

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
สภาวะการแข่งขันในปัจจุบันของอุตสาหกรรมห้องพักรูปแบบเกสต์เฮาส์ ภายในจังหวัดเชียงใหม่	7
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
สถานที่ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ถึงการให้บริการจริงต่อ คุณภาพการบริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จังหวัดเชียงใหม่	25
2.1 ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการของมณีเกสต์เฮาส์	25
2.2 การรับรู้ถึงบริการที่ได้รับจริงเมื่อใช้บริการของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ	46
ส่วนที่ 3 ข้อมูลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ถึงการ ให้บริการจริงของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์	127
ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	146
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	152
สรุปผลการศึกษา	152
อภิปรายผลการศึกษา	190
ข้อค้นพบ	194
ข้อเสนอแนะ	198
บรรณานุกรม	203
ภาคผนวก	205
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	206
ภาคผนวก ข ประวัติมณีเกสต์เฮาส์	226
ประวัติผู้เขียน	227

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	16
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	16
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	17
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	17
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนผู้ที่ร่วมเดินทางมาด้วยในครั้งนี้	18
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	18
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยในการมาจังหวัดเชียงใหม่	19
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่	19
11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักมณีเกสต์เฮาส์	20
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเคยเข้าพักมณีเกสต์เฮาส์	20
13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเข้าพักรั้งล่าสุด <u>กรณีที่เคยเข้าพัก</u>	21
14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เข้าพักรั้งล่าสุด <u>กรณีที่เคยเข้าพัก</u>	21
15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เข้าพักรั้งนี้	22
16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักมณีเกสต์เฮาส์	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกเข้าพักเกสต์เฮาส์ เมื่อมาจังหวัดเชียงใหม่	23
18	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการแต่งห้อง	24
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับความคาดหวังของการบริการด้านผลิตภัณฑ์ก่อนการให้บริการที่มณีเกสต์เฮาส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของการบริการด้านผลิตภัณฑ์หลังจากใช้บริการที่มณีเกสต์เฮาส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
21	แสดงระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการ ระดับการรับรู้ของการบริการหลังจากใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มณีเกสต์เฮาส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง 2 กลุ่ม	27
22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับความคาดหวังของการบริการด้านราคาก่อนการให้บริการที่มณีเกสต์เฮาส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของการบริการด้านราคาหลังจากใช้บริการที่มณีเกสต์เฮาส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
24	แสดงระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการ ระดับการรับรู้ของการบริการหลังจากใช้บริการด้านราคาที่มณีเกสต์เฮาส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง 2 กลุ่ม	30
25	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับความคาดหวังของการบริการด้านสถานที่ก่อนการให้บริการที่มณีเกสต์เฮาส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
26	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของการบริการด้านสถานที่หลังจากใช้บริการที่มณีเกสต์เฮาส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
27	แสดงระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการ ระดับการรับรู้ของการบริการหลังจากใช้บริการด้านสถานที่ของมณีเกสต์เฮาส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง 2 กลุ่ม	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
28	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับความคาดหวังของการบริการด้านการส่งเสริมการตลาดก่อนการให้บริการที่มณฑลภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
29	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดหลังจากใช้บริการที่มณฑลภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
30	แสดงระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการ ระดับการรับรู้ของการบริการหลังจากใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มณฑลภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม และความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง 2 กลุ่ม	36
31	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับความคาดหวังของการบริการด้านพนักงานก่อนการให้บริการที่มณฑลภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
32	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของการบริการด้านพนักงานหลังจากใช้บริการที่มณฑลภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
33	แสดงระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการ ระดับการรับรู้ของการบริการหลังจากใช้บริการด้านพนักงาน ที่มณฑลภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม และความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง 2 กลุ่ม	39
34	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับความคาดหวังของการบริการด้านกายภาพก่อนการให้บริการที่มณฑลภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
35	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของการบริการด้านกายภาพหลังจากใช้บริการที่มณฑลภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
36	แสดงระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการ ระดับการรับรู้ของการบริการหลังจากใช้บริการด้านกายภาพ ที่มณฑลภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม และความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง 2 กลุ่ม	42
37	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับความคาดหวังของการบริการด้านกระบวนการให้บริการก่อนการให้บริการที่มณฑลภูเก็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
38	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของการบริการด้านกระบวนการให้บริการหลังจากใช้บริการที่มณีเกสต์เฮาส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
39	แสดงระดับความคาดหวังก่อนการให้บริการ ระดับการรับรู้ของการบริการหลังจากใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มณีเกสต์เฮาส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง 2 กลุ่ม	45
40	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้าน ต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามเพศ	46
41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	47
42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับบริการด้านราคา จำแนกตามเพศ	48
43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับบริการด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ	49
44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	50
45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับบริการของพนักงาน จำแนกตามเพศ	51
46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับบริการด้านกายภาพ จำแนกตามเพศ	52
47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	53
48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามอายุ	54
49	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	55
50	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับบริการด้านราคา จำแนกตามอายุ	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
51	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ	57
52	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	58
53	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการของพนักงาน จำแนกตามอายุ	59
54	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านกายภาพ จำแนกตามอายุ	60
55	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	61
56	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการ บริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามระดับการศึกษา	62
57	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	63
58	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	64
59	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านสถานที่ จำแนกตามระดับการศึกษา	65
60	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	66
61	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการของพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา	67
62	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา	68
63	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	69
64	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการ บริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
65	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	71
66	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	72
67	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	73
68	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	74
69	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านพนักงาน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	75
70	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านลักษณะทางกายภาพจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	76
71	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	77
72	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการ บริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามการเคยเข้าพัก	78
73	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเคยเข้าพัก	79
74	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านราคา จำแนกตามการเคยเข้าพัก	80
75	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านสถานที่ จำแนกตามการเคยเข้าพัก	81
76	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามการเคยเข้าพัก	82
77	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านพนักงานจำแนกตามการเคยเข้าพัก	83
78	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับ บริการด้านลักษณะทางกายภาพจำแนกตามการเคยเข้าพัก	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
79	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนรับบริการด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามการเคยเข้าพัก	85
80	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของมณีกะสท์เฮาส์ จำแนกตามเพศ	86
81	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	87
82	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านราคา จำแนกตามเพศ	88
83	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ	89
84	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	90
85	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการของพนักงาน จำแนกตามเพศ	91
86	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านกายภาพ จำแนกตามเพศ	92
87	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	93
88	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของมณีกะสท์เฮาส์ จำแนกตามอายุ	94
89	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	95
90	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านราคา จำแนกตามอายุ	96
91	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ	97
92	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	98

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
93	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการของพนักงาน จำแนกตามอายุ	99
94	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านกายภาพ จำแนกตามอายุ	100
95	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	101
96	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามระดับการศึกษา	102
97	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	103
98	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	104
99	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านสถานที่ จำแนกตามระดับการศึกษา	105
100	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	106
101	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการของพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา	107
102	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา	108
103	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	109
104	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	110

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
105	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	111
106	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	112
107	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	113
108	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	114
109	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านพนักงาน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	116
110	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านลักษณะทางกายภาพจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	117
111	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	118
112	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามการเคยเข้าพัก	119
113	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามการเคยเข้าพัก	120
114	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านราคาจำแนกตามการเคยเข้าพัก	121
115	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านสถานที่จำแนกตามการเคยเข้าพัก	122
116	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงการให้บริการจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามการเคยเข้าพัก	123

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
127	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวัง การรับรู้ถึงการให้บริการจริงและระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	134
128	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวัง การรับรู้ถึงการให้บริการจริงและระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	135
129	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวัง การรับรู้ถึงการให้บริการจริงและระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	136
130	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวัง การรับรู้ถึงการให้บริการจริงและระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามการเคยเข้าพัก	137
131	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวัง การรับรู้ถึงการให้บริการจริงและระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของมณีเกสต์เฮาส์ จำแนกตามการไม่เคยเข้าพัก	138
132	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวัง การรับรู้จริง ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	139
133	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวัง การรับรู้จริง ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	140
134	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้จริงด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่	141
135	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้จริงด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่	142
136	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวัง การรับรู้จริง ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	143
137	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวัง การรับรู้จริง ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	144

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
138	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวัง การรับรู้จริง ด้านปัจจัยส่วน ประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเข้าพัก	145
139	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์	146
140	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านราคา	147
141	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านสถานที่	147
142	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการ ส่งเสริมการตลาด	148
143	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ	148
144	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	149
145	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้าน กระบวนการให้บริการ	150
146	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อเสนอแนะ	151
147	แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและค่าเฉลี่ยความคาดหวังเรียงตามลำดับของ ส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ	155
148	แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและค่าเฉลี่ยความคาดหวังเรียงตามลำดับของ ส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ	158
149	แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและค่าเฉลี่ยความคาดหวังเรียงตามลำดับของ ส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำแนกตามการศึกษา	161
150	แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและค่าเฉลี่ยความคาดหวังเรียงตามลำดับของ ส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	164
151	แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและค่าเฉลี่ยความคาดหวังเรียงตามลำดับของ ส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำแนกตามการเคยเข้าพัก	167
152	แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้และค่าเฉลี่ยการรับรู้เรียงตามลำดับของส่วนประสม ทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ	171

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
153	แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้และค่าเฉลี่ยการรับรู้เรียงตามลำดับของส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ	176
154	แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้และค่าเฉลี่ยการรับรู้เรียงตามลำดับของส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำแนกตามการศึกษา	178
155	แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้และค่าเฉลี่ยการรับรู้เรียงตามลำดับของส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	181
156	แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้และค่าเฉลี่ยการรับรู้เรียงตามลำดับของส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ	184