

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ: คุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ใน
กรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน: นางสาวสุนันท์ วิรัชวรกุล

ปริญญา: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ: รองศาสตราจารย์อรพิน สันติธีรากุล

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาถึงคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ต่อปัจจัยที่ทำให้มีคุณภาพชีวิต และศึกษาถึงความสำคัญของระดับคุณภาพชีวิตทั้ง 6 ด้านคือ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณและ ด้านความมั่นคงในชีวิต โดยจำแนกตามลักษณะบุคคล โดยใช้แนวคิดของ รองศาสตราจารย์ ดร.แสงอรุณ อิศระมาลัย เรื่ององค์ประกอบของคุณภาพชีวิต คนทำงานในสถานประกอบการ โดยครอบคลุมถึงคุณภาพชีวิตคนทำงานทั้ง 6 ด้าน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งสิ้น 390 ชุด โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้ ร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าแจกแจงแบบที (t - test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดย Linear Regression และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 55.4 มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 มีสถานภาพโสด มากที่สุด 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 โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตเฉลี่ย อยู่ใน ระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 77.99 คะแนน) ซึ่งประกอบด้วยระดับความคิดเห็นในระดับปานกลางค่อนข้างสูง มี

คะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านจิตวิญญาณ ต่อมาคือด้านจิตใจ และ ด้านร่างกาย สำหรับระดับความคิดเห็นในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ มีคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านสิ่งแวดล้อมรองมาคือด้านความมั่นคงในอาชีพ, ด้านสัมพันธภาพทางสังคม และคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม และศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้าน เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน แต่ ด้านอายุที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ด้านความมั่นคงในอาชีพ แตกต่างกัน และอายุการทำงานต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตด้านจิตวิญญาณและด้านความมั่นคงในอาชีพแตกต่างกัน และความสัมพันธระหว่างคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในอาชีพ กับคุณภาพชีวิตในภาพรวม พบว่า มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.661 สามารถพยากรณ์คุณภาพชีวิตในภาพรวม ได้ร้อยละ 43.7 ส่วนคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร อีกร้อยละ 57.3 เป็นผลที่เกิดจากด้านอื่นๆ เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) พบว่า ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในอาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ พบว่า ด้านจิตวิญญาณ ด้านความมั่นคงในอาชีพ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ สามารถทำนายระดับคุณภาพชีวิตในภาพรวม เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) ด้านจิตวิญญาณ ($\beta = 0.363$) ด้านความมั่นคงในอาชีพ ($\beta = 0.261$) ด้านร่างกาย ($\beta = -0.133$) ด้านจิตใจ ($\beta = 0.149$)

Independent Study Title	The Quality of Life of Marketing Officers in Security Companies in Bangkok
Author	Ms. Sunan Wiruchvorakul
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Orapin Santidhirakul

Abstract

This independent study analyzed the 6 aspects that affected life quality of marketing officers at financial companies in Bangkok, which included body, mind, social relationship, environment, spirituality, and life stability, based on Associate Professor Dr. Sang-aroon Issaramalai's concept of aspects of life quality of entrepreneurial staff. The data was collected via questionnaire from 390 marketing officers working at financial companies in Bangkok. The questionnaire respondents were selected by quota sampling and the data was analyzed using percentage, mean, t-test, Analysis of Variance: ANOVA, Linear Regression, and LSD.

The results of the study showed that most questionnaire respondents were female (55.4%), 31-40 years old (44.4%), single (64.1%), with Bachelor's degree (74.1%). Their work period was 3.1-6 years (34.4%), and their income was 20,001-30,000 baht (29.5%). Most respondents ranked the overall aspects of life quality at the medium-low level (77.99%). They ranked spirituality, mind, and body at the medium-high level. They ranked environment, career stability, social relationship, and overall life quality at the medium-low level. From studying personal factors that affected life quality, it was found that the difference in gender, status and education did not affect the difference in their attitudes towards life quality but the difference in age affected the difference in their attitudes towards life quality and career stability. And the difference in work period affected the difference in their attitudes towards spirituality and career stability. It was also found that there was a positive correlation between their life quality and the 6 aspects of life quality. The R relationship was at 0.661 and the overall prediction of their life quality was at 43.7%, while the life quality of 57.3% of the respondents was affected by other factors. From the study of statistic significance, it was found that spirituality and career stability affected life quality significantly at 0.01%, while body and mind affected significantly at 0.05%. The results also showed that spirituality, career stability, body and mind were able to predict the overall life quality at $\beta = 0.363$, $\beta = 0.261$, $\beta = 0.133$ and $\beta = 0.149$, respectively.