

# ASTUDY OF LUXURY HOTEL GUESTS' SATISFACTION IN BANGKOK, THAILAND

Patnaree Chaiyapun

College of Internet Distance Education, Assumption University

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับลูกค้าโรงแรมระดับหรูในประเทศไทย โดยประการแรกจะมุ่งเน้นในการค้นคว้าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของโรงแรมฯ ตัวแปรอิสระของงานวิจัย ประกอบด้วยห้องพัก, อาหารและเครื่องดื่ม, สิ่งอำนวยความสะดวก, การให้บริการของพนักงาน, สถานที่, ความสะดวกสบาย, สิทธิประโยชน์, และสิ่งแวดล้อม โดยมีตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า ประการที่สอง คือ การศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าในแต่ละกลุ่มแยกตามปัจจัยลักษณะประชากร

ผู้ให้ข้อมูลมีจำนวน ๔๐๐ คน ผลของงานวิจัยนี้วิเคราะห์ได้ว่า ปัจจัยทุกปัจจัยมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในโรงแรม ยกเว้นสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของพนักงาน นอกจากนี้ยังวิเคราะห์ได้ว่าลูกค้าที่มีเพศ, อายุ, รายได้, และสัญชาติต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยรวมที่แตกต่างกัน

## Abstract

The study aims to examine critical factors and their impact on luxury hotel guests' satisfaction. The related attributes are guestroom, food and beverage, facilities, staff performance, location, convenience, incentive, and environment. The dependent variable is customer's overall satisfaction. Additionally, the research aims to examine the differences in each dimension of customers' demographic in terms of customer's overall satisfaction. Data was collected from four hundred respondents. Research findings reveal that all factors significantly impact guests' satisfaction except hotel facilities and staff performance, and that there are differences between guests' gender, age, income, and nationality, in terms of customer's overall satisfaction.

**Key words:** Luxury Hotels, Guest Satisfaction, Tourism, Demographics

## INTRODUCTION

Tourism in Thailand is one of the fiercely competitive industries, and many hotel businesses are rapidly expanding amidst strong competition. The tourism industry accounts for approximately 6.5 percent of the country's GDP with a significant rise in international arrivals from 1998 onwards (ThaiWebsites, 2011). With a growing number of tourists in Thailand, the hotel sector is one of the strongly competitive industries. As a result, increasing customer satisfaction can be seen as another strategy to help hotels gain competitive advantage and differentiation. Specifically for hospitality management, optimizing the company-customer relationship is significantly important as the

increase of sales and usage of products and services heavily relies on customers' satisfaction.

Within various types of hotel categories, this research focused on customers of luxury hotels in particular, as guests tend to have higher demand and expectation from the higher prices they pay. According to Kim and Canina (2010), the luxury hotel market is defined where high-end hotel rooms are provided by hotel firms to fulfill customers' needs for superior accommodations. Compared to the economy segment, luxury properties offer individualized service, an aesthetic physical environment, and much more, whereas economy properties simply offer a clean room. As a result of the intangibility of many characteristics of a luxury property, there is much more room for variability in the quality of the service encounter, ameni-