

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพชีวิต 7 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะบุคคล และศึกษาถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร 6 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ และด้านความมั่นคงในชีวิตถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อ คุณภาพชีวิตในภาพรวม ผู้ศึกษาสามารถสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดของ รองศาสตราจารย์ ดร.แสงอรุณ อิศระมาลัย เรื่ององค์ประกอบของคุณภาพชีวิตคนทำงานในสถานประกอบการ โดยครอบคลุมถึงคุณภาพชีวิตคนทำงานทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ และด้านความมั่นคงในชีวิต เพื่อเปรียบเทียบให้ทราบถึงปัจจัยในแต่ละด้านที่ทำให้เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์มีคุณภาพชีวิตที่ดี และศึกษาถึงความสำคัญของระดับคุณภาพชีวิตทั้ง 6 ด้าน โดยจำแนกตามลักษณะบุคคล

ระเบียบวิธีการศึกษา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งได้จากการค้นคว้าจากหนังสือ งานวิจัย สิ่งพิมพ์และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามแบบตอบด้วยตนเอง (Self Administered Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่การตลาด บริษัทหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 35 แห่งในกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งสิ้น 390 ชุด โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้ ร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าแจกแจงแบบที (t - test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดย Linear Regression และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยใช้

โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows 11.5 (Statistical for Social Science) ในการวิเคราะห์ สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 55.4 มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 มีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.1 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.1 มีอายุงานระหว่าง 3.1-6 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.4 และมีระดับรายได้สูงสุดระหว่าง 20,001-30,000 คิดเป็นร้อยละ 29.5

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีระดับความคิดเห็น ด้านร่างกายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 79.67 คะแนน) โดยมีปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง คือการรับประทานอาหารแต่ละวันได้เพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 103.57 คะแนน), ในปีที่ผ่านมาได้เจ็บป่วยรุนแรงจนต้องนอนโรงพยาบาล (คะแนนเฉลี่ย 97.5 คะแนน), การทำงานด้วยความกระฉับกระเฉง กระปรี้กระเปร่า (คะแนนเฉลี่ย 97.20 คะแนน), คนที่ทำงานร่วมมือกัน (คะแนนเฉลี่ย 94.98 คะแนน), มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง (คะแนนเฉลี่ย 89.03 คะแนน), สามารถจัดการกับความเครียดจากการทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 85.02 คะแนน), และได้พักผ่อนนอนหลับในแต่ละวันอย่างเพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 83.49 คะแนน) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านร่างกายที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ได้แก่ การออกกำลังกายสม่ำเสมอ (คะแนนเฉลี่ย 64.52 คะแนน)

ด้านจิตใจโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างสูง (คะแนนเฉลี่ย 93.73 คะแนน) โดยปัจจัยด้านจิตใจที่มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือพึงพอใจในความเป็นตัวเอง (คะแนนเฉลี่ย 105.92 คะแนน) รองลงมาคือ มีสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจในยามทุกข์ (คะแนนเฉลี่ย 96.02), มีสมาธิในการทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 94.98 คะแนน), มีความสุขในการทำงานที่นี้ (คะแนน

เฉลี่ย 94.98 คะแนน), ภูมิใจในผลสำเร็จของงานที่ได้รับมอบหมาย (คะแนนเฉลี่ย 92.63 คะแนน), สามารถพึ่งพาเพื่อนร่วมงานในเรื่องการทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 92.63 คะแนน), สามารถเป็นที่พึ่งของคนในครอบครัว (คะแนนเฉลี่ย 92.49 คะแนน), ไว้วางใจในเพื่อนร่วมงาน (คะแนนเฉลี่ย 90.14 คะแนน), พึ่งพอใจในความเป็นอยู่ทุกวันนี้ (คะแนนเฉลี่ย 90.00) และสามารถปรึกษาหัวหน้างานเมื่อมีปัญหาในการทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 87.92 คะแนน) ตามลำดับ

ด้านสังคมโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างสูง (คะแนนเฉลี่ย 95.12 คะแนน) ปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง คือทำงานตามหน้าที่ได้ด้วยตัวเอง (คะแนนเฉลี่ย 113.40 คะแนน) ปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูงคือ สามารถพูดคุยกับผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานได้ (คะแนนเฉลี่ย 102.60 คะแนน), 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

