

ວິເຄາະປັດໄຈກຳນົດລາຄາຫ້ອງພັກຂອງໂຮງແຮມໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ດ້ວຍວິທີ Hedonic pricing model

Analysis of factors to determine the room pricing of hotels in Vientiane by Hedonic Pricing Model

ທະນຸໄຊ ວໍລະວິງ¹, ມູນິກ ບຸນຍະລາສີ², ຂັນປະທິບ ເທບວິງສາ³, ກ້ຽງຄຳ ຄຳວິລະວັນ⁴, ສີທະນິນໄຊ ຊ້າງໄຊ
ຍະສານ⁵

ບົດຄັດຫຍໍ້

ການວິເຄາະປັດໄຈກຳນົດລາຄາຫ້ອງພັກຂອງໂຮງແຮມໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນດ້ວຍວິທີ Hedonic pricing model ມີຈຸດປະສົງສຶກສາ ຄຸນລັກສະນະ, ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ, ສະພາບແວດລ້ອມ ແລະ ວິເຄາະປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການກຳນົດລາຄາຂອງຫ້ອງພັກຂອງໂຮງແຮມໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ. ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນຈາກເວັບໄຊ www.agoda.com ແລະ www.booking.com ມີຈຳນວນ 219 ໂຮງແຮມ, ທັງໝົດ 909 ຫ້ອງພັກ ທີ່ກຳລັງເປີດບໍລິການໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າຢູ່ໃນປີ ຕົ້ນປີ 2020.

ລາຄາຫ້ອງພັກໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນແມ່ນມີລາຄາຢູ່ລະຫວ່າງ 1 ຫາ 50 ໂດລາສະຫະລັດ ມີຈຳນວນ 725 ຫ້ອງ, ໂດຍສະເລ່ຍແລ້ວລາຄາຕໍ່ຫ້ອງແມ່ນ 47 ໂດລາສະຫະລັດ ຕໍ່ສອງຄືນ ຕໍ່ຄືນ. ມີໂຮງແຮມລະດັບ 3 ດາວ ກວມເອົາສັດສ່ວນຫລາຍກວ່າໝູ່. ມີ 645 ຫ້ອງ ທີ່ບໍ່ສາມາດເຫັນເບິ່ງວິວຂອງຕົວເມືອງໄດ້ ແລະ ມີພຽງແຕ່ 50 ຫ້ອງ ເທົ່ານັ້ນ ສາມາດເຫັນວິວແມ່ນ້ຳຂອງໄດ້. ອີກດ້ານນຶ່ງ, ທີ່ຕັ້ງຂອງໂຮງແຮມໂດຍສະເລ່ຍຈະຫ່າງຈາກໃຈກາງເມືອງພຽງ 1.2 ກິໂລ ແມັດ ແລະ 69 ສ່ວນຮ້ອຍ ໃຫ້ບໍລິການອາຫານເຊົ້າ. ນອກຈາກນັ້ນ, ທຸກໆໂຮງແຮມໃນນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ສາມາດນຳໃຊ້ wi-fi ໄດ້ 93 ສ່ວນຮ້ອຍ ແລະ 96 ສ່ວນຮ້ອຍ ມີບ່ອນຈອດລົດ ທີ່ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ລູກຄ້າທີ່ເຂົ້າພັກ.

ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ລາຄາຫ້ອງພັກຂອງໂຮງແຮມໃນ ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ປະກອບມີ ຫ້ອງທີ່ມີຕຽງຂະໜາດໃຫຍ່ການໃຫ້ບໍລິການ 24 ຊົ່ວໂມງ, ມີການຮັກສາຄວາມປອດໄພດີ, ມີບໍລິການອາຫານເຊົ້າ ແລະ ສະລອຍນ້ຳ. ຫ້ອງທີ່ສາມາດເຫັນວິວແມ່ນ້ຳ ຈະມີລາຄາຂອງຫ້ອງສູງກວ່າ ຫ້ອງບໍ່ມີວິວ 8.59 ໂດລາສະຫະລັດ ແລະ ປະເພດຫ້ອງ Deluxe room ລາຄາຂອງຫ້ອງສູງກວ່າ ຫ້ອງທາມະດາ 7.3 ໂດລາສະຫະລັດ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຂະໜາດໂຮງແຮມ, ຈຳນວນຄືນລິວິວ ແລະ ຂະໜາດຫ້ອງ ເຮັດໃຫ້ລາຄາຫ້ອງພັກເພີ່ມຂຶ້ນເຊັ່ນກັນ. ປັດໄຈເຫລົ່ານີ້, ສາມາດເປັນນະໂຍບາຍການກຳນົດລາຄາຂອງຫ້ອງພັກ ຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ ໃນອຸດສາຫະກຳ ການທ່ອງທ່ຽວໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນໄດ້.

ຄຳສັບທີ່ສຳຄັນ: Hedonic pricing method; price; room rate; hotels; Vientiane; La

¹ ຄະນະເສດຖະສາດ ແລະ ບໍລິຫານທຸລະກິດ, Email: thanouxay899@gmail.com

² ຄະນະເສດຖະສາດ ແລະ ບໍລິຫານທຸລະກິດ, Email: municfem@hotmail.com

³ ຄະນະເສດຖະສາດ ແລະ ບໍລິຫານທຸລະກິດ, Email: khanpatjip.th@gmail.com

⁴ ຄະນະເສດຖະສາດ ແລະ ບໍລິຫານທຸລະກິດ, Email: kieng_2007@yahoo.com

⁵ ຄະນະເສດຖະສາດ ແລະ ບໍລິຫານທຸລະກິດ, Email: sythanonxay@gmail.com

Abstract

Analysis of factors to determine the room pricing of hotels in Vientiane by Hedonic Pricing Model aims to study the hotel characteristic, facilities, environment of the hotel in Vientiane and Analysis of factors to determine the room pricing of hotels in Vientiane. This study uses data from websites www.agoda.com and www.booking.com by selected 219 hotels by the number of rooms are 1,109 that are still open for customers in the early year 2020.

