

Abstract

The concept of green has become an interesting issue as we can notice an increasing in green products and service, such as organic vegetables, energy-star appliances, hybrid cars, and green hotels. This research proposes to study consumers' interest toward green hotel through paying more for staying in green hotels. This research study employs the hedonic pricing model in order to investigate hotel attributes in the determination of hotel room rate in Phuket. These attributes include both quantitative and qualitative attributes, such as green leaf certification, hotel star, the distance of hotel from the nearest beach, the distance of hotel from the central city and other facilities of the hotel (breakfast, meeting room, internet access, shuttle bus, gym, pool, restaurant). The results show that customers are willing to pay a significant premium for a standard room in the green hotel. The premiums for the green hotel during high season period and low season period are about 68 percent and 77 percent higher than hotel rate in normal hotel. In addition, the results show that hotel location and some facilities of the hotel such as breakfast, gym and shuttle) have significant effects on both high season and low season room rates.

Keywords: Green Hotel, Hedonic Pricing, Willingness to Pay

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันแนวคิด “สีเขียว” หรือแนวคิดเพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นแนวคิดได้รับความสนใจจากคนทั่วโลกยังสามารถสังเกตได้จากการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์สีเขียวในตลาดมากขึ้น เช่น ผักปลอดสารพิษ เครื่องใช้ไฟฟ้าประหยัดไฟเบอร์ห้า รถยนต์ไฮบริด และโรงแรมสีเขียว ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวเพื่อเข้าพักในโรงแรมสีเขียวจากส่วนต่างของราคาห้องพักที่สูงขึ้น โดยมีการเลือกใช้แบบจำลอง Hedonic Pricing ในการศึกษาคุณลักษณะต่างๆ ของโรงแรมซึ่งมีผลต่อราคาห้องพักของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต ทั้งนี้คุณลักษณะของโรงแรมประกอบด้วยทั้งคุณลักษณะเชิงปริมาณและคุณลักษณะเชิงคุณภาพ เช่น มาตรฐานใบไม้สีเขียว ระดับดาวของโรงแรม ระยะทางจากโรงแรมไปยังหาดที่ใกล้ที่สุด ระยะทางจากโรงแรมไปยังตัวเมือง และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ของโรงแรม (การให้บริการอาหารเช้า ห้องประชุม อินเทอร์เน็ต รถรับส่ง ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ และร้านอาหาร) ทั้งนี้ผลของการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อเข้าพักในโรงแรมสีเขียวมากกว่าโรงแรมปกติ โดยค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อเข้าพักในโรงแรมสีเขียวในช่วงฤดูท่องเที่ยว และช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวแสดงออกในรูปราคาห้องพักของโรงแรมสีเขียวที่สูงกว่าราคาห้องพักของโรงแรมปกติถึงร้อยละ 68 และร้อยละ 77 ตามลำดับ นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าสถานที่ตั้งของโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมบางประการ เช่น การให้บริการอาหารเช้า ห้องออกกำลังกาย และรถรับส่ง มีผลกระทบต่อราคาห้องพักของโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในช่วงฤดูท่องเที่ยวและช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว

คำสำคัญ: โรงแรมสีเขียว แบบจำลองฮีดอนนิค ความเต็มใจที่จะจ่าย