

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขต จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (เป็นแบบตัวเลือก)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลและปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกัน

ชีวิต

การตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพื่อให้ผู้วิจัยจะสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษา โดยข้อมูลที่ท่านกรณากรอกในแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ ซึ่งจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะโดยภาพรวมเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้กรุณาให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้

ข้อแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

บุคคลที่จะตอบแบบสอบถามควรต้องเป็นบุคคลที่เคยซื้อหรือเคยได้รับการเสนอให้ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตมาแล้ว

ขอขอบคุณ

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ☐ หน้าข้อที่ตรงกับตัวของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐

1. ชาย

☐

2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. อาชีพ

☐

1.ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐

2. พนักงานบริษัท/ลูกจ้างโรงงาน

☐

3.ค้าขาย/กิจการส่วนตัว

☐

4. พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐

5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

☐

2. 10,001-20,000 บาท

☐

3. 20,001-30,000 บาท

☐

4. 30,001-40,000 บาท

☐

5. มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป

5. การศึกษาสูงสุด

☐

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

☐

2. อนุปริญญา/ปวส.

☐

3. ปริญญาตรี

☐

4. ปริญญาโท

☐

5. สูงกว่าปริญญาโท

6. สถานภาพ

☐

1. โสด

☐

2. สมรส (มีบุตร).....คน

☐

3. สมรส (ไม่มีบุตร)

☐

4. หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย(มีบุตร)

☐

5. หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย (ไม่มีบุตร)

7. ภาระความรับผิดชอบ

☐

1. ผ่อนบ้าน/รถยนต์

☐

2. ผ่อนสินค้าต่าง ๆ

☐

3. ส่งเสียครอบครัว

☐

4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลและปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้และใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. โปรดพิจารณาให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ต้องการสร้างความมั่นคงให้กับครอบครัว					
2. ต้องการสร้างความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินของตนเอง					
3. ต้องการเก็บเงิน					
4. เชื่อมั่นในความมั่นคงของบริษัทประกันชีวิต					
5. เชื่อมั่นในตัวแทนประกันชีวิต					
6. เชื่อมั่นในแบบประกันที่เสนอ					
7. ต้องการนำค่าใช้จ่ายเบี้ยประกัน ไปลดหย่อนภาษี					
8. ต้องการสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลเพิ่มเติม					
9. ต้องการมีเงินไว้ใช้ในยามเกษียณอายุ					
10. เกรงใจตัวแทนประกันชีวิต หรือผู้แนะนำ					
11. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

2. โปรดพิจารณาว่าบุคคลใดต่อไปนี้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของท่าน

บุคคล	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ตัวเอง					
2. พ่อแม่					
3. คู่สมรส					
4. บุตร					
5. ตัวแทนประกันชีวิต					
6. เพื่อน					
7. ญาติพี่น้อง					
8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

3. กรรมธรรม์ฉบับที่ทำล่าสุดทำเมื่อปี พ.ศ. ไດ (โปรดระบุ).....

4. กรรมธรรม์ที่มีอยู่ในปัจจุบันฉบับที่ทำล่าสุดเป็นของบริษัทใด

- ☐ 1.เอไอเอ
 ☐ 2. เมืองไทยประกันชีวิต
☐ 3. ไทยประกันชีวิต
 ☐ 4. กรุงเทพประกันชีวิต
☐ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. กรรมธรรม์ล่าสุดที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นประกันชีวิตแบบใด.....

6. ทุนประกันชีวิตของกรรมธรรม์ฉบับล่าสุดที่มีอยู่ในปัจจุบัน

- ☐ 1. น้อยกว่า 100,000 บาท
 ☐ 2. 100,000 – 300,000 บาท
☐ 3. 300,001 – 500,000 บาท
 ☐ 4. 500,001 – 1,000,000 บาท
☐ 5. มากกว่า 1 ล้านบาท (โปรดระบุ).....