The price of a hotel's room in Vientiane range from 1 to 50 US dollars has 725 units, the average price of the room is 47 US dollars per 2 people per night. The 3 stars hotel is covered more than other hotels in Vientiane, there are 645 units that cannot see the city view, and only 50 units of the amount can see the river view. In other that the location of the hotel is far from city center only 1.2 Km, 64 percent of hotels can provide the breakfast for customers, furthermore, 93 percent of hotels in Vientiane had free wi-fi to access and 96 percent had enough car parking.

Factors to determine the room pricing of hotels in Vientiane as followed by room had a king bed, 24 hours front desk services, good security, the hotel can provide the breakfast and hotel have a swimming pool. When we compare the price of a room that can see river view is more expensive than the room cannot see the river view the price is around 8.59 US dollar in different, and the deluxe room is expensive than normal room by 7.3 US dollars on average. Moreover, hotel size, reviewer, and room size can increase the price of rooms as well. Those factors are very useful for policies maker to set the right price for the business hotel and tourism industry in Vientiane in the future.

Keywords: Hedonic pricing method; price; room rate; hotels; Vientiane; Laos.

I. ພາກສະເໜີ

ປະເທດລາວ ໄດ້ຖືກຈັດເປັນປະເທດທີ່ໜ້າທ່ອງທ່ຽວທີ່ສຸດໃນໂລກ ຈາກສະຫະພັນທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການຄ້າເອີຣົບໃນປີ 2013 (ອົງການການທ່ອງທ່ຽວໂລກ, 2016) ເຊິ່ງໄດ້ເຮັດໃຫ້ບັນດາປະເທດຕ່າງໆຮູ້ຈັກ ປະເທດລາວຫຼາຍຂຶ້ນ ມັນສົ່ງຜົນອັນດີເຮັດໃຫ້ອຸດສະຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ໄດ້ມີການເຕີບ ໃຫຍ່ຂະຫຍາຍຕົວຂຶ້ນຢ່າງໄວວາ. ໂດຍອີງໃສ່ບົດລາຍງານໃນປີ 2015 ຜ່ານມາມີນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າມາທ່ອງ ທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ ຫຼາຍກວ່າ 4.68 ລ້ານຄົນ ເຊິ່ງລື່ນປີຜ່ານມາ 13% ສາມາດສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ ລັດຖະບານຫຼາຍກວ່າ 725 ລ້ານກວ່າໂດລາສະຫະລັດ, ເຖິງແມ່ນວ່າໃນປີ 2016 ນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າມາທ່ອງ ທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ ມີຈຳນວນ 4.23 ລ້ານຄົນ ແລະ ປີ 2017 ຈຳນວນ 3.86 ລ້ານຄົນ ເຊິ່ງລຸດລົງ 10% ແລະ 8.7% ຕາມລາດັບ ກໍ່ຕາມ ແຕ່ຍັງສາມາດສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ລັດຖະບານຫຼາຍກວ່າ 724 ລ້ານກວ່າໂດ ລາສະຫະລັດ (ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2017). ນອກຈາກນັ້ນສິ່ງທີ່ໜ້າ ສົນໃຈແມ່ນ ໄລຍະເວລາພັກເຊົາສະເລ່ຍ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ ພັດເພີ່ມຂຶ້ນ ຫຼາຍກວ່າ 8 ຄືນ, ເຊິ່ງການທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຢູ່ລາວດົນ ມີຜົນຕໍ່ລາຍຮັບຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມເພີ່ມຂຶ້ນ ເຊິ່ງ ເຮັດໃຫ້ມີການຈ້າງງານເພີ່ມຂຶ້ນ ແລະ ແຈກຢາຍຜົນປະໂຫຍດທາງເສດຖະກິດໄປສູ່ທ້ອງຖິ່ນ ເຮັດໃຫ້ ປະຊາຊົນມີລາຍໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນເຊັ່ນກັນ.

