแนนเฉลี่ย 89.31 คะแนน), พึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกที่สถานประกอบการจัดให้ เช่น
ห้องพักผ่อน ห้องรับประทานอาหาร ห้องน้ำและห้องส้วม (คะแนนเฉลี่ย 87.09 คะแนน), ที่ทำงาน
ได้ให้ข้อมูล และความรู้ ในเรื่องความปลอดภัยในการทำงานอย่างเพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 83.77
คะแนน) และได้รับการยอมรับ หรือคำชมเชยจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน (คะแนนเฉลี่ย
81.97 คะแนน) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่
การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิญญาณ

คุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิต				คะแนนเฉลี่ย (แปลผล) (ปานกลางค่อนข้างสูง)
	ไม่เลย	เล็กน้อย	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
งานที่ทำทุกวันนี้ คอบสนองเป้าหมาย ในชีวิต	13 (3.3)	172 (44.1)	193 (49.5)	12 (3.1)	82.2 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความคิดเห็นว่างานมีคุณค่าแก่สังคม	11 (2.8)	181 (46.4)	187 (47.9)	11 (2.8)	81.42 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความภูมิใจที่ได้ทำงานที่สถาน ประกอบการแห่งนี้	11 (2.8)	121 (31.0)	231 (59.2)	27 (6.9)	91.94 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
คิดที่จะลาออก ไปหางานใหม่ทำ	84 (21.5)	173 (44.4)	103 (26.4)	30 (7.7)	64.94 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีความมั่นใจในความมั่นคงของสถาน ประกอบการ และทีมผู้บริหาร	19 (4.9)	124 (31.8)	228 (58.5)	19 (4.9)	88.20 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ใช้ความรู้ความสามารถในการทำงาน ได้อย่างเต็มที่	6 (1.5)	110 (28.2)	247 (63.3)	27 (6.9)	94.85 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีส่วนเผยแพร่ชื่อเสียงของสถาน ประกอบการ	14 (3.6)	185 (47.4)	177 (45.4)	14 (3.6)	80.45 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
มีโอกาสได้พัฒนาความสามารถในงาน อย่างต่อเนื่อง	7 (1.8)	167 (42.8)	201 (51.5)	15 (3.8)	85.02 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
สามารถทำกิจกรรมทางศาสนาได้ตาม ความต้องการ	5 (1.3)	143 (36.7)	208 (53.3)	34 (8.7)	91.52 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ค่าเฉลี่ยรวม					84.51 (ปานกลางค่อนข้างสูง)

ระดับ

ต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 00.00-54.00)

ปานกลางค่อนข้างต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 54.01-81.00)

ปานกลางค่อนข้างสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 81.01-108.00)

สูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 108.01-162.00)

จากตารางที่ 11 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัท หลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านจิตวิญญาณ โดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างสูง (คะแนนเฉลี่ย 84.51 คะแนน) โดยปัจจัยด้านจิตวิญญาณที่มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ให้ความรู้ความสามารถในงานได้อย่างเต็มที่ (คะแนนเฉลี่ย 94.85 คะแนน) รองลงมาคือ ภูมิใจที่ได้ทำงานที่นี่ (คะแนนเฉลี่ย 91.94 คะแนน), สามารถทำกิจกรรมทางศาสนาได้ตามความต้องการ (คะแนนเฉลี่ย 91.52 คะแนน), มีความมั่นใจในความมั่นคงของสถานประกอบการ และทีมผู้บริหาร (คะแนนเฉลี่ย 88.20 คะแนน), มีโอกาสได้พัฒนาความสามารถในงานอย่างต่อเนื่อง (คะแนนเฉลี่ย 85.02 คะแนน), งานที่ทำทุกวันนี้ ตอบสนองเป้าหมายในชีวิต(คะแนนเฉลี่ย 82.2 คะแนน), รู้สึกว่างานของท่านมีคุณค่าแก่สังคม (คะแนนเฉลี่ย 81.42 คะแนน), ได้มีส่วนเผยแพร่ชื่อเสียงของสถานประกอบการ (คะแนนเฉลี่ย 80.45 คะแนน) และ คิดที่จะลาออก ไปหางานใหม่ทำ (คะแนนเฉลี่ย 64.94 คะแนน) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคงใน ชีวิต

คุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิต				คะแนนเฉลี่ย (แปลผล) (ปานกลางค่อนข้างสูง)
	ไม่เลย	เล็กน้อย	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ได้รับรายได้ที่เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ	19 (4.9)	164 (42.1)	193 (49.5)	14 (3.6)	81.97 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
สามารถจัดการกับรายจ่าย หรือหนี้สิน ได้อย่างเหมาะสม	17 (4.4)	146 (37.4)	198 (50.8)	29 (7.4)	87.09 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
สร้างหนี้เพื่อความมั่นคงของครอบครัว ในระยะยาวอย่างเหมาะสม	61 (15.6)	182 (46.7)	127 (32.6)	20 (5.1)	68.68 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)
มีความพึงพอใจในสวัสดิการต่าง ๆ ที่ สถานประกอบการจัดให้	26 (6.7)	167 (42.8)	191 (49.0)	6 (1.5)	78.51 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)
ได้รับการตรวจสุขภาพประจำปีอย่าง เพียงพอ	12 (3.1)	119 (30.5)	227 (58.2)	32 (8.2)	92.63 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
สามารถเก็บออมเงินไว้ใช้ในยาม จำเป็นได้เพียงพอ	36 (9.2)	192 (49.2)	148 (37.9)	14 (3.6)	73.38 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)
เคยได้รับการเลื่อนขั้นเงินเดือน หรือ เลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น	68 (17.4)	196 (50.3)	114 (29.6)	12 (3.1)	63.69 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)
งานที่ทำอยู่ในขณะนี้ เหมาะสมกับ ความรู้ความสามารถ	25 (6.4)	161 (41.3)	186 (47.7)	18 (4.6)	81.28 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ค่าเฉลี่ยรวม					78.40 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)