7. เบี้ยประกันชีวิตต่อปีของกรรมธรรม์ฉบับล่าสุดที่มีอยู่ในปัจจุบัน

- ☐ 1. น้อยกว่า 10,000 บาท
 ☐ 2. 10,001 – 30,000 บาท
☐ 3. 30,001 – 50,000 บาท
 ☐ 4. 50,001 – 100,000 บาท
☐ 5. มากกว่า 100,000 บาท (โปรดระบุ).....

8. กรรมธรรม์ฉบับล่าสุดทำให้ใคร

- ☐ 1. ตัวเอง
 ☐ 2. สามี/ภรรยา
☐ 3. บุตร
 ☐ 4. พ่อ/แม่
☐ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. ผู้ชำระเบี้ยประกันของกรมธรรม์ฉบับล่าสุดคือ

- ☐ 1.ตัวเอง
 ☐ 2.สามี/ภรรยา
☐ 3.บุตร
 ☐ 4. พ่อ/แม่
☐ 5.อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. ปัจจุบันท่านถือกรมธรรม์ส่วนตัวอยู่แล้วกี่ฉบับ.....ฉบับ

11. ปัจจุบันท่านต้องชำระเบี้ยประกันชีวิตส่วนตัวรวมทุกกรมธรรม์เป็นจำนวน

- ☐ 1.น้อยกว่า 10,000 บาท
 ☐ 2. 10,001 – 30,000 บาท
☐ 3. 30,001 – 50,000 บาท
 ☐ 4. 50,001 – 100,000 บาท
☐ 5.มากกว่า 100,000 บาท (โปรดระบุ).....