ຍ້ອນຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຊ່ວງ 2 ປີ ຜ່ານມາມີແນວໂນມຫຼຸດລົງສິ່ງຜົນກະທົບໃຫ້ທຸລະກິດ ໂຮງແຮມຍັງບໍ່ທັນເຕີບໂຕເທົ່າທີ່ຄວນ, ແຕ່ເຖິງແນວໃດກໍ່ຕາມທຸລະກິດໂຮງແຮມເປັນໜຶ່ງໃນທຸລະກິດທີ່ມີ ການຂະຫຍາຍຕົວດ້ວຍຈຳນວນທ້ອງຟັກທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຈາກ 46,513 ຫ້ອງ ໃນປີ 2016 ເປັນ 50,600 ຫ້ອງ ໃນ ປີ 2017 (ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2017) ເຮັດໃຫ້ການແຂ່ງຂັນໃນຕະຫຼາດ ທຸລະກິດໂຮງແຮມມີການປັບປຸງນິກົນລະຍຸດ ແລະ ກຳນົດລາຄາເໝາະສົມທີ່ສາມາດສ້າງກຳໄລເພື່ອຄວາມຢູ່ ລອດຂອງທຸລະກິດ ດ້ວຍເຫດນັ້ນ, ການກຳນົດລາຄາເປັນນິກົນລະຍຸດທີ່ສຳຄັນໃນດ້ານເສດຖະສາດ (Papatheodorou et al., 2013). ລູກຄ້າສາມາດປະເມີນລາຄາທ້ອງຟັກ ປຽບທຽບກັບລາຄາທ້ອງປະເພດ ດຽວກັນ ແລະ ຈະສົມທຽບ ລາຄາກັບຄຸນນະພາບ ການບໍລິການຂອງໂຮງແຮມ ສະນັ້ນມີປັດໃຈຫລາຍຢ່າງທີ່ ມີຜົນຕໍ່ລາຄາທ້ອງຟັກ ແລະ ການຕັດສິນໃຈກຳນົດລາຄາຂອງໂຮງແຮມຂ້ອນຂ້າງຊັບຊ້ອນຫລາຍ. ພ້ອມກັນ ນັ້ນ, ພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກແຮງມີຄວາມຊັບຊ້ອນກວ່າ. ອີງໃສ່ຖານຂໍ້ມູນຈາກເວັບໄຊ www.agoda.com ແລະ www.booking.com ໃນປີ 2020 ມີໂຮງແຮມທີ່ກຳລັງດຳເນີນກິດຈະການ ແລະ ເປີດໃຫ້ຈອງໃນ ນະຄອນ ຫລວງວຽງຈັນ ຈຳນວນ 65 ແຫ່ງ ໂດຍທີ່ທ້ອງຟັກມີລາຄາລະເລ່ຍຕໍ່ຄືນແມ່ນ 52 ໂດລາສະຫະລັດ ສຳລັບໂຮງແຮມທີ່ຕັ້ງຢູ່ໃຈກາງເມືອງ ແລະ 48 ໂດລາສະຫະລັດ ສຳລັບໂຮງແຮມທີ່ຕັ້ງຢູ່ໃກ້ແມ່ນ້ຳ.

ໃນນະຄອນວຽງຈັນມີໂຮງແຮມ ຈຳນວນ 85 ແຫ່ງ ລາຄາທີ່ພັກຕໍ່ຫ້ອງຕໍ່ຄືນແມ່ນ 57 ໂດລາ ສະຫະລັດ ສຳລັບໂຮງແຮມທີ່ຕັ້ງຢູ່ໃຈກາງເມືອງ, 77 ໂດລາສະຫະລັດ ສຳລັບໂຮງແຮມທີ່ຕັ້ງຢູ່ເມືອງເກົ່າ ຫຼື ເມືອງມໍລະດົກໂລກເຂດນຶ່ງ ແລະ 51 ໂດລາສະຫະລັດ ສຳລັບໂຮງແຮມທີ່ຢູ່ຕໍ່ໜ້າແມ່ນ້ຳຂອງ. ສຳລັບອີກໜຶ່ງ ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ສຳຄັນຄືເມືອງວັງວຽງມີ ລາຄາທີ່ພັກສະເລ່ຍ ພັດຕໍ່າກວ່າຫລວງພະບາງ ແລະ ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນຄື 20 ໂດລາສະຫະລັດ ສຳລັບໂຮງແຮມທີ່ຕັ້ງຢູ່ໃຈກາງເມືອງ, ແຕ່ລາຄາທ້ອງຟັກຂອງ ໂຮງແຮມທີ່ຕັ້ງຢູ່ກົງກັນຂ້າມກັບແມ່ນ້ຳຂອງພັດສູງເຖິງ 84 ໂດລາສະຫະລັດຕໍ່ຄືນ. ຄວາມແຕກຕ່າງທີ່ຫລາກ ຫລາຍຂອງລາຄາທີ່ພັກເປັນບັນຫາ ແລະ ມີຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຜູ້ປະກອບການ ແລະ ຄວາມພໍໃຈຈ່າຍຂອງນັກ ທ່ອງທ່ຽວ. ຍ້ອນແນວນັ້ນ, ການຄົ້ນຄ້ວາກ່ຽວກັບປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການກຳນົດລາຄາທີ່ພັກຂອງໂຮງແຮມຈະ ກາຍເປັນຂໍ້ມູນທີ່ສຳຄັນໃນການພັດທະນາຂະແໜງການດັ່ງກ່າວ ການສຶກສາມີຈຸດປະສົງດັ່ງນີ້:

ສຶກສາສະພາບ, ຄຸນລັກສະນະ, ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ ແລະ ສະພາບແວດລ້ອມຂອງໂຮງແຮມ ຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ.

ວິເຄາະປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການກຳນົດລາຄາຂອງທ້ອງຟັກໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ.

ການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ ແມ່ນກຳນົດເອົາສະເພາະໂຮງແຮມທີ່ກຳລັງເປີດບໍລິການໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າຢູ່ໃນປີ 2020 ໂດຍທີ່ເລືອກສະເພາະໂຮງແຮມທີ່ຢູ່ໃນຕົວເມືອງທ່ອງທ່ຽວທີ່ສຳຄັນ ແລະ ໂຮງແຮມທີ່ຢູ່ໃກ້ກັບແມ່ນ້ຳຂອງຄື: ເມືອງຈັນທະບູລີ, ເມືອງໄຊເສດຖາ, ເມືອງສີໂຄດຕະບອງ ແລະ ເມືອງສີສັດຕະນາກ ໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ. ສຳລັບບ້ານພັກ, ລີຊອດ ແລະ ບັງກາໂລ ຈະບໍ່ນອນໃນກໍລະນີສຶກສາຂອງບົດຄົ້ນຄວ້ານີ້.