ระดับ

ต่ำ	(ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 00.00-54.00)
ปานกลางค่อนข้างต่ำ	(ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 54.01-81.00)
ปานกลางค่อนข้างสูง	(ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 81.01-108.00)
สูง	(ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 108.01-162.00)

จากตารางที่ 12 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัท
หลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านความมั่นคงใน
ชีวิตโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 78.40 คะแนน) ดังนี้

ปัจจัยด้านความมั่นคงในชีวิตที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ได้รับการตรวจสอบสุขภาพประจำปีอย่างเพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 92.63 คะแนน) รองลงมาคือสามารถจัดการกับรายจ่าย หรือหนี้สิน ได้อย่างเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ย 87.09 คะแนน), ได้รับรายได้ที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ (คะแนนเฉลี่ย 81.97 คะแนน) และงานที่ทำอยู่ในขณะนี้ เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ (คะแนนเฉลี่ย 81.28 คะแนน) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความมั่นคงในชีวิตที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำคือ พึงพอใจในสวัสดิการต่าง ๆ ที่สถานประกอบการจัดให้ (คะแนนเฉลี่ย 78.51 คะแนน), สามารถเก็บออมเงินไว้ใช้ในยามจำเป็นได้เพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 73.38 คะแนน), สร้างหนี้เพื่อความมั่นคงของครอบครัวในระยะยาวอย่างเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ย 68.68 คะแนน) และได้รับการเลื่อนขั้นเงินเดือนหรือเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น (คะแนนเฉลี่ย 63.69 คะแนน) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต ในภาพรวม

คุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิต				คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เลย	เล็กน้อย	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การทำงานที่สถานประกอบการแห่งนี้ มีความหมาย และมีความสำคัญ	10 (2.6)	109 (27.9)	244 (62.6)	27 (6.9)	93.88 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
สร้างหนี้เกินกำลังที่จะผ่อนใช้ได้	3 (0.8)	60 (15.4)	190 (48.7)	137 (35.1)	44.17 (ต่ำ)
มีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน	14 (3.6)	104 (26.7)	239 (61.3)	33 (8.5)	94.29 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ค่าเฉลี่ยรวม					77.45 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)

ระดับ

- ต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 00.00-54.00)
 ปานกลางค่อนข้างต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 54.01-81.00)
 ปานกลางค่อนข้างสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 81.01-108.00)
 สูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 108.01-162.00)

จากตารางที่ 13 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัท หลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 77.45 คะแนน) ดังนี้

ปัจจัยในภาพรวมที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง มีคะแนนเฉลี่ย ของระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ คุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 94.29 คะแนน) และ การทำงานที่นี้มีความหมาย และมีความสำคัญ (คะแนนเฉลี่ย 93.88 คะแนน) ตามลำดับ

ปัจจัยในภาพรวมที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำ ได้แก่การสร้างหนี้เกินกำลังที่จะผ่อน ใช้ได้(คะแนนเฉลี่ย 44.17 คะแนน)

ตารางที่ 14 สรุประดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มี ต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัย ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม

คุณภาพชีวิต	คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านร่างกาย	81.97 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ด้านจิตใจ	87.09 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ด้านสัมพันธภาพทางสังคม	68.68 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)
ด้านสิ่งแวดล้อม	78.51 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)
ด้านจิตวิญญาณ	92.63 (ปานกลางค่อนข้างสูง)
ด้านความมั่นคงในชีวิต	73.38 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)
คุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม	63.69 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)
ค่าเฉลี่ยรวม	77.99 (ปานกลางค่อนข้างต่ำ)

ระดับ

ต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 00.00-54.00)

ปานกลางค่อนข้างต่ำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 54.01-81.00)

ปานกลางค่อนข้างสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 81.01-108.00)

สูง (ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 108.01-162.00)

จากตารางที่ 14 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัท หลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานเฉลี่ย อยู่ใน ระดับปาน กลางค่อนข้างต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 77.99 คะแนน) ดังนี้

ระดับความคิดเห็นในระดับปานกลางค่อนข้างสูง มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านจิตวิญญาณ (คะแนนเฉลี่ย 92.63 คะแนน), ด้านจิตใจ (คะแนนเฉลี่ย 87.09 คะแนน) และ ด้านร่างกาย (คะแนนเฉลี่ย 81.97 คะแนน) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านสิ่งแวดล้อม (คะแนนเฉลี่ย 78.51 คะแนน), ด้านความมั่นคงในชีวิต (คะแนนเฉลี่ย 73.38 คะแนน), ด้านสัมพันธภาพทางสังคม (คะแนนเฉลี่ย 68.68 คะแนน) และคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม (คะแนนเฉลี่ย 63.69 คะแนน) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Means), สถิติการทดสอบค่าที (Independent Sample T-test), การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: One Way ANOVA), การทดสอบค่าเอฟ (F-test) และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สมการถดถอย (Linear Regression Analysis)

ตารางที่ 15-35 เปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม กับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปร เพศ สถานะภาพ ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (Independent Sample T-test)

