

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญในการเลือกที่พักแบบ บูติก โฮเต็ล ในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปจำนวน 10 ประเทศ จำนวน 400 คนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) นำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage) และใช้ F-Test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ทำการตรวจสอบความแตกต่างโดยใช้วิธีหาผลแบบ Least Significant Difference

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญในปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อยปัจจัยทางการตลาดในด้านบุคลากรมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านระบบการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 3.60 3.56 3.50 3.46 และ 3.45 ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุดที่ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดเพราะที่พักปะเภท บูติก โฮเต็ลเป็นที่พักที่มุ่งเน้นเรื่องของการบริการที่เป็นเลิศตลอดจนใกล้ชิดกับลูกค้าเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังจากลูกค้าที่มาใช้บริการได้ ส่วนปัจจัยทางการตลาดส่วนอื่นๆที่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการที่อยู่ในระดับมากและใกล้เคียงกันก็มีผลมาจากรูปแบบในการให้บริการของที่พักประเภทนี้ที่จะเจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่มและลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีกำลังในการซื้อสูงซึ่งสิ่งที่ตามมาคือ ความคาดหวังจากการมาใช้บริการก็จะสูงตามไปด้วยเช่นกัน