II. ບົດຄົ້ນຄວ້າວິທະຍາສາດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ

ແບບຈຳລອງ hedonic pricing ອະທິບາຍຄວາມສຳພັນຂອງລາຄາ ແລະ ຄຸນລັກສະນະຂອງໂຮງແຮມໄດ້ດີ ເຊິ່ງການກຳນົດລາຄາດ້ວຍສົມຜົນຕາມແຕ່ລະປັດໃຈແມ່ນການຄົ້ນຄວ້າທີ່ຖືກນຳໃຊ້ໃນໄລຍະໃກ້ໆຜ່ານມານີ້ (Papatheodorou *et al.*, 2013; Chen and Rothschild, 2010; Rigall-I-Torrent *et al.*, 2011). ການຮູ້ຈັກປັດໃຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ລາຄາຫ້ອງພັກສາມາດປັບປຸງຄຸນນະພາບການບໍລິການໃຫ້ຕົງກັບພຶດຕິກຳ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າໄດ້ (Baddeley, 2017; Li *et al.*, 2017). ເຊິ່ງແບບຈຳລອງນີ້ມີປະສິດທິພາບການວິເຄາະລາຄາຫ້ອງພັກຂອງໂຮງແຮມໄດ້ (Kaya and Atan, 2014). ການວິເຄາະລັກສະນະນີ້ຖືກນຳໃຊ້ໃນຫລາຍໆປະເທດ ນອກຈາກນີ້ ຍັງມີການສຶກສາອື່ນໆເຊັ່ນ:

Yalcin & Mert (2018) ສຶກສາຜົນກະທົບທາງອ້ອມໃນການກຳນົດລາຄາຫ້ອງພັກຂອງໂຮງແຮມໃນເຂດ Antalya ຂອງປະເທດ Turkey. ຈຸດປະສົງເພື່ອຫາປັດໄຈທີ່ກຳນົດລາຄາຂອງຫ້ອງພັກດ້ວຍແບບຈຳລອງລາຄາ hedonic pricing model ໂດຍນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນອອນລາຍ 1,444 ໂຮງແຮມ ຂອງ 21 ຂົງເຂດທ່ອງທ່ຽວໃນອັນຕາຢາ ໃນປີ 2015. ເນື່ອງຈາກມີຄວາມສຳພັນທາງພື້ນທີ່ລະຫວ່າງພວກເຂົາຈຶ່ງສະເໜີແບບຈຳລອງການຖົດຖອຍເຊິ່ງພື້ນທີ່. ການວິເຄາະຂໍ້ມູນທາງພື້ນທີ່ຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນຕົວປ່ຽນຖົດຖອຍແບບຂັ້ນຕອນ (stepwise regression). ໃນການກຳນົດລາຄາໂດຍໃຊ້ແບບຈຳລອງ Spatial Lag ຜົນການສຶກສາໄດ້ກວດສອບຄຸນສົມບັດຜົນກະທົບຕໍ່ລາຄາຫ້ອງພັກ ໂດຍໃຊ້ວິທີການຖ່ວງນ້ຳໜັກທາງພື້ນທີ່ (spatially weighted regression method) ແມ່ນມີຄວາມເໝາະສົມກວ່າວິທີການຖົດຖອຍແບບຄາສຊິກ (classical regression methods) ໃນແບບຈຳລອງການກຳນົດລາຄາຂອງ hedonic ທີ່ມີຜົນກະທົບທາງສະຖິຕິທີ່ສູງກວ່າ. ຜົນໄດ້ຮັບເຫຼົ່ານີ້ແມ່ນສອດຄ່ອງກັບການສຶກສາຂອງ (Latinopoulos, 2018; Kostakis & Theodoropoulou, 2017 and Hajilo *et al.*, 2017).

Warawan Pinchumseng & Kopkul Juntarakolit (2017) ໄດ້ສຶກສາການກຳນົດລາຄາທີ່ພັກໂຮງແຮມ ແລະ ລິສອດຂອງປະເທດໄທ ຕາມແນວຝັ່ງທະເລຕາເວັນຕົກ ດ້ວຍວິທີ Hedonic pricing. ຈຸດປະສົງຂອງການຄົ້ນຄວ້າແມ່ນເພື່ອສຶກສາລາຄາຫ້ອງສຳລັບພັກໜຶ່ງຄືນສຳລັບຫ້ອງຕຽງຄູ່ ແລະ ຕຽງດຽວສຳລັບໄລຍະເວລາ 2 ປີ ໂດຍກຳນົດລັກສະນະຂອງທີ່ພັກອາໄສ ດ້ານການສະໜອງຂອງໂຮງແຮມ (Supply side) ກຳນົດອັດຕາຄ່າທີ່ພັກໃນໂຮງແຮມ ແລະ ລິສອດຕາມເສັ້ນຊາຍຝັ່ງຕະວັນຕົກເພື່ອແກ້ໄຂບັນຫາຂອງການບໍ່ສົມເຫດສົມຜົນຂອງຂໍ້ມູນໂຮງແຮມໂດຍນຳໃຊ້ rating ມາດຕະຖານ ແລະ ລະດູການຕາມແນວຄວາມຄິດຂອງລາຄາສິນຄ້າສູງສຸດ (Peak load Pricing) ການປ່ຽນແປງລາຄາຂອງຫ້ອງທີ່ແຕກຕ່າງກັນເປັນສັນຍານທີ່ຊີ້ບອກເຖິງປັດໄຈຂອງໂຄງສ້າງ, ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ ແລະ ສະພາບແວດລ້ອມຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ ແລະ ລິສອດ (Structural accessibility and neighborhood characteristics) ເຊິ່ງກ່ຽວຂ້ອງກັບລະດັບດາວຂອງໂຮງແຮມ. ຜົນໄດ້ຮັບຂອງການຄົ້ນຄວ້ານີ້ທີ່ມີຈຸດປະສົງເພື່ອສຶກສາຄົ້ນຄວ້າກຳນົດລາຄາທີ່ພັກ, ໂຮງແຮມ ແລະ ລິສອດ ຂອງປະເທດໄທຕາມຊາຍຝັ່ງທິດຕາເວັນຕົກ ຕົວປ່ຽນຕາມໂຄງສ້າງຂອງລັກສະນະຂອງຕົວປ່ຽນແມ່ນແບ່ງອອກເປັນ 3 ກຸ່ມ: ປັດໄຈປະເພດຫ້ອງ, ປັດໄຈພາຍໃນໂຮງແຮມ ແລະ ປັດໄຈສິ່ງແວດລ້ອມອ້ອມຮອບເຂດພື້ນທີ່ໂຮງແຮມ ລວມທັງປັດໄຈອື່ນໆ ທີ່ມີຜົນກະທົບຕໍ່ການຕັດສິນໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວໃນການບ່ອນພັກເຊົາ, ຜົນກະທົບຕໍ່ລາຄາທີ່ພັກໃນໂຮງແຮມ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນການກຳນົດລາຄາທີ່ພັກອາໄສ ແລະ ການສຶກສາຂອງການປ່ຽນແປງທີ່ພັກອາໄສຢູ່ໃນຮູບແບບຂອງການບັນທຶກ, ກຳນົດ