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านร่างกายระหว่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ชาย	174	2.48	0.31	0.37	0.15
หญิง	216	2.45	0.33		

จากตารางที่ 15 พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกายไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตใจ ระหว่างเพศชาย และเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ชาย	174	2.71	0.44	-1.33	0.03*
หญิง	216	2.76	0.38		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

จากตารางที่ 16 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig.=0.03 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคม ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ชาย	174	2.78	0.41	0.95	0.25
หญิง	216	2.74	0.37		

จากตารางที่ 17 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ชาย	174	2.62	0.43	-0.02	0.31
หญิง	216	2.65	0.41		

จากตารางที่ 18 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิญญาณ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ชาย	174	2.52	0.37	-1.805	0.20
หญิง	216	2.59	0.34		

จากตารางที่ 19 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคงในชีวิต ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ชาย	174	2.43	0.47	-0.80	0.08
หญิง	216	2.47	0.43		

จากตารางที่ 20 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในภาพรวม ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ชาย	174	2.40	0.46	-1.29	0.46
หญิง	216	2.46	0.42		

จากตารางที่ 21 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านร่างกาย กับสถานะภาพ

สถานะภาพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
โสด	250	2.46	0.33	-1.63	0.11
สมรส	140	2.51	0.31		

จากตารางที่ 22 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานะภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกายไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตใจ กับสถานะภาพ

สถานะภาพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
โสด	250	2.70	0.40	-2.48	0.74
สมรส	140	2.81	0.42		

จากตารางที่ 23 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานะภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคม กับสถานะภาพ

สถานะภาพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
โสด	250	2.75	0.41	-0.55	0.20
สมรส	140	2.78	0.36		

จากตารางที่ 24 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานะภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม กับสถานะภาพ

สถานะภาพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
โสด	250	2.65	0.41	-0.58	0.18
สมรส	140	2.67	0.42		

จากตารางที่ 25 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานะภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิญญาณ กับสถานะภาพ

สถานะภาพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
โสด	250	2.51	0.34	-3.89	0.80
สมรส	140	2.66	0.37		

จากตารางที่ 26 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานะภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคงในชีวิต กับสถานะภาพ

สถานะภาพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
โสด	250	2.39	0.43	-3.535	.608
สมรส	140	2.56	0.46		

จากตารางที่ 27 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานะภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในภาพรวม กับสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
โสด	250	2.40	0.41	-2.23	0.07
สมรส	140	2.50	0.47		

จากตารางที่ 28 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านร่างกาย กับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ปริญญาตรี	289	2.47	0.31	-0.58	0.55
มากกว่าปริญญาตรี	101	2.49	0.35		

จากตารางที่ 29 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกายไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตใจ กับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ปริญญาตรี	289	2.72	0.38	-1.44	0.05*
มากกว่าปริญญาตรี	101	2.79	0.49		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

จากตารางที่ 30 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig.=0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคม กับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ปริญญาตรี	289	2.74	0.38	-1.86	0.89
มากกว่าปริญญาตรี	101	2.82	0.40		

จากตารางที่ 31 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม กับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ปริญญาตรี	289	2.65	0.41	-0.72	0.41
มากกว่าปริญญาตรี	101	2.68	0.43		

จากตารางที่ 32 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิญญาณ กับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ปริญญาตรี	289	2.56	0.34	-0.74	0.06
มากกว่าปริญญาตรี	101	2.59	0.40		

จากตารางที่ 33 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคงในชีวิต กับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ปริญญาตรี	289	2.45	0.46	0.01	0.34
มากกว่าปริญญาตรี	101	2.45	0.41		

จากตารางที่ 34 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในภาพรวม กับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-Test	Sig.
ปริญญาตรี	289	2.44	0.43	0.313	0.56
มากกว่าปริญญาตรี	101	2.42	0.45		

จากตารางที่ 35 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 36-89 เปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม กับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปร อายุ แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัันกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย

อายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
21-30 ปี	142	2.49	0.32
31-40 ปี	173	2.47	0.32
41 ปีขึ้นไป	75	2.53	0.34
รวม	390	2.48	0.32

จากตารางที่ 36 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกายมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.53, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.34) รองลงมา อายุ 21-30 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.49, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.32) และอายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.47, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกายกับอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.07	2	0.03	0.314	0.73
ภายในกลุ่ม	40.24	378	0.10		
รวม	40.31	389	-		

จากตารางที่ 37 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกััน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัันกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ

อายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
21-30 ปี	142	2.69	0.38
31-40 ปี	173	2.75	0.41
41 ปีขึ้นไป	75	2.80	0.44
รวม	390	2.74	0.41

จากตารางที่ 38 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.80, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) รองลงมาอายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.75, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.41) และอายุ 21-30 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.69, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจกับอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.69	2	0.34	2.06	0.13
ภายในกลุ่ม	64.62	387	0.17		
รวม	65.31	389	-		

จากตารางที่ 39 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกััน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัันกับคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทาง สังคม

อายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
21-30 ปี	142	2.79	0.40
31-40 ปี	173	2.74	0.38
41 ปีขึ้นไป	75	2.77	0.39
รวม	390	2.77	0.39

จากตารางที่ 40 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มี อายุ 21-30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.79, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) รองลงมาอายุ 41 ปี ขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย = 2.77, ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน = 0.39) และอายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.74, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคมกับ อายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.16	2	0.08	0.54	0.58
ภายในกลุ่ม	58.41	387	0.15		
รวม	58.57	389	-		