12. ท่านคิดจะซื้อประกันชีวิตเพิ่มอีกหรือไม่

- ☐ 1.ซื้อเพิ่ม
 ☐ 2. ไม่ซื้อเพิ่ม
 ☐ 3. ไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้และใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความสนใจของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์(รูปแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต)					
1. กรมธรรม์แบบสะสมทรัพย์(ออมทรัพย์)เพื่อเก็บออมเงิน					
2. กรมธรรม์แบบสะสมทรัพย์แบบมีเงินคืนรายงวด					
3. กรมธรรม์แบบสะสมทรัพย์แบบมีเงินคืนเมื่อครบสัญญา					
4. ระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันภัยของกรมธรรม์ไม่เกิน 5 ปี					
5. ระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันภัยของกรมธรรม์ไม่เกิน 10 ปี					
6. ระยะเวลาการชำระเบี้ยประกันภัยของกรมธรรม์ไม่เกิน 20 ปี					
7. กรมธรรม์แบบตลอดชีพไม่มีเงินคืนรายงวด					
8. กรมธรรม์แบบตลอดชีพ ครบสัญญามีเงินคืน					
9. กรมธรรม์แบบตลอดชีพ ครบสัญญาเมื่ออายุ 60 ปี					
10. กรมธรรม์แบบตลอดชีพ ครบสัญญาเมื่ออายุ 80 ปี					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
11. ธรรมเนียมสำหรับเด็ก					
12. ธรรมเนียมสำหรับคนวัยเกษียณอายุ					
13. ธรรมเนียมที่มีคำรักษาพยาบาล และสวัสดิการอื่น ๆ					
14. ธรรมเนียมที่มีเงินปันผลและเงินคืนในอัตราที่สูง					
15. ธรรมเนียมที่หยุดชำระเบี้ยได้ก่อน 5 ปี แล้วไม่ขาดทุน					
16. เลือกทุนประกันชีวิตได้เอง					
17. เลือกเบี้ยประกันชีวิตได้เอง					
ด้านราคา(ทุนประกันและเบี้ยประกัน)					
1. ค่าเบี้ยประกันชีวิตไม่เกิน 10% ของรายได้ของท่าน					
2. สามารถชำระเบี้ยประกันผ่านบัตรเครดิตได้					
3. สามารถชำระเบี้ยประกันผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้					
4. สามารถชำระเบี้ยประกันผ่านตัวแทนประกันชีวิตได้					
5. สามารถชำระเบี้ยประกันผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารได้					
6. สามารถชำระเบี้ยประกันได้หลากหลายช่องทาง					
7. สามารถผ่อนชำระเบี้ยประกันแบบรายเดือน					
8. สามารถผ่อนชำระเบี้ยประกันแบบรายวัน					
9. มีตัวแทนประกันชีวิตคอยเตือนเรื่องการชำระเบี้ยประกัน					
10. มีระบบการแจ้งเตือนเรื่องการชำระเบี้ยประกันแบบอัตโนมัติ					
11. มีการแจ้งเตือนเรื่องการชำระเบี้ยประกันด้วยจดหมาย					
12. อัตราเบี้ยประกันที่จ่ายเท่ากับเงินคืนทั้งหมด					
13. อัตราเบี้ยประกันที่น้อยกว่าเงินคืนทั้งหมด					
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย					
1. มีตัวแทนประกันชีวิตบริการ					
2. มีสำนักงานสาขาให้บริการทั่วประเทศ					
3. ขายผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร					
4. ขายผ่านบัตรเครดิต					
5. ซื้อกรมธรรม์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. มีเครื่องเทอร์ให้บริการตามห้างสรรพสินค้า					
7. ขายผ่านโทรศัพท์					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีโฆษณาทางโทรทัศน์					
2. มีโฆษณาทางวิทยุ					
3. มีโฆษณาทางหนังสือพิมพ์					
4. มีโฆษณาผ่านอินเตอร์เน็ต					
5. คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ					
6. มีตัวแทนประกันชีวิตคอยให้บริการและให้ข่าวสารอยู่เสมอ					
7. โปรโมชันควบคู่กับการเปิดบัญชีเงินฝาก					
8. โปรโมชันผ่อนชำระศูนย์เปอร์เซ็นต์ผ่านบัตรเครดิต					
9. มีการส่งข้อมูลข่าวสารให้ถึงบ้านในรูปแบบของจดหมาย					
10. มีบริการส่งของขวัญวันเกิดหรือการ์ดอวยพรวันเกิดให้ลูกค้า					
11. มีบริการส่งของขวัญวันขึ้นปีใหม่ให้ลูกค้า					
12. มีบริการส่ง SMS อวยพรวันเกิดลูกค้า					
13. ตัวแทนประกันชีวิตบริการรับชำระเบี้ยประกันชีวิตถึงบ้าน					
14. มีตัวแทนประกันชีวิตทบทวนผลประโยชน์ในกรมธรรม์ทุกปี					
15. สามารถดำเนินการต่าง ๆ ในกรมธรรม์ได้ด้วยตัวเอง					

รายชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	เว็บไซต์
1	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด	www.bla.co.th
2	บริษัท กรุงไทย - แอควา ประกันชีวิต จำกัด	www.krungthai-axa.co.th
3	บริษัท เจนเนอราลี่ ประกันชีวิต (ไทยแลนด์) จำกัด	www.general.co.th
4	บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	www.millealife.co.th
5	บริษัท ไทยคาร์ดิฟ ประกันชีวิต จำกัด	www.thaicardif.com
6	บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด	www.thaيلife.com
7	บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	www.scnyl.com
8	บริษัท ไทยริประกันชีวิต จำกัด	www.thaire.co.th
9	บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด	www.ocean.co.th
10	บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด	www.thanachartlife.co.th
11	บริษัท บางกอกสหประกันชีวิต จำกัด	www.builife.com
12	บริษัท ประกันชีวิต นครหลวงไทย จำกัด	www.scilife.co.th
13	บริษัท พรูเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	www.prudential.co.th
14	บริษัท ฟินันซ่าประกันชีวิต จำกัด	www.finansalife.com
15	บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	www.muangthai.co.th

ตารางรายชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	เว็บไซต์
16	บริษัท แมนูไลฟ์ ประกันชีวิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	www.manulife.co.th
17	บริษัท สยามซัมซุง ประกันชีวิต จำกัด	www.siamsamsung.co.th
18	บริษัท สยามประกันชีวิต จำกัด	www.siamlife.co.th
19	บริษัท สหประกันชีวิต จำกัด	www.ulife.in.th
20	บริษัท อเมริกันอินเตอร์แนชชั่นแนล แอสชัวร์นส์ จำกัด	www.aianonlife.co.th
21	บริษัท อยูรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	www.aacp.co.th
22	บริษัท อากเนย์ประกันชีวิต จำกัด	www.southeastlife.com
23	บริษัท เอช ไลฟ์ แอสชัวร์นส์ จำกัด	www.acelife.co.th
24	บริษัท แอ็ควานซ์ ไลฟ์ แอสชัวร์นส์ จำกัด	www.alife.co.th
25	บริษัท ไอเอ็นจี ประกันชีวิต จำกัด	www.inglife.co.th

(เข้าถึงได้: <http://www.oic.or.th>)

ตารางการคำนวณความเชื่อมั่นแบบสอบถาม (Reliability Analysis)

จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ตารางคำถามที่ 1 ปัจจัยด้านทัศนคติ

ข้อคำถามส่วน ที่ 2 ข้อที่ 1	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ข้อ 1	239.9667	1250.5851	0.4919	0.9525
ข้อ 2	239.8667	1265.0161	0.3385	0.953
ข้อ 3	240.0667	1263.2368	0.3039	0.9531
ข้อ 4	240.6333	1249.1368	0.5694	0.9523
ข้อ 5	240.7000	1260.0793	0.2578	0.9535
ข้อ 6	240.3667	1251.2057	0.3352	0.9532
ข้อ 7	240.9667	1245.0678	0.5535	0.9523
ข้อ 8	240.4667	1246.3954	0.5984	0.9522
ข้อ 9	240.2667	1243.5816	0.4261	0.9528
ข้อ 10	241.3000	1246.8379	0.4369	0.9527

ตารางการคำนวณความเชื่อมั่นแบบสอบถาม (Reliability Analysis)

จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ตารางคำถามที่ 2 บุคคลผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ข้อคำถามส่วน ที่ 2 ข้อที่ 2	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ข้อ 1	239.8667	1274.1195	0.1481	0.9536
ข้อ 2	240.6667	1244.1609	0.5535	0.9523
ข้อ 3	240.9667	1243.5506	0.5045	0.9524
ข้อ 4	240.6000	1246.731	0.3138	0.9536
ข้อ 5	241.5000	1237.1552	0.6371	0.952
ข้อ 6	241.5667	1238.323	0.5969	0.9521
ข้อ 7	241.4667	1233.4299	0.631	0.9519

ตารางการคำนวณความเชื่อมั่นแบบสอบถาม (Reliability Analysis)(ต่อ)

จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ตารางคำถามที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ข้อคำถามส่วน ที่ 3 ข้อที่ 1	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ข้อ 1	239.9000	1251.7483	0.4039	0.9528
ข้อ 2	240.4000	1256.3862	0.3912	0.9528
ข้อ 3	240.4667	1254.1885	0.4515	0.9526
ข้อ 4	240.4000	1269.5586	0.1858	0.9536
ข้อ 5	240.5333	1245.4299	0.5194	0.9524
ข้อ 6	240.9333	1232.2023	0.6279	0.9519
ข้อ 7	241.2333	1231.1506	0.6096	0.952
ข้อ 8	240.9667	1232.792	0.6093	0.952
ข้อ 9	241.0667	1234.2023	0.408	0.9532
ข้อ 10	241.4000	1227.6276	0.6427	0.9518
ข้อ 11	241.2667	1224.4092	0.7198	0.9516
ข้อ 12	240.8667	1266.3264	0.1546	0.9543
ข้อ 13	240.2333	1258.5989	0.2468	0.9537
ข้อ 14	240.2667	1235.4437	0.451	0.9528
ข้อ 15	240.5000	1253.2241	0.4133	0.9528
ข้อ 16	240.4000	1245.6276	0.5484	0.9523
ข้อ 17	240.2333	1261.7713	0.3342	0.953