ລາຄາທີ່ພັກອາໄສສໍາລັບໂຮງແຮມ ແລະ ລິສອດໃນປະເທດໄທຕາມຊາຍຝັ່ງທິດຕາເວັນຕົກ, ສອດຄ່ອງກັບລັກສະນະຂອງ Lancaster (1966) ແລະ Thrane (2007) ໂດຍແຕ່ລະກຸ່ມຂອງຕົວປ່ຽນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງອາດຈະແຕກຕ່າງກັນໄປຕາມລັກສະນະຂອງການເກັບຂໍ້ມູນໂຮງແຮມ ແຕ່ລະກໍລະນີສຶກສາກ່ຽວກັບການຕັ້ງຄ່າໂຮງແຮມຕາມຊາຍຝັ່ງຈະສອດຄ່ອງກັບ Thrane (2005) ໃນຕົວເລກໄລຍະໄກສູ່ຕົວເມືອງ, ລະດັບດາວ, ຈໍານວນຕຽງ ແລະ ເຄື່ອງເປົ້າຜົມ. ຢ່າງໃດກໍຕາມການຄົ້ນຄວ້ານີ້ໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງສິ່ງສໍາຄັນກັບລະດັບດາວ ແລະ ໃນລະດູການທ່ອງທ່ຽວທີ່ແຕກຕ່າງກັນມີຜົນກະທົບຕໍ່ ກໍານົດລາຄາທີ່ພັກອາໄສ ເພື່ອສະຫຼຸບວ່າຄວາມສໍາຄັນຂອງຄຸນນະສົມບັດ ໂຮງແຮມທີ່ໂຮງແຮມແຕ່ລະໂຮງແຮມມີລະດັບດາວທີ່ແຕກຕ່າງກັນຕໍ່ລາຄາທີ່ພັກລາຄາ ກໍລະນີຕາມລະດູການເຊັ່ນ: ລະດັບ 4-5 ຈະມີລະດັບລາຄາທີ່ແຕກຕ່າງກັນສໍາລັບແຕ່ລະລະດູ, ແຕກຕ່າງຈາກ 3-3.5 ດາວ rating. ກໍານົດເວລາໃນລະດູການ ການເດີນທາງແມ່ນບໍ່ແຕກຕ່າງກັນຫຼາຍ.

Andersson (2013) ສຶກສາການກໍານົດລາຄາທ້ອງຟັກໃນປະເທດສະວິເດັນໃນຮູບແບບ Hedonic Pricing ຂອງຕະຫຼາດໂຮງແຮມໃນເມືອງສະຕັອກໂຮມ. ຈຸດປະສົງເພື່ອຄົ້ນຫາວິທີການ ແລະ ຕົວກໍານົດທີ່ສໍາຄັນຂອງລາຄາໃນເມືອງສະຕັອກໂຮມ ປະເທດສະວິເດັນ ໃນປີ 2013 ໂດຍມີການປະມານການສອງແບບແຍກກັນສໍາລັບທ້ອງຖິ່ນໃນວັນທໍາມະດາ ແລະ ວັນພັກທ້າຍສັບປະດາ ເຊິ່ງໃນຂັ້ນຕົ້ນມີການພິຈາລະນາຕົວປ່ຽນ 19 ຕົວປ່ຽນ ແຕ່ເນື່ອງຈາກວ່າມີ 9 ຕົວປ່ຽນມີຄວາມທັບຊ້ອນກັນ ເຮັດໃຫ້ຕັດອອກໃຫ້ແຄບລົງ ເຊິ່ງໄດ້ຮັບບາງຢ່າງກໍກົງກັບການຄົ້ນຄວ້າກ່ອນໜ້ານີ້ໂດຍ Thrane (2006) ແລະ Chen & Rothschild (2010) ເຊັ່ນ: ຫ້ອງທີ່ຕັ້ງຢູ່ໃຈກາງເມືອງນັ້ນແມ່ນມີລາຄາແພງກວ່າ (ໃນຊ່ວງວັນທໍາມະດາຈະແມ່ນ 28.4% ແລະ ຊ່ວງວັນທ້າຍອາທິດຈະແມ່ນ 38%) ໃນທາງກົງກັນຂ້າມຕົວປ່ຽນບາງຕົວທີ່ເຄີຍສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າມີຄວາມສໍາຄັນແຕ່ກໍຍັງບໍ່ເຫັນໄດ້ເຖິງຄວາມສໍາຄັນໃນກໍລະນີສຶກສານີ້. ຕົວຢ່າງຂອງຕົວປ່ຽນດັ່ງກ່າວຄືມິໂທລະພາບຈໍແບນຫຼື ມີນິບາ ໃນແບບ Multicollinearity ບໍ່ສະແດງໃຫ້ເຫັນບັນຫາແຕ່ຢ່າງໃດ, ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມທັງສອງແບບຈໍາລອງແມ່ນໄດ້ຜົນກະທົບຈາກຕົວປ່ຽນທີ່ຖືກຕັດອອກ. ໃນຂະນະທີ່ແບບຈໍາລອງສາມາດອະທິບາຍສ່ວນການປ່ຽນແປງລາຄາທັງໝົດໄດ້ ແຕ່ຕົວປ່ຽນທີ່ສໍາຄັນບາງຢ່າງບໍ່ໄດ້ຮັບການບັນທຶກ. ສະຫຼຸບໂດຍມີການອະທິບາຍກ່ຽວກັບຜົນກະທົບຂອງນະໂຍບາຍບາງຢ່າງທີ່ເປັນໄປໄດ້.