ด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างสูง (คะแนนเฉลี่ย 89.34 คะแนน) ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในขณะที่ทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 97.75 คะแนน) รองลงมาคือสามารถเดินทางไปยังที่ทำงานได้สะดวก (คะแนนเฉลี่ย 93.18 คะแนน), พึ่งพอใจในวันหยุดที่ได้รับ (คะแนนเฉลี่ย 92.08 คะแนน), มีอุปกรณ์ช่วยในการทำงานอย่างเพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 89.58 คะแนน), ยอมรับในกฎระเบียบของสถานประกอบการ (คะแนนเฉลี่ย 89.31 คะแนน), พึ่งพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกที่สถานประกอบการจัดให้ เช่น ห้องพักผ่อน ห้องรับประทานอาหาร ห้องน้ำและห้องส้วม (คะแนนเฉลี่ย 87.09 คะแนน), ที่ทำงานได้ให้ข้อมูล และความรู้ ในเรื่องความปลอดภัยในการทำงานอย่างเพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 83.77 คะแนน) และได้รับการยอมรับ หรือคำชมเชยจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน (คะแนนเฉลี่ย 81.97 คะแนน) ตามลำดับ

ด้านจิตวิญญาณโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างสูง (คะแนนเฉลี่ย 84.51 คะแนน) ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ใช้ความรู้ความสามารถในงานได้อย่างเต็มที่ (คะแนนเฉลี่ย 94.85 คะแนน) รองลงมาคือ ภูมิใจที่ได้ทำงานที่นี้ (คะแนนเฉลี่ย 91.94 คะแนน), สามารถทำกิจกรรมทางศาสนาได้ตามความต้องการ (คะแนนเฉลี่ย 91.52 คะแนน), มีความมั่นใจในความมั่นคงของสถานประกอบการ และทีมผู้บริหาร (คะแนนเฉลี่ย 88.20 คะแนน),

มีโอกาสดำเนินการพัฒนาความสามารถในงานอย่างต่อเนื่อง (คะแนนเฉลี่ย 85.02 คะแนน), งานที่ทำทุกวันนี้ ตอบสนองเป้าหมายในชีวิต(คะแนนเฉลี่ย 82.2 คะแนน), รู้สึกว่างานของท่านมีคุณค่าแก่สังคม (คะแนนเฉลี่ย 81.42 คะแนน), ได้มีส่วนเผยแพร่ชื่อเสียงของสถานประกอบการ (คะแนนเฉลี่ย 80.45 คะแนน) และคิดที่จะลาออก ไปหางานใหม่ทำ (คะแนนเฉลี่ย 64.94 คะแนน) ตามลำดับ

ด้านความมั่นคงในชีวิตโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 78.40 คะแนน) ปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูงคือ ได้รับการตรวจสุขภาพประจำปีอย่างเพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 92.63 คะแนน), สามารถจัดการกับรายจ่าย หรือหนี้สิน ได้อย่างเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ย 87.09 คะแนน), ได้รับรายได้ที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ (คะแนนเฉลี่ย 81.97 คะแนน) และงานที่ทำอยู่ในขณะนี้ เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ (คะแนนเฉลี่ย 81.28 คะแนน) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความมั่นคงในชีวิตที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ คือ พึ่งพอใจในสวัสดิการต่าง ๆ ที่สถานประกอบการจัดให้ (คะแนนเฉลี่ย 78.51 คะแนน), สามารถเก็บออมเงินไว้ใช้ในยามจำเป็นได้เพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 73.38 คะแนน), สร้างหนี้เพื่อความมั่นคงของครอบครัวในระยะยาวอย่างเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ย 68.68 คะแนน) และได้รับการเลื่อนขั้นเงินเดือน หรือเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น (คะแนนเฉลี่ย 63.69 คะแนน) ตามลำดับ

คุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 77.45 คะแนน) ปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูงคือ คุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 94.29 คะแนน) และการทำงานที่นี้มีความหมาย และมีความสำคัญ (คะแนนเฉลี่ย 93.88 คะแนน) ปัจจัยในภาพรวมที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำ ได้แก่ การสร้างหนี้เกินกำลังที่จะผ่อนใช้ได้ (คะแนนเฉลี่ย 44.17 คะแนน)