ตารางการคำนวณความเชื่อมั่นแบบสอบถาม (Reliability Analysis)(ต่อ)

จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ตารางคำถามที่ 2 ปัจจัยด้านราคา

ข้อคำถามส่วน ที่ 3 ข้อที่ 2	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ข้อ 1	240.2000	1271.5448	0.221	0.9533
ข้อ 2	240.4333	1245.9782	0.5836	0.9522
ข้อ 3	240.3667	1247.8264	0.5932	0.9522
ข้อ 4	240.8333	1241.1782	0.5875	0.9522
ข้อ 5	240.2333	1250.392	0.5595	0.9523
ข้อ 6	240.1000	1241.9552	0.6128	0.9521
ข้อ 7	240.3333	1238.6437	0.7227	0.9518
ข้อ 8	241.2667	1245.3057	0.4599	0.9526
ข้อ 9	240.6000	1247.1448	0.4934	0.9525
ข้อ 10	240.2333	1270.5989	0.1327	0.9541
ข้อ 11	240.5667	1233.6333	0.6602	0.9519
ข้อ 12	240.4000	1242.4552	0.6751	0.952
ข้อ 13	240.5667	1259.0816	0.2101	0.9541

ตารางการคำนวณความเชื่อมั่นแบบสอบถาม (Reliability Analysis)(ต่อ)
จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ตารางคำถามที่ 3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อคำถามส่วน ที่ 3 ข้อที่ 3	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ข้อ 1	240.4000	1249.0759	0.4979	0.9525
ข้อ 2	240.1000	1271.4034	0.2163	0.9533
ข้อ 3	240.4667	1257.7747	0.435	0.9527
ข้อ 4	241.0333	1242.5851	0.5453	0.9523
ข้อ 5	240.7333	1239.7195	0.5988	0.9521
ข้อ 6	240.8333	1239.2471	0.7211	0.9518
ข้อ 7	241.2000	1230.3724	0.6418	0.9519

ตารางการคำนวณความเชื่อมั่นแบบสอบถาม (Reliability Analysis)(ต่อ)

จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ตารางคำถามที่ 4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อคำถามส่วน ที่ 3 ข้อที่ 4	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ข้อ 1	239.8333	1272.2126	0.1847	0.9535
ข้อ 2	240.4667	1251.0851	0.5482	0.9524
ข้อ 3	240.4667	1248.8782	0.5339	0.9524
ข้อ 4	240.8000	1246.9931	0.5887	0.9522
ข้อ 5	240.6667	1269.2644	0.2652	0.9532
ข้อ 6	240.4667	1267.7057	0.2681	0.9532
ข้อ 7	240.5667	1267.2885	0.3021	0.9531
ข้อ 8	240.7333	1237.0989	0.7101	0.9518
ข้อ 9	240.6667	1233.4713	0.7624	0.9516
ข้อ 10	240.6000	1237.9034	0.7239	0.9518
ข้อ 11	240.5333	1250.3264	0.5281	0.9524
ข้อ 12	240.6000	1242.5241	0.5573	0.9523
ข้อ 13	240.7667	1239.9782	0.5782	0.9522
ข้อ 14	240.5000	1246.6724	0.5647	0.9523
ข้อ 15	240.2000	1244.9241	0.5387	0.9523

Reliability Coefficients 69 items

Alpha = .9532

Standardized item alpha = .9569