

# การประเมินมูลค่าโรงแรมสีเขียว : แนวทางการกำหนดราคาแบบ Hedonic Estimating the Value of Green Certified Hotel: A Hedonic Pricing Approach

กาญจนา ส่งวัฒนา<sup>1</sup>

Received: 18.05.2020, Revised: 26.08.2020, Accepted: 10.09.2020

## บทคัดย่อ

ในปัจจุบันกระแสสิ่งแวดล้อมได้รับความนิยม ทั้งจากนักท่องเที่ยวที่มีความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และจากโรงแรมที่ใช้แนวทางปฏิบัติสีเขียวเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาด อย่างไรก็ตามการศึกษเกี่ยวกับมูลค่าของโรงแรมสีเขียวนั้นยังมีจำกัด งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะประมาณค่าราคาที่เหมาะสมของคุณลักษณะโรงแรมสีเขียว และคุณลักษณะอื่นๆ ของโรงแรม โดยการศึกษาครั้งนี้มีรูปแบบการกำหนดราคาแบบฮีโดนิค เพื่อศึกษาคุณลักษณะของโรงแรมในการกำหนดราคาห้องพักในจังหวัดภูเก็ตประเทศไทย คุณลักษณะของโรงแรมที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยการรับรองใบไม้สีเขียว ระดับดาวของโรงแรม ระยะทางของโรงแรมจากชายหาดที่ใกล้ที่สุด ระยะทางของโรงแรมจากใจกลางเมือง และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ของโรงแรม เช่น อาหารเช้า ห้องประชุม อินเทอร์เน็ต การบริการรถรับส่ง ศูนย์ออกกำลังกาย สระว่ายน้ำและร้านอาหาร ผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะสีเขียวนั้นมีผลต่อราคาห้องพักของโรงแรม โดยโรงแรมที่มีใบรับรองสีเขียวจะมีราคาห้องพักสูงขึ้นร้อยละ 5.33 (US \$ 18.91 คิดจากราคาค่าห้องเฉลี่ยในช่วงฤดูกลาง) นอกจากนี้ระดับดาวของโรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่างของโรงแรม เช่น อาหารเช้า ศูนย์ออกกำลังกายและการบริการรถรับส่งผลราคาห้องพัก นอกจากนี้ที่ตั้งของโรงแรมที่อยู่ไกลจากชายหาดออกไปจะมีอัตราค่าห้องพักที่ลดลง

**คำสำคัญ:** การกำหนดราคาแบบ Hedonic โรงแรมสีเขียว อัตราค่าห้องพักของโรงแรม

<sup>1</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์และการลงทุน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อีเมลล์: kamjana.s@bu.ac.th

“บทความนี้ มาจากงานวิจัยที่ได้รับการสนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและมหาวิทยาลัยกรุงเทพ”

# Estimating the Value of Green Certified Hotel: A Hedonic Pricing Approach

Karnjana Songwathana<sup>1</sup>

Received: 18.05.2020, Revised: 26.08.2020, Accepted: 10.09.2020

## Abstract

Tourists are becoming more environmentally conscious, whereas most hotels are also implementing green practices as a part of their marketing and operational strategies. Although the concept of green hotel has been gaining in popularity by both hotels and tourists, the information about the value of green attribute is quite limited. This research proposes to estimate implicit prices of green and other hotel attributes. This study employs the hedonic pricing model in order to investigate hotel attributes in the determination of hotel room rates in Phuket, Thailand. The hotel attributes include green leaf certification, hotel star, the distance of hotel from the nearest beach, the distance of hotel from the city center and other facilities of the hotel such as breakfast, meeting room, internet access, shuttle service, fitness center, pool, and restaurant. The results show the strong evidence for the effect of green attribute on hotel room rates with green certificate of 5.33 percent (US\$18.91 at the mean high season room rate). In addition, hotel star rating and some facilities of the hotel such as free breakfast, fitness center and shuttle service have positive significant effects on room rates. Moreover, the further away from hotel to the beach can lower the room rate.

**Keywords:** Hedonic Pricing, Green hotel, Hotel Room Rate

---

<sup>1</sup>Assistant Professor, Faculty of Economics and Investment, Bangkok University

E-mail: karnjana.s@bu.ac.th