จากตารางที่ 41 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มี อายุต่างกััน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกันกับคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม

อายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
21-30 ปี	142	2.67	0.43
31-40 ปี	173	2.60	0.41
41 ปีขึ้นไป	75	2.75	0.38
รวม	390	2.65	0.41

จากตารางที่ 42 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.75, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.38) รองลงมาอายุ 21-30 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.67, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.43) และอายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.60, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.41) ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อมกับอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.16	2	0.58	3.41	0.03*
ภายในกลุ่ม	65.76	387	0.17		
รวม	66.92	389	-		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

จากตารางที่ 43 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 44

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.		
		21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปี ขึ้นไป
21-30 ปี	2.67	-	-0.0733	0.0733
31-40 ปี	2.60		-	-0.1445**
41 ปีขึ้นไป	2.75			-

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 44 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่า ที่มีอายุ 31-40 ปี

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ

อายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
21-30 ปี	142	2.50	0.31
31-40 ปี	173	2.58	0.37
41 ปีขึ้นไป	75	2.66	0.39
รวม	390	2.57	0.36

จากตารางที่ 45 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.66, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.39) รองลงมาอายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.58, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.37) และอายุ 21-30 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.50, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.31) ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณกับอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.40	2	0.70	5.63	0.00**
ภายในกลุ่ม	48.11	387	0.12		
รวม	49.51	389			

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

จากตารางที่ 46 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 47

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.		
		21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปี ขึ้นไป
21-30 ปี	2.50	-	-0.0839*	-0.1647**
31-40 ปี	2.58		-	0.0808
41 ปีขึ้นไป	2.66			-

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 47 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 คู่และที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณมากกว่า ที่มีอายุ 21-30 ปี และเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณมากกว่า ที่มีอายุ 21-30 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกับกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต

อายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
21-30 ปี	142	2.35	0.42
31-40 ปี	173	2.46	0.44
41 ปีขึ้นไป	75	2.61	0.47
รวม	390	2.45	0.47

จากตารางที่ 48 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.61, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.47) รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.46, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) และอายุ 21-30 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.35, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตกับอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.24	2	1.62	8.43	0.00**
ภายในกลุ่ม	74.27	387	0.19		
รวม	77.51	389	-		

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

จากตารางที่ 49 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 50

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.		
		21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปี ขึ้นไป
21-30 ปี	2.35	-	0.1084*	-0.2552**
31-40 ปี	2.46		-	-0.1468*
41 ปีขึ้นไป	2.61			-

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 50 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 คู่และ ที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

ที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 คู่ คือ

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 21-30 ปี

ที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 คู่ คือ

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 31-40 ปี

2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 21-30 ปี

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัันกับคุณภาพชีวิตในภาพรวม

อายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
21-30 ปี	142	2.37	0.39
31-40 ปี	173	2.45	0.48
41 ปีขึ้นไป	75	2.51	0.42
รวม	390	2.43	0.44

จากตารางที่ 51 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในภาพรวม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.51, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.42) รองลงมาอายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.45, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.48) และอายุ 21-30 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.37, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.39) ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมกับอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.13	2	0.56	2.977	0.05*
ภายในกลุ่ม	73.35	387	0.19		
รวม	74.48	389	-		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

จากตารางที่ 52 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกััน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในภาพรวม แตกต่างกััน โดยมีค่า Sig. = 0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 53

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตในภาพรวม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.		
		21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปี ขึ้นไป
21-30 ปี	2.35	-	0.0862	0.1426*
31-40 ปี	2.46		-	0.0564
41 ปีขึ้นไป	2.61			-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 53 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ในภาพรวมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 21-30 ปี

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกับกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย

อายุการทำงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1-3 ปี	80	2.53	0.34
3.1-6 ปี	134	2.43	0.33
6.1-9 ปี	73	2.47	0.33
9.1-12 ปี	33	2.52	0.33
12.1-15 ปี	27	2.52	0.25
มากกว่า 15 ปี	43	2.45	0.27
รวม	390	2.48	0.32

จากตารางที่ 54 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 1-3 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.53, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.34) รองลงมาได้แก่ อายุการทำงาน 9.1-12 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.52, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.33), อายุการทำงาน 12.1-15 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.52, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.25), อายุการทำงาน 6.1-9 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.47, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.33), อายุการทำงาน มากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.45, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.27) และอายุการทำงาน 3.1-6 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.43, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.33) ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกายกับอายุการทำงาน

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.65	5	0.13	1.26	0.28
ภายในกลุ่ม	39.66	384	0.10		
รวม	40.31	389	-		

จากตารางที่ 55 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกับกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ

อายุการทำงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1-3 ปี	80	2.74	0.44
3.1-6 ปี	134	2.66	0.40
6.1-9 ปี	73	2.76	0.41
9.1-12 ปี	33	2.89	0.39
12.1-15 ปี	27	2.84	0.17
มากกว่า 15 ปี	43	2.77	0.48
รวม	390	2.74	0.41

จากตารางที่ 56 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 9.1-12 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.89, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.39) รองลงมาได้แก่ อายุการทำงาน 12.1-15 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.84, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.17), อายุการทำงาน มากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.52, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.25), อายุการทำงาน 6.1-9 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.77, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.48), อายุการทำงาน 1-3 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.74, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) และอายุการทำงาน 3.1-6 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.66, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจกับอายุการทำงาน

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.38	5	0.26	1.652	0.15
ภายในกลุ่ม	63.93	384	0.17		
รวม	65.31	389	-		