Charoenchai Agmapisarn (2012) ໄດ້ສຶກສາການວິເຄາະແບບຍຶດຍຸ່ນຂອງມູນຄ່າລາຄາໂຮງແຮມໃນກຸງເທບ ປະເທດໄທ ສຶກສາໃນປີ 2012 ມີຈຸດປະສົງຂອງສຶກສາເພື່ອກວດກາຄຸນລັກສະນະທີ່ມີອິດທິພົນທີ່ສຸດຂອງໂຮງແຮມທີ່ມີຜົນຕໍ່ລາຄາທ້ອງຟັກໃນກຸງເທບ ການຄົ້ນຄວ້າລາຄາແບບ hedonic ໂດຍນໍາໃຊ້ແບບຈໍາລອງສອງແບບທີ່ມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນ linear Box-Cox ແມ່ນອີງໃສ່ບັນຊີຂໍ້ມູນອອນໄລສໍາລັບ 224 ໂຮງແຮມໃນກຸງເທບສຶກສາ ໃນປີ 2012, ຜົນໄດ້ຮັບສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າແບບຈໍາລອງ a log-linear ແມ່ນຮູບແບບການທີ່ເໝາະສົມຫຼັງຫັນການວິເຄາະ the linear Box-Cox ຈາກລັກສະນະຂອງໂຮງແຮມ ເຊິ່ງໂຮງແຮມເຄື່ອຄ່າຍເປັນຄຸນລັກສະນະທີ່ມີອິດທິພົນຫຼາຍທີ່ສຸດຕໍ່ອັດຕາທ້ອງໂຮງແຮມໃນກຸງເທບ, ໂຮງແຮມເຄື່ອຄ່າຍໃນກຸງເທບຄິດໄລ່ລາຄາທ້ອງຟັກສູງກວ່າໂຮງແຮມທີ່ບໍ່ແມ່ນໂຮງແຮມເຄື່ອຄ່າຍເຖິງ 31%. ຫ້ອງທີ່ໃຫ້ບໍລິການອາຫານເຊົ້າພ້ອມນັ້ນ ສາມາດຄິດໄລ່ລາຄາ 16% ຫຼາຍກວ່າຫ້ອງທີ່ບໍ່ມີອາຫານເຊົ້າ. ສ່ວນຂະໜາດຂອງຫ້ອງພັກ ແລະ ໄລຍະທ່າງຈາກໃຈກາງເມືອງຍັງເປັນລັກສະນະທີ່ມີອິດທິພົນຕໍ່ລາຄາທ້ອງຟັກໃນບາງກອກ.

III. ວິທີການຄົ້ນຄວ້າ

ແບບຈໍາລອງທາງເສດຖະມິຕິ ຈະຖືກນໍາໃຊ້ເພື່ອສຶກສາຫາຄວາມສໍາພັນລະຫວ່າງລາຄາ ກັບຄຸນລັກສະນະຂອງຫ້ອງພັກ, ໂດຍອີງຕາມບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ Andersson (2013) ແລະ Charoenchai Agmapisarn (2012) ແບບຈໍາລອງ hedonic pricing model ແມ່ນ

$$Prices = \alpha + X\beta + D\pi + Y\gamma + u$$

ໂດຍທີ່ $Prices$ ແມ່ນລາຄາຂອງຫ້ອງພັກໃນໂຮງແຮມ, α ແມ່ນຕົວຄົງຄ່າ, X ແມ່ນຂະໜາດຂອງໂຮງແຮມ, D ແມ່ນເວັກເຕີ້ບົງບອກລັກສະນະ ແລະ ສະພາບແວດລ້ອມຂອງໂຮງແຮມ, Y ແມ່ນເວັກເຕີ້ບອກສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກຂອງໂຮງແຮມ, ແລະ u ແມ່ນຕົວຄາດເຄື່ອນ. β , π , ແລະ γ ແມ່ນບັນຄ່າເວັກເຕີ້ຂອງຄ່າສໍາປະສິດ. ສັນຍາລັກ, ນິຍາມ ແລະ ຫົວໜ່ວຍ ຂອງຕົວປ່ຽນຕາມ ແລະ ບັນດາຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະສະແດງໃນຕາຕະລາງລຸ່ມນີ້:

