

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิด และทฤษฎี	5
ความหมายของคุณภาพชีวิต	5
ความสำคัญของคุณภาพชีวิต	7
ปัจจัยที่มีผลต่อความสุข	8
องค์ประกอบของคุณภาพชีวิต	8
การสร้างความพร้อมเพื่อให้การทำงานมีความสุข	13
องค์ประกอบของคุณภาพชีวิตคนทำงานในสถานประกอบการ	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	18
ขอบเขตการศึกษา	18
ขอบเขตเนื้อหา	18
ขอบเขตประชากร	18
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	19
การเก็บรวบรวมข้อมูล	19
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	20
การวิเคราะห์ข้อมูล	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	สถิติที่ใช้ในการศึกษา 21
	ระยะเวลาการดำเนินการศึกษา 22
บทที่ 4	ผลการศึกษา 23
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 23
	ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) 27
	ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) 41
	ส่วนที่ 4 ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และข้อมูล ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต 85
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ 87
	สรุปผลการศึกษา 87
	อภิปรายผลการศึกษา 101
	ข้อค้นพบ 110
	ข้อเสนอแนะจากการศึกษา 111
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก	118
	ผนวก ก แบบสอบถาม 119
	ผนวก ข รายงานจำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดที่ติดต่อกับผู้ลงทุน ตาม พ.ร.บ.หลักทรัพย์ 126
ประวัติผู้เขียน	129

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	24
2 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	24
3 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ	25
4 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา	25
5 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุการทำงานของการเป็นเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์	26
6 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	26
7 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านร่างกาย	28
8 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตใจ	30
9 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคม	32
10 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	34
11 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิญญาณ	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
12 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคงในชีวิต	38
13 แสดงผลการแจกแจงความถี่ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็น ของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในภาพรวม	39
14 สรุประดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อคุณภาพชีวิต เกี่ยวกับปัจจัย ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตการทำงาน ในภาพรวม	40
15 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านร่างกายระหว่าง เพศชายและเพศหญิง	41
16 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตใจ ระหว่าง เพศชายและเพศหญิง	42
17 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสัมพันธภาพทาง สังคม ระหว่างเพศชายและเพศหญิง	42
18 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ระหว่างเพศชายและเพศหญิง	42
19 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิญญาณ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง	43
20 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคง ในชีวิต ระหว่างเพศชายและเพศหญิง	43
21 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต ในภาพรวม ระหว่างเพศชายและเพศหญิง	43
22 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านร่างกาย กับสถานะภาพ	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
23 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตใจ กับสถานะภาพ	44
24 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสัมพันธภาพ ทางสังคม กับสถานะภาพ	44
25 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม กับสถานะภาพ	45
26 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิญญาณ กับสถานะภาพ	45
27 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคง ในชีวิต กับสถานะภาพ	45
28 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต ในภาพรวม กับสถานะภาพ	46
29 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านร่างกาย กับระดับการศึกษา	46
30 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตใจ กับระดับการศึกษา	46
31 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสัมพันธภาพ ทางสังคม กับระดับการศึกษา	47
32 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม กับระดับการศึกษา	47
33 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิญญาณ กับระดับการศึกษา	47
34 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคงในชีวิต กับระดับการศึกษา	48
35 แสดงค่าเฉลี่ย และผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต ในภาพรวม กับระดับการศึกษา	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
36 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกันกับ คุณภาพชีวิตด้านร่างกาย	49
37 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกายกับอายุ	49
38 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกันกับ คุณภาพชีวิตด้านจิตใจ	50
39 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจกับอายุ	50
40 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกันกับคุณภาพ ชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม	51
41 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพ ชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคมกับอายุ	51
42 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกันกับคุณภาพ ชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม	52
43 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้า หน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อมกับอายุ	52
44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
45 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกันกับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ	53
46 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณกับอายุ	54
47 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	54
48 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกันกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต	55
49 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิตกับอายุ	55
50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	56
51 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกันกับคุณภาพชีวิตในภาพรวม	57
52 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในภาพรวมกับอายุ	57
53 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตในภาพรวม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
54 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน กับคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย	58
55 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกายกับอายุการทำงาน	59
56 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน กับคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ	60
57 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจกับอายุการทำงาน	60
58 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน กับคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม	61
59 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสัมพันธภาพทางสังคมกับอายุการทำงาน	62
60 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน กับคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม	62
61 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อมกับอายุการทำงาน	63
62 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน กับคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
63 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณ กับอายุการทำงาน	64
64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ จำแนกตามอายุการทำงาน เป็นรายคู่	64
65 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน กับคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต	65
66 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตกับอายุการทำงาน	66
67 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต จำแนกตามอายุ การทำงานเป็นรายคู่	66
68 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุการทำงานต่างกัน กับคุณภาพชีวิตในภาพรวม	68
69 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ในภาพรวมกับอายุการทำงาน	68
70 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกันกับ คุณภาพชีวิตด้านร่างกาย	69
71 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านร่างกายกับรายได้	69

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
72 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่	70
73 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกันกับ คุณภาพชีวิตด้านจิตใจ	71
74 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจกับรายได้	71
75 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตใจ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่	72
76 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกันกับ คุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม	73
77 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสัมพันธภาพทางสังคมกับรายได้	74
78 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านสัมพันธภาพทางสังคม จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่	74
79 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกันกับ คุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม	76
80 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อมกับรายได้	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
81 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกับ คุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ	77
82 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านจิตวิญญาณกับรายได้	77
83 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่	78
84 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกับ คุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต	79
85 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในชีวิตรายได้	80
86 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตด้านความมั่นคงในชีวิต จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่	80
87 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกับ คุณภาพชีวิตในภาพรวม	82
88 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ในภาพรวมกับรายได้	82
89 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพชีวิตในภาพรวม จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่	83
90 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ ในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน กับคุณภาพชีวิตในภาพรวม	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
91 แสดงค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	85
92 แสดงจำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร โดยเสนอให้เพิ่มสวัสดิการเพื่อให้มีความสุข และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น	85
93 แสดงจำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร โดยเสนอข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงาน	86