จากตารางที่ 57 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกันกับคุณภาพชีวิตด้าน สัมพันธภาพทางสังคม

อายุการทำงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1-3 ปี	80	2.79	0.50
3.1-6 ปี	134	2.75	0.33
6.1-9 ปี	73	2.70	0.41
9.1-12 ปี	33	2.77	0.33
12.1-15 ปี	27	2.85	0.32
มากกว่า 15 ปี	43	2.78	0.38
รวม	390	2.76	0.39

จากตารางที่ 58 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มี อายุการทำงาน 12.1-15 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.85, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.32) รองลงมาได้แก่ อายุการทำงาน 1-3 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.79, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50), อายุการทำงาน มากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.78, ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน = 0.38), อายุการทำงาน 9.1-12 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.77, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.33), อายุ การทำงาน 3.1-6 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.75, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.33) และอายุการทำงาน 6.1-9 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.70, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.41) ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคมกับ อายุการทำงาน

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.64	5	0.13	0.84	0.52
ภายในกลุ่ม	57.94	384	0.15		
รวม	58.57	389	-		

จากตารางที่ 59 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มี อายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกับกับคุณภาพชีวิตด้าน สิ่งแวดล้อม

อายุการทำงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1-3 ปี	80	2.71	0.51
3.1-6 ปี	134	2.64	0.40
6.1-9 ปี	73	2.54	0.34
9.1-12 ปี	33	2.71	0.31
12.1-15 ปี	27	2.75	0.30
มากกว่า 15 ปี	43	2.67	0.47
รวม	390	2.65	0.41

จากตารางที่ 60 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มี อายุการทำงาน 12.1-15 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.75, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.30) รองลงมาได้แก่ อายุการทำงาน 1-3 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.71, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.51), อายุการทำงาน 9.1-12 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.71, ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน = 0.31), อายุการทำงาน มากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.67, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.47), อายุการทำงาน 3.1-6 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.64, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) และอายุการทำงาน 6.1-9 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.54, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อมกับอายุการทำงาน

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.67	5	0.33	1.96	0.08
ภายในกลุ่ม	65.25	384	0.17		
รวม	66.92	389	-		

จากตารางที่ 61 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกับกับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ

อายุการทำงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1-3 ปี	80	2.59	0.43
3.1-6 ปี	134	2.52	0.32
6.1-9 ปี	73	2.49	0.34
9.1-12 ปี	33	2.64	0.36
12.1-15 ปี	27	2.64	0.23
มากกว่า 15 ปี	43	2.68	0.38
รวม	390	2.57	0.36

จากตารางที่ 62 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน มากกว่า 15 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.68, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.38) รองลงมาได้แก่ อายุการทำงาน 9.1-12 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.64, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.36), อายุการทำงาน 12.1-15 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.64, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.23), อายุการทำงาน 1-3 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.59, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.43), อายุการทำงาน 3.1-6 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.52, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.32) และอายุการทำงาน 6.1-9 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.49, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 63 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ กับอายุการทำงาน

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.65	5	0.33	2.64	0.02*
ภายในกลุ่ม	47.86	384	0.13		
รวม	49.51	389	-		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

จากตารางที่ 63 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. = 0.02 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 64

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ จำแนกตามอายุการทำงานเป็นรายคู่

อายุการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.					
		1-3 ปี	3.1-6 ปี	6.1-9 ปี	9.1-12 ปี	12.1-15 ปี	มากกว่า 15 ปี
1-3 ปี	2.59	-	-0.0712	-0.0986	0.0461	0.0517	0.0919
3.1-6 ปี	2.52		-	-0.0274	0.1173	0.1229	0.1631**
6.1-9 ปี	2.49			-	0.1447	0.1503	0.1905**
9.1-12 ปี	2.64				-	0.0056	0.0458
12.1-15 ปี	2.64					-	0.0402
มากกว่า 15 ปี	2.68						-

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 64 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ

การทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานมากกว่า 15 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณมากกว่า ที่มีอายุการทำงาน 3.1-6 ปี
2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานมากกว่า 15 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณมากกว่า ที่มีอายุการทำงาน 6.1-9 ปี

ตารางที่ 65 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกับกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต

อายุการทำงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1-3 ปี	80	2.35	0.44
3.1-6 ปี	134	2.43	0.41
6.1-9 ปี	73	2.38	0.43
9.1-12 ปี	33	2.69	0.48
12.1-15 ปี	27	2.56	0.31
มากกว่า 15 ปี	43	2.58	0.56
รวม	390	2.45	0.45

จากตารางที่ 65 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 9.1-12 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.69, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.48) รองลงมาได้แก่ อายุการทำงาน มากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.58, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.56), อายุการทำงาน 12.1-15 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.56, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.31), อายุการทำงาน 3.1-6 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.43, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.41), อายุการทำงาน 6.1-9 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.38, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.43) และอายุการทำงาน 1-3 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.35, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.43) ตามลำดับ

ตารางที่ 66 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตกับการทำงาน

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4.19	5	0.84	4.39	0.00**
ภายในกลุ่ม	73.31	384	0.19		
รวม	77.51	389	-		

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

จากตารางที่ 66 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. = 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 67

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต จำแนกตามอายุการทำงานเป็นรายคู่

อายุการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.					
		1-3 ปี	3.1-6 ปี	6.1-9 ปี	9.1-12 ปี	12.1-15 ปี	มากกว่า 15 ปี
1-3 ปี	2.35	-	0.0807	0.0351	0.3447**	0.2117*	0.2301**
3.1-6 ปี	2.43		-	-0.0455	0.2641**	0.1311	0.1494
6.1-9 ปี	2.38			-	0.3096**	0.1766	0.1949*
9.1-12 ปี	2.69				-	-0.1330	-0.1147
12.1-15 ปี	2.56					-	0.0183
มากกว่า 15 ปี	2.58						-

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 67 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 คู่ และที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ได้แก่

ที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 คู่ คือ

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 9.1-12 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 1-3 ปี

2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 9.1-12 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 3.1-6 ปี

3. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 9.1-12 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 6.1-9 ปี

4. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุมากกว่า 15 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 1-3 ปี

ที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ คือ

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 12.1-15 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 1-3 ปี

2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานมากกว่า 15 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 6.1-9 ปี

ตารางที่ 68 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกันกับคุณภาพชีวิตในภาพรวม

อายุการทำงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1-3 ปี	80	2.38	0.42
3.1-6 ปี	134	2.43	0.38
6.1-9 ปี	73	2.39	0.47
9.1-12 ปี	33	2.55	0.42
12.1-15 ปี	27	2.46	0.32
มากกว่า 15 ปี	43	2.52	0.61
รวม	390	2.43	0.44

จากตารางที่ 68 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงาน 9.1-12 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านด้านจิตใจ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.55, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.42) รองลงมาได้แก่ อายุการทำงาน มากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.52, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.61), อายุการทำงาน 12.1-15 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.46, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.32), อายุการทำงาน 3.1-6 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.43, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.38), อายุการทำงาน 6.1-9 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.39, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.47) และอายุการทำงาน 1-3 ปี (ค่าเฉลี่ย = 2.38, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมกับอายุการทำงาน

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.13	5	0.23	1.19	0.31
ภายในกลุ่ม	73.35	384	0.19		
รวม	74.48	389	-		

จากตารางที่ 69 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 70 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกับกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย

รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
10,000-20,000 บาท	98	2.41	0.34
20,001-30,000 บาท	115	2.45	0.32
30,001-40,000 บาท	81	2.56	0.30
40,001-50,000 บาท	36	2.43	0.32
มากกว่า 50,000 บาท	60	2.55	0.29
รวม	390	2.48	0.32

จากตารางที่ 70 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.56, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.30) รองลงมาได้แก่ รายได้ มากกว่า 50,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.55, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.29), รายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.45, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.32), รายได้ 40,001-50,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.43, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.32 และ รายได้ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.41, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 71 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกายกับรายได้

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.52	4	0.38	3.76	0.01**
ภายในกลุ่ม	38.79	385	0.10		
รวม	40.31	389	-		

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

จากตารางที่ 71 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. = 0.01 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 72

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้ (บาท)	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.				
		10,000-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	มากกว่า 50,000
10,000-20,000	2.41	-	0.0466	0.1499**	0.0215	0.1486**
20,001-30,000	2.45		-	0.1034*	-0.0251	0.1020*
30,001-40,000	2.56			-	-0.1285*	-0.0014
40,001-50,000	2.43				-	0.1271
มากกว่า 50,000	2.55					-

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 72 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 คู่ และที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

ที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 คู่ คือ

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกายมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกายมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

ที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ คือ

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกายมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกายมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

ตารางที่ 73 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกันกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ

รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
10,000-20,000 บาท	98	2.54	0.40
20,001-30,000 บาท	115	2.66	0.40
30,001-40,000 บาท	81	2.89	0.39
40,001-50,000 บาท	36	2.91	0.33
มากกว่า 50,000 บาท	60	2.90	0.34
รวม	390	2.74	0.41

จากตารางที่ 73 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.56, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.30) รองลงมาได้แก่ รายได้ มากกว่า 50,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.55, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.29), รายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.45, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.32), รายได้ 40,001-50,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.43, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.32) และ รายได้ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.41, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 74 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจกับรายได้

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	8.81	4	2.20	15.02	0.00**
ภายในกลุ่ม	56.49	385	0.15		
รวม	65.31	389	-		

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

จากตารางที่ 74 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. = 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 75

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้ (บาท)	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.				
		10,000-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	มากกว่า 50,000
10,000-20,000	2.54	-	0.1135*	0.3413**	0.3645**	0.3561**
20,001-30,000	2.66		-	0.2278**	0.2509**	0.2426**
30,001-40,000	2.89			-	0.0231	0.0148
40,001-50,000	2.91				-	-0.0083
มากกว่า 50,000	2.90					-

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 75 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 6 คู่ และที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ที่ระดับ 0.01 จำนวน 6 คู่ คือ

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

3. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกายมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

4. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

5. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

6. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกายมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

ที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ คือ

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

ตารางที่ 76 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกับกับคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม

รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
10,000-20,000 บาท	98	2.69	0.43
20,001-30,000 บาท	115	2.67	0.38
30,001-40,000 บาท	81	2.84	0.36
40,001-50,000 บาท	36	2.77	0.36
มากกว่า 50,000 บาท	60	2.94	0.31
รวม	390	2.76	0.39

จากตารางที่ 76 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม

มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.94, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.31) รองลงมาได้แก่ รายได้ 30,0001-40,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.84, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.36), รายได้ 40,001-50,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.77, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.36), รายได้ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.69, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.43 และรายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.67, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 77 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคมกับรายได้

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.84	4	0.96	6.745	0.00**
ภายในกลุ่ม	54.73	385	0.14		
รวม	58.57	389	-		

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

จากตารางที่ 77 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. = 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 78