### สรุป

คุณภาพชีวิตการทำงานของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เฉลี่ยโดยรวม อยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 77.99 คะแนน) มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านจิตวิญญาณ (คะแนนเฉลี่ย 92.63 คะแนน), ด้านจิตใจ (คะแนนเฉลี่ย 87.09 คะแนน) และ ด้านร่างกาย (คะแนนเฉลี่ย 81.97 คะแนน) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง

ด้านสิ่งแวดล้อม (คะแนนเฉลี่ย 78.51 คะแนน), ด้านความมั่นคงในชีวิต (คะแนนเฉลี่ย 73.38 คะแนน), ด้านสัมพันธภาพทางสังคม (คะแนนเฉลี่ย 68.68 คะแนน) และคุณภาพชีวิต

การทำงานในภาพรวม (คะแนนเฉลี่ย 63.69 คะแนน) มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ

### ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครด้านร่างกาย 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) จากผลการศึกษาพบว่า

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig.=0.03 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านสัมพันธภาพทางสังคม ไม่แตกต่างกัน

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.03 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่า ที่มีอายุ 31-40 ปี





ทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ในภาพรวมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 21-30 ปี

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.02 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานมากกว่า 15 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณมากกว่า ที่มีอายุการทำงาน 3.1-6 ปี และเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานมากกว่า 15 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณมากกว่า ที่มีอายุการทำงาน 6.1-9 ปี

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 คู่ และที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 คู่ คือ





รายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกายมากกว่า  
 เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ  
 เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็น  
 เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่  
 คือ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มี  
 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกายมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์  
 ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน  
 กรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้าน  
 ร่างกายมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-  
 30,000 บาท

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีระดับความคิดเห็น  
 ต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  
 0.01 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี  
 (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับ  
 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01  
 จำนวน 6 คู่ และที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ดังนี้

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีระดับความคิดเห็น  
 ต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  
 0.01 จำนวน 6 คู่ คือ

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

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

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







6. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับความคิดเห็น ต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ คือเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิต มากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับความคิดเห็น ต่อคุณภาพชีวิตในภาพรวมแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของแอลเอสดี (LSD) พบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต คุณภาพชีวิตในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 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

ศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต กับคุณภาพชีวิตในภาพรวม พบว่า มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.661 สามารถพยากรณ์คุณภาพชีวิต



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

#### ส่วนที่ 4 ศึกษาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และข้อมูลข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

##### ศึกษาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 54 ข้อ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 390 คน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha) เท่ากับ 0.9340 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่เชื่อถือได้ การแปลความหมายค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้ ควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 เท่านั้น กล่าวคือ ถ้าเครื่องมือวัดหรือแบบสอบถามใดมีประสิทธิภาพ ผู้ตอบจะสามารถตอบคำถามที่คงที่ คะแนนจากคำตอบแต่ละครั้งจะคงที่ ทำให้ค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้จะใกล้เคียงกับ 1 หรือเท่ากับ 1 ในกรณีที่ไม่มีผลคลาดเคลื่อนเลย และในทางตรงกันข้าม แบบทดสอบใดที่ขาดความเที่ยงตรง ค่าความเชื่อมั่นจะลดลงไปเรื่อยๆ จนเข้าใกล้ 0 (ศูนย์) และถ้าค่าความเชื่อมั่นเป็น 0 แล้วย่อมชี้ให้เห็นว่าเครื่องมือวัดหรือแบบสอบถามนั้นไม่มีความเที่ยงเลย แบบทดสอบที่ดีควรมีค่าความเชื่อมั่นอย่างน้อย 0.75

##### ข้อมูลข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เสนอให้เพิ่มสวัสดิการเพื่อให้มีความสุข และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยให้เพิ่มผลตอบแทนและสวัสดิการจากตำแหน่งและโบนัส 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

เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เสนอให้เพิ่ม อื่นๆ เพื่อให้มีความสุข และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยให้จัดสภาพแวดล้อมสถานที่ทำงานให้ดีขึ้น มากที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 รองลงมา เสนอให้เพิ่มห้องสันทนาการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60, เสนอให้พัฒนาตนเอง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60, เสนอให้รับผิดชอบเรื่องภัยพิदन้อยลง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 และเสนอให้ยกเลิกการหักค่าคอม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

### อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า

คุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นายณัฐวุฒิ สุนทรานู (2546) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) หลังนโยบายลดอัตรากำลังคน ศึกษาเฉพาะสาขาในเขตจังหวัดสมุทรปราการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 157 คน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 เกี่ยวกับภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของพนักงานไทยพาณิชย์ พบว่าภาพรวมของคุณภาพชีวิต พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ หลังนโยบายลดอัตรากำลังคน อยู่ในระดับปานกลาง มีแนวโน้มไปทางระดับต่ำ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สราวุฒิ บวรกิจประเสริฐ (2545) ได้ศึกษาถึง คุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่ตำรวจฝ่ายสืบสวนสังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 9 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่ตำรวจฝ่าย สืบสวนสังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 9 ตามองค์ประกอบคุณภาพชีวิต 7 ด้าน โดยศึกษา ระดับคุณภาพชีวิต ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และวิธีพัฒนาคุณภาพชีวิตทั้ง 7 ด้าน กลุ่มประชากร 142 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ เชิงพรรณนา ในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและ สหสัมพันธ์อย่างง่าย ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ตำรวจฝ่ายสืบสวนสังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 9 มีระดับคุณภาพชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านจิตวิญญาณ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง

ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ดังนี้

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เพศ กับระดับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม พบว่า

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคง และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig.=0.03 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพศ จึงมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร สถานภาพ กับระดับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

สรุปได้ว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ไม่

แตกต่างกัน ดังนั้น สถานภาพจึงไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ระดับการศึกษา กับระดับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม พบว่า

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคง และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig.=0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพศ จึงมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร อายุ กับระดับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม พบว่า

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านสัมพันธภาพทางสังคม ไม่แตกต่างกัน

2. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig.=0.03 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่า ที่มีอายุ 31-40 ปี

3. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig.=0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปี

ขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณมากกว่า ที่มีอายุ 21-30 ปี และเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณมากกว่า ที่มีอายุ 21-30 ปี

4. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 21-30 ปี เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 31-40 ปี และเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 21-30 ปี

5. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ในภาพรวมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 21-30 ปี

สรุปได้ว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น อายุ จึงมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิตและคุณภาพชีวิตในภาพรวม

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร อายุการทำงาน กับระดับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม พบว่า

1. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน











50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท และเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

7. เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวม แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig.=0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมมากกว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

สรุปได้ว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น รายได้ จึงมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตในภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสุข ของ Richard Layard (รักดี โชติจินดา และเจริญเกียรติ ธนสุขถาวร ผู้แปล, 2550:76-83 ) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสุขของคนว่าความสุขของคนนั้น



ประกอบด้วย สถานการณ์ทางการเงิน เราจะเริ่มต้นกันด้วยผลกระทบทางด้านรายได้ของคนเราก่อนถ้าหากรายได้เราลดลงไปความสุขก็ลดลงไปด้วย ซึ่งความสุขจะส่งผลต่อ คุณภาพชีวิต

ศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต กับคุณภาพชีวิตในภาพรวม พบว่า

มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.661 สามารถพยากรณ์คุณภาพชีวิตในภาพรวม ได้ร้อยละ 43.7 ส่วนคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร อีกร้อยละ 57.3 เป็นผลที่เกิดจากด้านอื่นๆ เมื่อพิจารณาจากค่าดัชนีสำคัญทางสถิติ (Sig.) พบว่า ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ สามารถทำนายระดับคุณภาพชีวิตในภาพรวม เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) ด้านจิตวิญญาณ ( $\beta = 0.363$ ) ด้านความมั่นคงในชีวิต ( $\beta = 0.261$ ) ด้านร่างกาย ( $\beta = -0.133$ ) ด้านจิตใจ ( $\beta = 0.149$ )

สรุปได้ว่า คุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในภาพรวม

#### ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

จากข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับความต้องการด้านสวัสดิการและผลตอบแทนเพิ่มจากสิทธิเดิม ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรทบทวนเรื่องสวัสดิการและผลตอบแทนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถเพิ่มระดับคุณภาพชีวิตของของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร

#### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิต ของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ค้นพบประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ในด้านร่างกาย คือเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน

กรุงเทพมหานครมีการออกกำลังกายที่สม่ำเสมออยู่ในระดับคะแนนที่น้อยที่สุด และรายได้มีอิทธิพลต่อระดับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกาย

2. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ในด้านจิตใจ คือสามารถปรึกษาหัวหน้างานเมื่อมีปัญหาในการทำงานอยู่ในระดับคะแนนที่น้อยที่สุด โดย ด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้มีอิทธิพลต่อระดับคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจ

3. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ในด้านสังคม คือเพื่อนร่วมงานเป็นเสมือนคนในครอบครัวเดียวกันอยู่ในระดับคะแนนที่น้อยที่สุดและรายได้มีอิทธิพลต่อระดับคุณภาพชีวิต ด้านสังคม

4. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ในด้าน เกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อม คือได้รับการยอมรับ หรือคำชมเชยจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานอยู่ในระดับคะแนนที่น้อยที่สุดและอายุมีอิทธิพลต่อระดับคุณภาพชีวิต ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม

5. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ในด้าน เกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิญญาณ คือคิดที่จะลาออก ไปหางานใหม่ทำ โดยอยู่ในระดับคะแนนที่น้อยที่สุดและ อายุ อายุการทำงานและรายได้มีอิทธิพลต่อระดับคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณ

6. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ในด้าน เกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคงในชีวิต โดยการได้รับการเลื่อนขั้นเงินเดือน โดยอยู่ในระดับคะแนนที่น้อยที่สุดและอายุ อายุการทำงานและรายได้มีอิทธิพลต่อระดับคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิต

#### ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิต ของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาพบว่ายังมีบางประเด็นที่น่าสนใจ จึงใคร่ขอเสนอแนะความคิดเห็น ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทหลักทรัพย์ในอนาคต ดังนี้

1. คุณภาพชีวิตด้านร่างกาย จากการพิจารณาถึงระดับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดด้านร่างกาย เจ้าหน้าที่การตลาดในกรุงเทพมหานคร ของบริษัทหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีระดับคุณภาพชีวิตด้านร่างกายในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหาร และผู้ที่

เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตทางด้านร่างกายเพิ่มขึ้น เพราะจากแบบสอบถามจะเห็นว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครมีการออกกำลังกายที่สม่ำเสมออยู่ในระดับคะแนนที่น้อยที่สุดในคุณภาพชีวิตทางด้านร่างกาย ดังนั้นทางบริษัท ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการออกกำลังกายให้แก่เจ้าหน้าที่การตลาด เพื่อเสริมสร้างสุขภาพกายให้แข็งแรง โดยการจัดสวัสดิการด้านการออกกำลังกาย เช่น ฟิตเนส การสอนโยคะ การจัดสถานที่ออกกำลังกายให้เป็นสวัสดิการ ตามข้อเสนอแนะของเจ้าหน้าที่การตลาดในกรุงเทพมหานคร ของบริษัทหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. คุณภาพชีวิตด้านจิตใจจากการพิจารณาถึงระดับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดด้านจิตใจ เจ้าหน้าที่การตลาดในกรุงเทพมหานคร ของบริษัทหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีระดับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตทางด้านจิตใจเช่น จัดกิจกรรมสร้างการเป็นผู้ให้ เช่นการบริจาคโลหิต จัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมด้านศาสนา เช่นการตักบาตรร่วมกันในวันสำคัญ จัดกิจกรรมการทำบุญต่างๆ ร่วมกันให้แก่ตนในองค์กร จัดกิจกรรมการทำสมาธิต่างๆ ทำโครงการ

3. คุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคมจากการพิจารณาถึงระดับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดด้านสังคม เจ้าหน้าที่การตลาดในกรุงเทพมหานคร ของบริษัทหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีระดับคุณภาพชีวิตด้านสังคมในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตทางด้านสังคมเช่น การจัดกิจกรรมร่วมกันในที่ทำงานเพื่อ ส่งเสริมความสัมพันธ์ และความสามัคคีร่วมกันในที่ทำงานเพื่อสร้างรักและสามัคคีให้แก่กันในที่ทำงาน เช่นจัดการท่องเที่ยวภายในองค์กร พร้อมทำกิจกรรมต่างๆ เช่นการท่องเที่ยวเชิงพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นต้น เพื่อส่งเสริมความสามัคคีร่วมกันในองค์กร

4. คุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อมจากการพิจารณาถึงระดับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดด้านสิ่งแวดล้อม เจ้าหน้าที่การตลาดในกรุงเทพมหานคร ของบริษัทหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีระดับคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตทางด้านสิ่งแวดล้อม สร้างความสัมพันธ์อันดีในที่ทำงานระหว่างผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน การมีกฎระเบียบที่เหมาะสมและสามารถปฏิบัติตามได้เพื่อสร้างความสุข และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นแก่สิ่งแวดล้อมทั้งด้านบุคคล และสถานที่ทำงาน โดยจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมในการทำงาน สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน เพื่อสนับสนุนให้เกิดความสุขในการทำงาน

5. คุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณจากการพิจารณาถึงระดับคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่ การตลาดด้าน จิตวิญญาณเจ้าหน้าที่การตลาดในกรุงเทพมหานคร ของบริษัทหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีระดับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตทางด้านจิตวิญญาณเช่น การจัดอบรม สร้างความเชื่อมั่นและความภูมิใจ ความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานให้แก่เจ้าหน้าที่ การตลาดเช่นการจัดอบรมด้านความรู้เรื่องเกี่ยวกับการทำงาน เช่น การอบรมความรู้เกี่ยวกับ หลักทรัพย์ การส่งเสริมการสอบ การอบรม ตามหัวข้อที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด เพื่อสร้าง ความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานให้แก่เจ้าหน้าที่การตลาด

6. คุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตจากการพิจารณาถึงระดับคุณภาพชีวิตของ เจ้าหน้าที่การตลาดด้านความมั่นคงในชีวิต เจ้าหน้าที่การตลาดในกรุงเทพมหานคร ของบริษัท หลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีระดับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตใน ระดับปานกลางแสดงให้เห็นว่า ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต ทางด้านความมั่นคงในชีวิตเช่น

การส่งเสริมผู้ปฏิบัติงานดีด้วยการเลื่อนตำแหน่ง สร้างขวัญและกำลังใจให้แก่เจ้าหน้าที่การตลาด นอกจากนั้นควรมีสวัสดิการที่ครอบคลุมให้เหมาะสมแก่พนักงาน จัดตั้งกองทุนเพื่อดูแลพนักงาน กรณีถูกเลิกจ้าง หรือ นายจ้างเลิกกิจการ จัดตั้งสหกรณ์ เพื่อสร้างความมั่นคงในด้านการเงินให้ เจ้าหน้าที่การตลาดรวมทั้งการจัดการอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิ และหน้าที่ของ ลูกจ้างให้แก่เจ้าหน้าที่การตลาดให้ได้ทราบและเข้าใจในเรื่องดังกล่าวเพื่อไม่ให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบจากนายจ้าง และหน่วยงานที่กำกับดูแล

7. คุณภาพชีวิตด้านการทำงานในภาพรวมจากการพิจารณาถึงระดับคุณภาพชีวิตของ เจ้าหน้าที่การตลาดด้านการทำงานในภาพรวม เจ้าหน้าที่การตลาดในกรุงเทพมหานคร ของบริษัท หลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีระดับคุณภาพชีวิตด้านการทำงานในภาพรวม ในระดับปานกลางแสดงให้เห็นว่า ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพ ชีวิตทางด้านความมั่นคงในชีวิตเช่นการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการทำงาน กิจกรรมที่เน้น การส่งเสริมทัศนคติในการทำงาน การสร้างวัฒนธรรมองค์กร โดยมีประเด็นที่สำคัญของการ สร้างกิจกรรม คือการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในองค์กร โดยการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น สร้างรูปแบบการพัฒนากิจกรรม เพื่อแก้ปัญหา และสร้างกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ บุคลากรในองค์กร ซึ่งการสร้างกิจกรรมในการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ นั้นจะเป็นสิ่งที่จะก่อให้เกิด คุณภาพชีวิตที่ดี ทำให้ เจ้าหน้าที่การตลาดที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีนั้นจะส่งผลให้เกิดการทำงานที่มี

ประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดีขึ้นต่อองค์กร และนำไปสู่ความรัก และสามัคคีระหว่าง  
บุคลากร และองค์กร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved