

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามภาษาไทย

แบบสอบถามภาษาอังกฤษ



การสำรวจการรับรู้คุณค่าการบริการ

โปรดตอบแบบสำรวจการรับรู้คุณค่าการบริการในภัตตาคารรีสอร์ท วัดดูประสงค์ของการวิจัยนี้ เพื่อประเมินการรับรู้ของท่านในฐานะลูกค้าภัตตาคาร/ร้านอาหารในรีสอร์ท

ส่วนที่ 1 ลักษณะพื้นฐานบุคคล

1. สัญชาติ ไทย ยุโรป
2. เพศ ชาย หญิง
3. อายุ น้อยกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี 61 ปีขึ้นไป
4. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
5. ภูมิลำเนา กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล

6. ประสบการณ์รับประทานอาหารตามภัตตาคารรีสอร์ทในประเทศไทย ในช่วง
ระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา

เคย

ไม่เคย

7. ประสบการณ์รับประทานอาหารภายในภัตตาคารรีสอร์ทในต่างประเทศ ในช่วง
ระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา

เคย

ไม่เคย

8. กิจกรรมไลฟ์สไตล์ด้านการรับประทานอาหารที่ภัตตาคารในรีสอร์ท

สำคัญต่อไลฟ์สไตล์

ไม่สำคัญต่อไลฟ์สไตล์

9. ความสนใจในการเดินทางผ่านรีสอร์ทเพื่อ

พักผ่อน

ธุรกิจ

10. ความคิดเห็นต่อการรับประทานอาหารที่ภัตตาคารในรีสอร์ท

ควรมีประสบการณ์การรับประทานอาหารในบริเวณที่พักรีสอร์ท

หากเลือกได้ ไม่ควร มีประสบการณ์การรับประทานอาหารในบริเวณที่พัก
รีสอร์ท

(ต่อส่วนที่ 2)

ส่วนที่ 2 ผู้บริโภคมีความแตกต่างด้านประสบการณ์หลังการรับประทานอาหารในภัตตาคารรีสอร์ท ประโยคคำถามต่อไปนี้อธิบายความแตกต่างด้านประสบการณ์ดังกล่าว ซึ่งผู้บริโภคได้ประสบภายหลังการรับประทานอาหารและจ่ายค่าอาหารในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา โปรดอ่านข้อมูลอย่างละเอียดและวงกลมระดับความเห็นที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1 = ไม่เห็นชอบทั้งหมด 2 = ไม่เห็นชอบ 3 = เห็นชอบ 4 = เห็นชอบมาก 5 = เห็นชอบมากที่สุด

ผู้บริโภคอ้างประสบการณ์รับประทานอาหารที่ภัตตาคารรีสอร์ท	1	2	3	4	5
1. การตัดสินใจถูกต้อง	1	2	3	4	5
2. ใช้ง่าย	1	2	3	4	5
3. คุณภาพอาหารสูงเป็นเอกลักษณ์	1	2	3	4	5
4. น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
5. ไว้ใจได้	1	2	3	4	5
6. สม่าเสมอ	1	2	3	4	5
7. รู้สึกดี	1	2	3	4	5
8. รู้สึกเพลิดเพลิน	1	2	3	4	5
9. รู้สึกปลื้มปิติยินดี	1	2	3	4	5
10. รู้สึกมีความสุข	1	2	3	4	5
11. คุ่มค่าการรับประทาน	1	2	3	4	5
12. คุ่มกับค่าใช้จ่าย	1	2	3	4	5
13. ราคาอาหารยุติธรรม	1	2	3	4	5
14. ราคาประหยัด	1	2	3	4	5
15. ต่อรองดี	1	2	3	4	5
16. ไม่ต้องคอยนาน	1	2	3	4	5
17. สถานที่หาง่าย	1	2	3	4	5
18. เวลาค้นหาภัตตาคารไม่มาก	1	2	3	4	5
19. ชื่อเสียงดี	1	2	3	4	5
20. น่านับถือ	1	2	3	4	5
21. ควรให้คิดถึง	1	2	3	4	5
22. สภาพแวดล้อมดี	1	2	3	4	5
23. รู้จัก	1	2	3	4	5

24. ฉลาดเลือกรับประทาน	1	2	3	4	5
25. ราคาสมเหตุผล	1	2	3	4	5
26. ประสบการณ์ที่ต้องการ	1	2	3	4	5
27. ประสบการณ์สร้างความพอใจที่ต้องการ	1	2	3	4	5
28. ประสบการณ์คุณค่าโดยรวมสูง	1	2	3	4	5
29. กระบวนการรับบริการได้รับรู้คุณค่าเป็นบวก	1	2	3	4	5
30. หากเลือกรับประทานอาหารในภัตตาคารรีสอร์ทแห่งนี้ นับเป็นตัวเลือกรายแรก	1	2	3	4	5

ขอบคุณในความร่วมมือกรอกแบบสอบถามนี้ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปพิจารณาวิเคราะห์และสรุปผลซึ่งเชื่อว่าเป็นความลับเฉพาะการศึกษาเท่านั้น



Perceptions of Service Value Survey

Please answer all questions of perceptions of service value survey in restaurant's resort facility. The main purpose of the research is to evaluate your perception as a customer's restaurant/food service provider within resorts facility.

Section 1 The personal characteristics

1. Nationality Thai Europe

2. Gender male
 female

3. Age under 20 years
 21 – 30 years
 31 – 40 years
 41 – 50 years
 51 – 60 years
 above 60 years

4. Level of education under bachelor degree
 above bachelor degree

5. Place of living Europe
 outside Europe

6. Consuming a meal experience at resort's restaurant in Thailand from the past 12 months

yes

no

7. Consuming a meal experience at resort's restaurant in international from the past 12 months

yes

no

8. Lifestyle activity in consuming a meal at resort's restaurant

importance toward lifestyle

unimportance toward lifestyle

9. Lifestyle interest in consuming a meal at resort's restaurant

vacation

business

10. Lifestyle opinion in consuming a meal at resort's restaurant

having consuming a meal resort facility

for having a choice to make decision, customers should not consumed

a meal within resort facility.

Section 2 Customer differ in their experiences after consuming a meal in resort's restaurant. Number of Statements describe different experiences below customer may have encountered often consuming and paying for a meal at a particular restaurant during the past 12 months. Please read each statement scrutiny and circling chosen numbers to indicate the extent to which each statement to which agree or disagree with each statement (1 = strongly disagrees 2 = disagree 3 = neither 4 = agree 5 = strongly agree

Customer refer dining experience as	1	2	3	4	5
1. Did the right thing when purchased a meal	1	2	3	4	5
2. Easy to buy	1	2	3	4	5
3. Outstanding quality	1	2	3	4	5
4. Very reliable	1	2	3	4	5
5. Very dependable	1	2	3	4	5
6. Very consistent	1	2	3	4	5
7. Feel good	1	2	3	4	5
8. Pleasure	1	2	3	4	5
9. Sense of Joy	1	2	3	4	5
10. Feel delight	1	2	3	4	5
11. Happiness	1	2	3	4	5
12. Good buy	1	2	3	4	5
13. Money worth	1	2	3	4	5
14. Fair price	1	2	3	4	5
15. Economical	1	2	3	4	5
16. Good bargain	1	2	3	4	5
17. Energy to purchase	1	2	3	4	5
18. Easy to dine	1	2	3	4	5
19. Effort to buy	1	2	3	4	5
20. Bought easily	1	2	3	4	5
21. Good reputation	1	2	3	4	5
22. Well respected	1	2	3	4	5
23. Well thought of reputable					
24. Wise choice meal purchase					
25. Reasonable price					
26. Exactly experience needed					
27. Satisfied experience toward needed and wants					
28. Overall experienced value					
29. Overall positive experience value					
30. Consider this resort restaurant as the first choice to meal					

Customer refer dining experience as	1	2	3	4	5
31. Did the right thing when purchased a meal	1	2	3	4	5
32. Easy to buy	1	2	3	4	5
33. Outstanding quality	1	2	3	4	5
34. Very reliable	1	2	3	4	5
35. Very dependable	1	2	3	4	5
36. Very consistent	1	2	3	4	5
37. Feel good	1	2	3	4	5
38. Pleasure	1	2	3	4	5
39. Sense of Joy	1	2	3	4	5
40. Feel delight	1	2	3	4	5
41. Happiness	1	2	3	4	5
42. Good buy	1	2	3	4	5
43. Money worth	1	2	3	4	5
44. Fair price	1	2	3	4	5
45. Economical	1	2	3	4	5
46. Good bargain	1	2	3	4	5
47. Energy to purchase	1	2	3	4	5
48. Easy to dine	1	2	3	4	5
49. Effort to buy	1	2	3	4	5
50. Bought easily	1	2	3	4	5
51. Good reputation	1	2	3	4	5
52. Well respected	1	2	3	4	5
53. Well thought of reputable					
54. Wise choice meal purchase					
55. Reasonable price					
56. Exactly experience needed					
57. Satisfied experience toward needed and wants					
58. Overall experienced value					
59. Overall positive experience value					
60. Consider this resort restaurant as the first choice to meal					

ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity)

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity)

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) โดยการหาค่า IOC โดยคณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านดังนี้

1. ดร.ปริญ ลักขิตามาศ สังกัด มหาวิทยาลัยสยาม
2. ดร.ศิวารัตน์ ณ ปทุม สังกัด มหาวิทยาลัยสยาม
3. ศาสตราจารย์ ธีรสรณ์ แขวง โสภ

หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (Item

Objective Congruency Index: IOC) (สุวิมล ติรกานันท์, 2550: 44-46)

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum r}{n}$$

เมื่อ IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

$\sum r$ คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

n คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 1 ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล

ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล	คณะผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
1. สัญชาติ	+1	+1	+1	1
2. เพศ	+1	+1	+1	1
3. อายุ	+1	0	+1	0.67*
4. การศึกษา	0	+1	+1	0.67*
5. ภูมิลำเนา	+1	+1	+1	1
6. ประสบการณ์รับประทานอาหารตามภัตตาคาร รีสอร์ทในประเทศไทย	+1	+1	0	0.67*
7. ประสบการณ์รับประทานอาหารภายในภัตตาคาร รีสอร์ทในต่างประเทศ	0	+1	+1	0.67*
8. ความสำคัญของกิจกรรมไลฟ์สไตล์ด้านการ รับประทานอาหารที่ภัตตาคารในรีสอร์ท	0	+1	+1	0.67*

ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล	คณะผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
9. ความสนใจในการเดินทางผ่านที่รีสอร์ท	+1	+1	+1	1
10. ความคิดเห็นต่อการรับประทานอาหารที่ภัตตาคารในรีสอร์ท	+1	0	+1	0.67*

หมายเหตุ * หมายถึง ได้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 การรับรู้คุณค่าการบริการในภัตตาคารรีสอร์ท

การรับรู้คุณค่าการบริการในภัตตาคารรีสอร์ท	คณะผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
1. การตัดสินใจถูกต้อง	+1	+1	+1	1
2. ใช้ง่าย	+1	+1	+1	1
3. คุณภาพอาหารสูงเป็นเอกลักษณ์	+1	0	+1	0.67*
4. น่าเชื่อถือ	+1	+1	+1	1
5. ไว้ใจได้	+1	+1	+1	1
6. สม่่าเสมอ	+1	+1	+1	1
7. รู้สึกดี	+1	+1	+1	1
8. รู้สึกเพลิดเพลิน	+1	+1	+1	1
9. รู้สึกปลื้มปิติยินดี	+1	+1	+1	1
10. รู้สึกมีความสุข	+1	+1	+1	1
11. คุ่มค่าการรับประทาน	+1	0	+1	0.67*
12. คุ่มกับค่าใช้จ่าย	+1	+1	+1	1
13. ราคาอาหารยุติธรรม	+1	+1	+1	1
14. ราคาประหยัด	+1	+1	+1	1
15. ต่อรองดี	+1	+1	+1	1
16. ไม่ต้องคอยนาน	+1	+1	+1	1
17. สถานที่หาง่าย	+1	+1	+1	1
18. ใช้เวลาในการค้นหาไม่มาก	+1	0	+1	0.67*

การรับรู้คุณค่าการบริการในภัตตาคารรีสอร์ท	คณะผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
19. ชื่อเสียงดี	+1	+1	+1	1
20. น่านับถือ	+1	0	+1	0.67*
21. ควรให้คิดถึง	0	+1	+1	0.67*
22. สภาพแวดล้อมดี	+1	0	+1	0.67*
23. รู้จัก	+1	+1	+1	1
24. จดลัดเลือกรับประทาน	+1	+1	+1	1
25. ราคาสมเหตุผล	+1	+1	0	0.67*
26. ประสบการณ์ที่ต้องการ	+1	+1	+1	1
27. ประสบการณ์สร้างความพอใจที่ต้องการ	+1	+1	+1	1
28. ประสบการณ์คุณค่าโดยรวมสูง	+1	+1	+1	1
29. กระบวนการรับบริการได้รับรู้คุณค่าเป็นบวก	+1	+1	+1	1
30. หากเลือกรับประทานอาหารในภัตตาคารรีสอร์ท แห่งนี้ นับเป็นตัวเลือกรายแรก	+1	0	+1	0.67*

หมายเหตุ * หมายถึง ได้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) โดยการหาค่า IOC โดยคณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ไม่ถึง 0.50 ได้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้ (สุวิมล ติรกานันท์, 2550: 44-46)

ภาคผนวก ค

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

นำ แบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Pre-test) กับลูกค้าในภัตตาคารรีสอร์ท ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จริง จำนวนทั้งสิ้น 50 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบ สอบถามในส่วนที่ วัดการรับรู้ คุณค่าการบริการในภัตตาคารรีสอร์ท โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach, 2003: 204) พร้อมทั้งปรับปรุงข้อผิดพลาดเพื่อที่จะนำไปใช้ เก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลจริงต่อไป

$$\text{สูตร } (\alpha) r_{tt} = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\} \text{ (Cronbach, 2003: 204)}$$

เมื่อ r_{tt} คือ สัมประสิทธิ์แห่งความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k คือ จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม

s_i^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ

s_x^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) มีดังนี้

	ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)
การรับรู้คุณภาพ	0.8667
การรับรู้ราคา	0.9205
การรับรู้พฤติกรรม	0.8354
การตอบสนองอารมณ์	0.9348
ชื่อเสียงภัตตาคารในรีสอร์ท	0.8619
การรับรู้คุณค่าการบริการในภัตตาคารรีสอร์ท	0.9798

ผลการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา พบว่า แบบสอบถาม ในส่วนที่วัดการรับรู้ คุณค่าการบริการในภัตตาคารรีสอร์ท โดยรวมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9798 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่น ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Cronbach, 2003: 204) จึงมีความเหมาะสมที่จะ นำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง ต่อไป

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PSV1	104.8000	237.2653	.5597	.9696
PSV2	104.8600	239.8371	.2985	.9710
PSV3	104.5200	238.6629	.5269	.9698
PSV4	104.4400	235.9249	.5821	.9695
PSV5	104.5000	237.8061	.4389	.9702
PSV6	104.7400	233.9922	.7255	.9688
PSV7	104.7000	227.7653	.7585	.9684
PSV8	104.7600	226.9616	.7865	.9683
PSV9	104.9800	227.8976	.8222	.9681
PSV10	104.6000	227.8776	.7776	.9683
PSV11	104.7800	228.7057	.7644	.9684
PSV12	104.6400	221.9086	.8410	.9679
PSV13	104.8200	225.7424	.8097	.9681
PSV14	104.5200	228.6220	.8085	.9682
PSV15	104.6400	225.4188	.7697	.9684
PSV16	104.7400	229.1351	.6697	.9691
PSV17	104.4600	225.3963	.8600	.9678
PSV18	104.6000	235.0204	.5816	.9695
PSV19	104.8000	230.4082	.6581	.9691
PSV20	104.9600	227.8351	.7879	.9683
PSV21	105.0000	223.7143	.8911	.9675
PSV22	104.6600	226.5147	.7678	.9684
PSV23	105.5600	236.2106	.4518	.9703
PSV24	104.8800	233.3322	.6031	.9694
PSV25	104.8600	229.8780	.7402	.9686
PSV26	104.6200	232.4037	.7174	.9688
PSV27	104.6600	227.0861	.7966	.9682
PSV28	104.3000	230.9490	.7112	.9687
PSV29	104.3600	229.7453	.8314	.9681
PSV30	104.5200	227.6016	.8231	.9680

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0

N of Items = 30

Alpha = .9798

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 4

Alpha = .8667

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 6

Alpha = .9205

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 5

Alpha = .8354

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 10

Alpha = .9348

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 5

Alpha = .8619

ภาคผนวก ง

Printout by AMOS version 6.0

Analysis Summary

Groups

Group number 1 (Group number 1)

Notes for Group (Group number 1)

The model is recursive.

Sample size = 880

Variable Summary (Group number 1)

Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

PQ

PP

PB

ER

FRR

Observed, exogenous variables

Nation

Gender

Age

Edu

Domicile

IE

OE

Activity

Interest

Opinion

Unobserved, endogenous variables

PSV

Unobserved, exogenous variables

ePQ

ePP

ePB

eER

eFRR

ePSV

Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model: 22
Number of observed variables: 15
Number of unobserved variables: 7
Number of exogenous variables: 16
Number of endogenous variables: 6

Parameter summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	7	0	0	0	0	7
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	14	47	16	0	0	77
Total	21	47	16	0	0	84

Models**Default model (Default model)****Notes for Model (Default model)****Computation of degrees of freedom (Default model)**

Number of distinct sample moments: 120
Number of distinct parameters to be estimated: 77
Degrees of freedom (120 - 77): 43

Result (Default model)

Minimum was achieved
Chi-square = 78.117
Degrees of freedom = 43
Probability level = .001

Group number 1 (Group number 1 - Default model)**Estimates (Group number 1 - Default model)****Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)****Maximum Likelihood Estimates**

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PSV <--- Nation	.094	.067	1.401	.160	
PSV <--- Gender	.140	.078	1.789	.065	
PSV <--- Age	.165	.047	3.495	***	
PSV <--- Edu	.061	.023	2.619	.004	
PSV <--- Domicile	.115	.034	3.344	***	
PSV <--- IE	.150	.050	3.029	.002	
PSV <--- OE	.092	.040	2.290	.022	
PSV <--- Activity	.072	.021	3.420	***	
PSV <--- Interest	.079	.051	1.541	.123	
PSV <--- Opinion	.101	.033	3.034	***	
PQ <--- PSV	1.000				
PP <--- PSV	.779	.126	6.183	***	
PB <--- PSV	.849	.124	6.828	***	
ER <--- PSV	.689	.118	5.819	***	
FRR <--- PSV	.882	.132	6.673	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PSV <--- Nation	.149
PSV <--- Gender	.189
PSV <--- Age	.245
PSV <--- Edu	.102
PSV <--- Domicile	.122
PSV <--- IE	.225
PSV <--- OE	.165
PSV <--- Activity	.110
PSV <--- Interest	.117
PSV <--- Opinion	.102
PQ <--- PSV	.674
PP <--- PSV	.527
PB <--- PSV	.589
ER <--- PSV	.690
FRR <--- PSV	.673

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Nation <--> Gender	.193	.061	3.185	.001	
Nation <--> Age	.328	.069	4.743	***	
Nation <--> Edu	.321	.077	4.172	***	
Nation <--> Domicile	.161	.067	2.406	.016	
Nation <--> IE	.235	.068	3.472	***	
Nation <--> OE	.214	.080	2.674	.007	
Nation <--> Activity	.189	.068	2.770	.006	
Nation <--> Interest	.129	.065	1.976	.048	
Nation <--> Opinion	.117	.060	1.961	.049	
Gender <--> Age	.379	.062	6.062	***	
Gender <--> Edu	.157	.064	2.454	.014	
Gender <--> Domicile	.187	.058	3.194	.001	
Gender <--> IE	.233	.059	3.961	***	
Gender <--> OE	.283	.071	3.992	***	
Gender <--> Activity	.273	.061	4.482	***	
Gender <--> Interest	.288	.060	4.824	***	
Gender <--> Opinion	.115	.056	2.072	.038	
Age <--> Domicile	.160	.064	2.522	.012	
Age <--> IE	.287	.065	4.386	***	
Age <--> OE	.233	.076	3.058	.002	
Domicile <--> IE	.283	.066	4.258	***	
Edu <--> IE	.342	.074	4.601	***	
Age <--> Activity	.266	.066	4.018	***	
Age <--> Interest	.217	.063	3.428	***	
Age <--> Opinion	.141	.061	2.302	.021	
Edu <--> OE	.240	.086	2.804	.005	
Edu <--> Activity	.246	.074	3.340	***	
Edu <--> Interest	.256	.072	3.567	***	
Edu <--> Opinion	.286	.072	4.001	***	
Domicile <--> OE	.301	.079	3.814	***	
Domicile <--> Activity	.372	.070	5.302	***	
Domicile <--> Interest	.287	.066	4.350	***	
Domicile <--> Opinion	.342	.067	5.123	***	
IE <--> OE	.506	.084	6.032	***	
IE <--> Activity	.454	.072	6.285	***	
IE <--> Interest	.443	.070	6.322	***	
IE <--> Opinion	.180	.062	2.880	.004	
OE <--> Interest	.529	.084	6.292	***	

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
OE	<--> Activity	.552	.087	6.347	***	
OE	<--> Opinion	.051	.014	3.694	***	
Age	<--> Edu	.251	.072	3.512	***	
Edu	<--> Domicile	.278	.073	3.783	***	
Activity	<--> Interest	.515	.074	6.967	***	
Activity	<--> Opinion	.244	.065	3.753	***	
Interest	<--> Opinion	.195	.062	3.140	.002	
ePQ	<--> eFRR	.137	.038	3.611	***	
ePP	<--> ePB	.124	.046	2.721	.007	

Correlations: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
Nation	<--> Gender	.245
Nation	<--> Age	.379
Nation	<--> Edu	.328
Nation	<--> Domicile	.183
Nation	<--> IE	.269
Nation	<--> OE	.204
Nation	<--> Activity	.212
Nation	<--> Interest	.149
Nation	<--> Opinion	.137
Gender	<--> Age	.508
Gender	<--> Edu	.187
Gender	<--> Domicile	.246
Gender	<--> IE	.310
Gender	<--> OE	.313
Gender	<--> Activity	.356
Gender	<--> Interest	.387
Gender	<--> Opinion	.157
Age	<--> Domicile	.192
Age	<--> IE	.347
Age	<--> OE	.235
Domicile	<--> IE	.336
Edu	<--> IE	.366
Age	<--> Activity	.315
Age	<--> Interest	.265
Age	<--> Opinion	.175
Edu	<--> OE	.214
Edu	<--> Activity	.258

		Estimate
Edu	<--> Interest	.277
Edu	<--> Opinion	.313
Domicile	<--> OE	.297
Domicile	<--> Activity	.432
Domicile	<--> Interest	.344
Domicile	<--> Opinion	.415
IE	<--> OE	.505
IE	<--> Activity	.532
IE	<--> Interest	.536
IE	<--> Opinion	.220
OE	<--> Interest	.533
OE	<--> Activity	.539
OE	<--> Opinion	.452
Age	<--> Edu	.272
Edu	<--> Domicile	.295
Activity	<--> Interest	.610
Activity	<--> Opinion	.292
Interest	<--> Opinion	.241
ePQ	<--> eFRR	.348
ePP	<--> ePB	.228

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Nation	.916	.097	9.460	***	
Gender	.678	.072	9.460	***	
Age	.819	.087	9.460	***	
Edu	1.043	.110	9.460	***	
Domicile	.851	.090	9.460	***	
IE	.834	.088	9.460	***	
OE	1.205	.127	9.460	***	
Activity	.872	.092	9.460	***	
Interest	.818	.086	9.460	***	
Opinion	.799	.084	9.460	***	
ePSV	.089	.030	3.025	.002	
ePQ	.446	.058	7.624	***	
ePP	.586	.066	8.876	***	
ePB	.503	.058	8.663	***	
eER	.556	.062	9.009	***	
eFRR	.348	.046	7.630	***	

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Opinion	Interest	Activity	OE	IE	Domicile	Edu	Age	Gender	Nation	PSV
PSV	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
FRR	.089	.070	.063	.081	.132	.013	.053	.145	.124	.083	.000
ER	.070	.054	.049	.063	.103	.010	.042	.113	.096	.065	.000
PB	.086	.067	.061	.078	.127	.012	.052	.140	.119	.080	.000
PP	.079	.062	.056	.071	.117	.011	.047	.128	.109	.074	.000
PQ	.101	.079	.072	.092	.150	.015	.061	.165	.140	.094	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Opinion	Interest	Activity	OE	IE	Domicile	Edu	Age	Gender	Nation	PSV
PSV	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
FRR	.135	.079	.074	.111	.152	.015	.068	.165	.128	.100	.000
ER	.139	.057	.054	.081	.110	.011	.050	.120	.093	.073	.000
PB	.119	.069	.065	.097	.133	.013	.060	.144	.112	.087	.000
PP	.107	.062	.058	.087	.119	.012	.054	.129	.100	.078	.000
PQ	.135	.079	.074	.111	.152	.015	.069	.165	.128	.100	.000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	77	78.117	43	.001	1.817
Saturated model	120	.000	0		
Independence model	15	926.963	105	.000	8.828

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.040	.945	.918	.739
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.259	.395	.309	.346

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.916	.924	.960	.896	.957
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.410	.375	.392
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	35.117	14.193	63.872
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	821.963	728.371	923.009

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.436	.196	.079	.357
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	5.179	4.592	4.069	5.156

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.048	.043	.091	.112
Independence model	.209	.197	.222	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	232.117	247.234	477.975	554.975
Saturated model	240.000	263.558	623.155	743.155
Independence model	956.963	959.908	1004.858	1019.858

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	1.297	1.180	1.457	1.381
Saturated model	1.341	1.341	1.341	1.472
Independence model	5.346	4.823	5.911	5.363

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	236	255
Independence model	26	28

Execution time summary

Minimization: .016
Miscellaneous: .062
Bootstrap: .000
Total: .078