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้ (บาท)	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.				
		10,000-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	มากกว่า 50,000
10,000-20,000	2.69	-	-0.0254	0.1487**	0.0735	0.2436**
20,001-30,000	2.67		-	0.1741**	0.0989	0.2690**
30,001-40,000	2.84			-	-0.0752	0.0949
40,001-50,000	2.77				-	0.1701*
มากกว่า 50,000	2.94					-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 78 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสัมพันธภาพทางสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 คู่ และที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 คู่ คือ

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสัมพันธภาพทางสังคมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสัมพันธภาพทางสังคมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

3. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสัมพันธภาพทางสังคมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

4. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสัมพันธภาพทางสังคมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

ที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ คือ

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสัมพันธภาพทางสังคม มากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท

ตารางที่ 79 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกับกับคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม

รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
10,000-20,000 บาท	98	2.66	0.40
20,001-30,000 บาท	115	2.61	0.45
30,001-40,000 บาท	81	2.60	0.44
40,001-50,000 บาท	36	2.71	0.33
มากกว่า 50,000 บาท	60	2.77	0.36
รวม	390	2.65	0.41

จากตารางที่ 79 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มี รายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.77, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.36) รองลงมาได้แก่ รายได้ 40,001-50,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.71, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.33), รายได้ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.66, ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน = 0.40), รายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.61, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.45 และ รายได้ 30,001-40,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.60, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) ตามลำดับ

ตารางที่ 80 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อมกับรายได้

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.39	4	0.35	2.05	0.09
ภายในกลุ่ม	65.53	385	0.17		
รวม	66.92	389	-		

จากตารางที่ 80 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มี รายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 81 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกับกับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ

รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
10,000-20,000 บาท	98	2.49	0.35
20,001-30,000 บาท	115	2.49	0.33
30,001-40,000 บาท	81	2.63	0.40
40,001-50,000 บาท	36	2.68	0.31
มากกว่า 50,000 บาท	60	2.68	0.31
รวม	390	2.57	0.36

จากตารางที่ 81 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท และรายได้ 40,001-50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.68, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.31) รองลงมาได้แก่ รายได้ 30,001-40,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.66, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40), รายได้ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.49, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.35) และรายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.49, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.33) ตามลำดับ

ตารางที่ 82 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณกับรายได้

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.75	4	0.69	5.66	0.00**
ภายในกลุ่ม	46.76	385	0.12		
รวม	49.51	389	-		

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

จากตารางที่ 82 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. = 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 83

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้ (บาท)	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.				
		10,000-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	มากกว่า 50,000
10,000-20,000	2.49	-	-0.0020	0.1387**	0.1850**	0.1868**
20,001-30,000	2.49		-	0.1407**	0.1870**	0.1889**
30,001-40,000	2.63			-	0.0463	0.0481
40,001-50,000	2.68				-	0.0019
มากกว่า 50,000	2.68					-

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 83 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 6 คู่ ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณมากกว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท
2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณมากกว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท
3. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณมากกว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท
4. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณมากกว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

5. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

6. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

ตารางที่ 84 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกันกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต

รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
10,000-20,000 บาท	98	2.28	0.40
20,001-30,000 บาท	115	2.37	0.41
30,001-40,000 บาท	81	2.52	0.46
40,001-50,000 บาท	36	2.51	0.32
มากกว่า 50,000 บาท	60	2.76	0.46
รวม	390	2.45	0.45

จากตารางที่ 84 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.76, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.46) รองลงมาได้แก่ รายได้ 30,001-40,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.52, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.46), รายได้ 40,001-50,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.51, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.32), รายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.37, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.41 และรายได้ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) ตามลำดับ

ตารางที่ 85 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตรายได้

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	10.00	4	2.51	14.32	0.00**
ภายในกลุ่ม	67.47	385	0.18		
รวม	77.51	389	-		

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

จากตารางที่ 85 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. = 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 86

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้ (บาท)	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.				
		10,000-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	มากกว่า 50,000
10,000-20,000	2.28	-	0.0984	0.2461**	0.2314**	0.4870**
20,001-30,000	2.37		-	0.1477*	0.1330	0.3886**
30,001-40,000	2.52			-	-0.0147	0.2409**
40,001-50,000	2.51				-	0.2556**
มากกว่า 50,000	2.76					-

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 86 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มี

ตารางที่ 87 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกับกับคุณภาพชีวิตในภาพรวม

รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
10,000-20,000 บาท	98	2.32	0.42
20,001-30,000 บาท	115	2.38	0.46
30,001-40,000 บาท	81	2.53	0.41
40,001-50,000 บาท	36	2.47	0.45
มากกว่า 50,000 บาท	60	2.57	0.40
รวม	390	2.43	0.44

จากตารางที่ 87 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในภาพรวม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.57, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) รองลงมาได้แก่ รายได้ 30,001-40,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.53, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.41), รายได้ 40,001-50,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.47, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.45), รายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.38, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.46) และ รายได้ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 2.32, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 88 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมกับรายได้

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.54	4	0.89	4.80	0.00**
ภายในกลุ่ม	70.93	385	0.18		
รวม	74.47	389			

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

จากตารางที่ 88 พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. = 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของแอลเอสดี (LSD) ดังปรากฏในตารางที่ 89

ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตในภาพรวม จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้ (บาท)	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย/Sig.				
		10,000-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	มากกว่า 50,000
10,000-20,000		-	0.0537	0.2077**	0.1491	0.2491**
20,001-30,000			-	0.1541**	0.0954	0.1954**
30,001-40,000				-	-0.0586	0.0414
40,001-50,000					-	0.1000
มากกว่า 50,000						-

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

Post Hoc Comparison LSD method.

จากตารางที่ 89 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 คู่ ได้แก่

ที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 คู่ คือ

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

3. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

4. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

การวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอย (Linear Regression Analysis) สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเกี่ยวกับ คุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต กับคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม

ตารางที่ 90 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน กับคุณภาพชีวิตในภาพรวม

คุณภาพชีวิต	คุณภาพชีวิตในภาพรวม			R	R Square
	β	T	Sig.		
ด้านร่างกาย	-0.133	-2.195	0.03*	0.661	0.437
ด้านจิตใจ	0.149	2.209	0.03*		
ด้านสัมพันธภาพทางสังคม	0.086	1.401	0.16		
ด้านสิ่งแวดล้อม	0.065	1.153	0.25		
ด้านจิตวิญญาณ	0.363	5.403	0.00**		
ด้านความมั่นคงในชีวิต	0.261	5.209	0.00**		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.01

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

A Predictors : (Constant) ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต

จากตารางที่ 90 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมกับ คุณภาพชีวิต ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) = 0.661 สามารถพยากรณ์คุณภาพชีวิตในภาพรวม ได้ร้อยละ 43.7 ส่วนคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร อีกร้อยละ 57.3 เป็นผลที่เกิดจากด้านอื่นๆ เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) พบว่า ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ พบว่า ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ สามารถทำนายระดับคุณภาพชีวิตในภาพรวม เมื่อพิจารณาจาก

ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) ด้านจิตวิญญาณ ($\beta= 0.363$) ด้านความมั่นคงในชีวิต ($\beta= 0.261$) ด้านร่างกาย ($\beta=- 0.133$) ด้านจิตใจ ($\beta= 0.149$)

ส่วนที่ 4 ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และข้อมูลข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

ตารางที่ 91 แสดงค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จำนวนข้อคำถาม	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha)
54	390	0.9340

Reliability Analysis – Scale Alpha

จากตารางที่ 91 พบว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 54 ข้อ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 390 คน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha) = 0.9340 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่เชื่อถือได้ การแปลความหมายว่าค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้ ควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 เท่านั้น กล่าวคือ ถ้าเครื่องมือวัดหรือแบบสอบถามใดมีประสิทธิภาพ ผู้ตอบย่อมจะสามารถตอบคำตอบที่คงที่คะแนนจากผลตอบแต่ละครั้งก็จะคงที่ ทำให้ค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้จะใกล้เคียงกับ 1 หรือ= 1 ในกรณีที่ไม่มีผลคลาดเคลื่อนเลย และในทางตรงกันข้าม แบบทดสอบใดที่ขาดความเที่ยงตรง ค่าความเชื่อมั่นจะลดลงไปเรื่อยๆ จนเข้าใกล้ 0 (ศูนย์) และถ้าค่าความเชื่อมั่นเป็น 0 แล้ว ย่อมชี้ให้เห็นว่าแบบทดสอบนั้น ไม่มีความเที่ยงเลย แบบทดสอบที่ดีควรมีค่าความเชื่อมั่นอย่างน้อย 0.75

ตารางที่ 92 แสดงจำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร โดยเสนอให้เพิ่มสวัสดิการเพื่อให้เกิดความสุข และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพิ่มสวัสดิการเพื่อให้เกิดความสุข และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น	122	31.30
เพิ่มผลตอบแทนและสวัสดิการจากตำแหน่งและโบนัส	102	26.20
ท่องเที่ยวต่างจังหวัด	5	1.30
ครอบคลุมสวัสดิการถึงคนในครอบครัว	9	2.30
สร้างความมั่นคงในการทำงาน	15	3.80
เพิ่มค่ารักษาพยาบาล	3	0.80

Frequency Table (ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละข้อ)

จากตารางที่ 92 พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถามเสนอแนะให้เพิ่มสวัสดิการเพื่อมีความสุข และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 ดังนี้

เสนอแนะให้เพิ่มผลตอบแทนและสวัสดิการจากตำแหน่งและโบนัส มากที่สุด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 รองลงมา เสนอให้สร้างความมั่นคงในการทำงาน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80, เสนอให้สร้างสวัสดิการครอบคลุมถึงคนในครอบครัว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30, เสนอให้จัดท่องเที่ยวต่างจังหวัด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และเสนอให้เพิ่มค่ารักษาพยาบาล จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 93 แสดงจำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร โดยเสนอข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงาน

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คุณภาพชีวิตและความสุข	74	19.00
เพิ่มผลตอบแทนจากกองทุน	5	1.30
เพิ่มห้องสันทนาการ	18	4.60
พัฒนาตนเอง	10	2.60
สิ่งแวดล้อมสถานที่ทำงานดี	20	5.10
รับผิดชอบเรื่องคดียุติข้อร้องเรียน	7	1.80
ยกเลิกการหักค่าคอม	4	1.00

Frequency Table (ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละข้อ)

จากตารางที่ 93 พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถาม โดยเสนอข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงาน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ดังนี้

เสนอแนะให้จัดสภาพแวดล้อมสถานที่ทำงานให้ดีขึ้น มากที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 รองลงมา เสนอให้เพิ่มห้องสันทนาการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60, เสนอให้พัฒนาตนเอง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60, เสนอให้รับผิดชอบเรื่องคดียุติข้อร้องเรียน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 และเสนอให้ยกเลิกการหักค่าคอม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00