ຕາຕະລາງ 1: ນິຍາມ ແລະ ຫົວໜ່ວຍວັດແທກ ຂອງຕົວປ່ຽນ

	ນິຍາມ	ຫົວໜ່ວຍວັດແທກ	ສົມມຸດຖານ
ຕົວປ່ຽນຕາມ			
Prices	ລາຄາຂອງຫ້ອງມາດຕະຖານຕຽງດຽວ	ກີບ/ຄືນ/2ຄືນ	
ຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ			
Room Size	ຂະໜາດຂອງຫ້ອງພັກ (ເນື້ອທີ່)	ຕາແມັດ (m2)	+
King bed	ຕຽງປະເພດ King	1 = ມີ ແລະ 0 = ບໍ່ມີ	+
Deluxe Room	ປະເພດຂອງຫ້ອງ Deluxe	1 = ມີ ແລະ 0 = ບໍ່ມີ	+
Distance	ໄລຍະທາງທີ່ຕັ້ງຂອງໂຮງແຮມຫາໃຈກາງເມືອງ	ກິໂລແມັດ	-
River View	ຫ້ອງທີ່ສາມາດເຫັນວິວແມ່ນໍ້າໄດ້	1 = ມີ ແລະ 0 = ບໍ່ມີ	+
free cancel	ການຍົກເລີກການຈອງຟຣີ	1 = ມີ ແລະ 0 = ບໍ່ມີ	+
Front Desk 24 Hours	ການໃຫ້ ບໍລິການຕະຫລອດ 24 ຊົ່ວໂມງ	1 = ມີ ແລະ 0 = ບໍ່ມີ	+
Security	ຄວາມປອດໄພ 24 ຊົ່ວໂມງ	1 = ມີ ແລະ 0 = ບໍ່ມີ	+
Airport Transfer	ລົດຮັບ-ສົ່ງສະໜາມບິນ	1 = ມີ ແລະ 0 = ບໍ່ມີ	+
breakfast	ໃຫ້ບໍລິການອາຫານເຊົ້າ	1 = ມີ ແລະ 0 = ບໍ່ມີ	+
Minibar	ມີນິບາ ໃນຫ້ອງພັກ	1 = ມີ ແລະ 0 = ບໍ່ມີ	+
Number of Rooms	ຂະໜາດຂອງໃນໂຮງແຮມ	ຈໍານວນຫ້ອງພັກ	+
parking	ສະຖານທີ່ຈອດລົດ	1 = ມີ ແລະ 0 = ບໍ່ມີ	+
Swimming Pool	ສະລອຍນໍ້າ	1 = ມີ ແລະ 0 = ບໍ່ມີ	+
reviewer	ຈໍານວນຄົນລິວິວທີ່ພັກ	ຄົນ	+

ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ຄໍານວນໂດຍຄະນະວິໄຈ ອີງຕາມການສໍາຫຼວດ, 2020.

ຂໍ້ມູນທີ່ໃຊ້ໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້ແມ່ນຈາກເວັບໄຊ www.agoda.com ແລະ www.booking.com ໃນປີ 2020 ມີໂຮງແຮມທີ່ກໍາລັງດໍາເນີນກິດຈະການ ແລະ ເປີດໃຫ້ຈອງໃນນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ຈໍານວນ 164 ແຫ່ງ. ຂະໜາດຂອງກຸ່ມຕົວຢ່າງ ແມ່ນ ຫ້ອງພັກເຊົ່າ ໃນນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ຈໍານວນ 909 ຫ້ອງ. ລາຄາທີ່ໃຊ້ເປັນແກນໃນການຄາດປະມານແມ່ນ ລາຄາຫ້ອງພັກຕໍ່ໜຶ່ງຄືນຂອງຫ້ອງປະເພດຕ່າງໆ ໃນລະຫວ່າງເດືອນພຶດສະພາ ປີ 2020. ນອກຈາກນັ້ນແລ້ວ, ໄດ້ມີການສໍາຫຼວດຕົວຈິງ ເພື່ອໄປເບິ່ງທີ່ຕັ້ງ ແລະ ສະພາບແວດລ້ອມຂອງໂຮງແຮມແຕ່ລະໂຮງແຮມ.

IV. ຜົນການສຶກສາ ແລະ ການອະພິບາຍຜົນ

ສະພາບລວມຂອງໂຮງແຮມໃນນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ

ຕາຕະລາງ 2: ລະດັບດາວຂອງ ໂຮງແຮມ ໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ

ລະດັບດາວ	ຈຳນວນໂຮງແຮມ	ສ່ວນຮ້ອຍ
1 ດາວ	56	6.16%
2 ດາວ	144	15.84%
3 ດາວ	354	38.94%
4 ດາວ	239	26.29%
5 ດາວ	116	12.76%
ລວມ	909	100%

ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ຄຳນວນໂດຍຄະນະວິໄຈ ອີງຕາມການສຳຫຼວດ, 2020.

ຕາຕະລາງ 2 ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າປະເພດຂອງຫ້ອງພັກໃນໂຮງແຮມຢູ່ໃນລະດັບ 3 ດາວ ກວມເອົາ 38.94 ສ່ວນຮ້ອຍ, ຮອງລົງມາແມ່ນ ລະດັບ 4 ດາວ. ສຳລັບຫ້ອງພັກຢູ່ໃນລະດັບ 5 ດາວ ມີພຽງ 12.76 ສ່ວນຮ້ອຍ ຂອງຫ້ອງພັກທັງໝົດໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ. ພ້ອມນັ້ນ, ອີງຕາມການຈັດລະດັບລາຄາຂອງ www.agoda.com ລາຄາຫ້ອງພັກໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນແມ່ນມີລາຄາຢູ່ລະຫວ່າງ 1 ຫາ 50 ໂດລາສະຫະລັດ ມີຈຳນວນ 725 ຫ້ອງ ກວມຈຳນວນອັດຕາສ່ວນທີ່ສູງກວ່າໝູ່ ໂດຍສະເລ່ຍແລ້ວລາຄາຕໍ່ຫ້ອງແມ່ນ 47 ໂດລາສະຫະລັດ ຕໍ່ຄືນ ຕໍ່ຄືນ. ຖັດມາແມ່ນ 50 ຫາ 100 ໂດລາສະຫະລັດ ມີຈຳນວນ 195 ຫ້ອງ ແລະ ມີພຽງ 3 ຫ້ອງທີ່ມີລາຄາສູງກວ່າ 350 ໂດລາສະຫະລັດ.

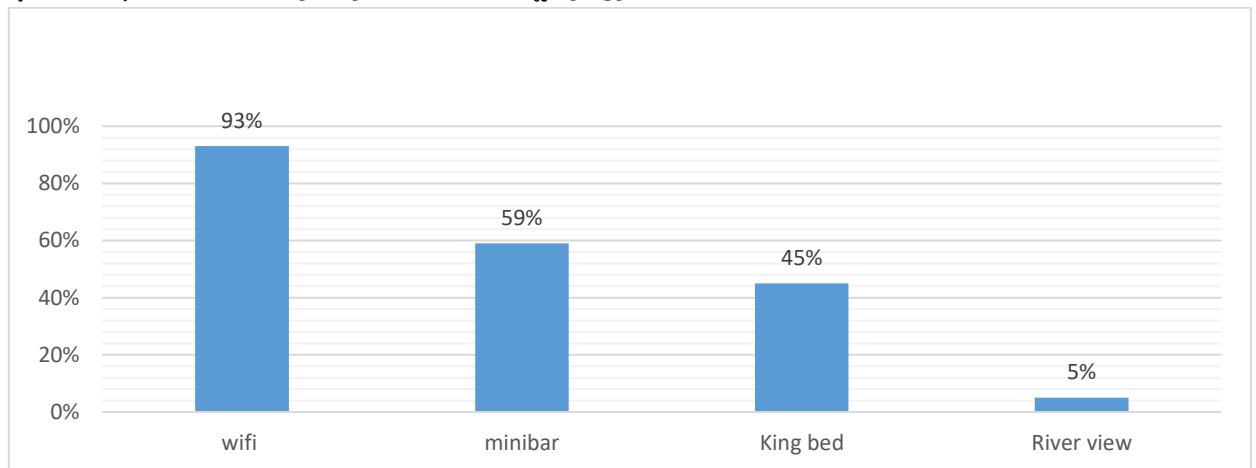
ຕາຕະລາງ 3: ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກແຍກຕາມຄຸນລັກສະນະຂອງຫ້ອງພັກໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ

Variables	Group	Obs	Mean	different	Std.Err
King bed	ບໍ່ມີ	498	36.18	-19.82	2.19
	ມີ	411	55.99		
deluxe room	ບໍ່ແມ່ນ	418	32.88	-22.69	2.16
	ແມ່ນ	491	55.57		
river view	ບໍ່ມີ	863	43.88	-24.83	5.13
	ມີ	46	68.71		
breakfast	ບໍ່ມີ	280	38.08	-10.19	2.44
	ມີ	629	48.28		
minibar	ບໍ່ມີ	377	34.38	-18.37	2.23
	ມີ	532	52.76		

ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ຄຳນວນໂດຍຄະນະວິໄຈ ອີງຕາມການສຳຫຼວດ, 2020.

ລາຄາຫ້ອງພັກໂດຍສະເລ່ຍໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນທີ່ ສາມາດເຫັນວິວແມ່ນ້ຳ ສະເລ່ຍ 68.71 ໂດລາສະຫະລັດຕໍ່ຄືນ ແລະ ສູງກວ່າ ລາຄາຫ້ອງພັກ ບໍ່ສາມາດເຫັນວິວແມ່ນ້ຳ 24.83 ໂດລາສະຫະລັດ ແລະ ມີພຽງແຕ່ 46 ຫ້ອງ ເທົ່ານັ້ນ ສາມາດເຫັນວິວແມ່ນ້ຳຂອງ ມັນສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ການປຽບທຽບລາຄາການເລືອກທີ່ອີງໃສ່ຄຸນລັກສະນະ ນີ້ອາດຈະບໍ່ມີຜົນຕໍ່ ລາຄາ ແລະ ອີກເຫດຜົນນຶ່ງອາດຈະເປັນຍ້ອນ ຕົກຫລິໂຮງແຮມໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນບໍ່ແມ່ນຕົກສູງ ໂດຍສະເລ່ຍບໍ່ເກີນ 3 ຊັ້ນ ສະນັ້ນ, ຈິ່ງບໍ່ສາມາດຊົມວິວບໍ່ວ່າຈະເປັນວິວຕົວເມືອງ ຫລື ວິວແມ່ນ້ຳ. ສຳລັບຫ້ອງປະເພດ deluxe room ແລະ King bed ມີລາຄາສູງກວ່າ ຫ້ອງທຳມະດາແລະ ຕຽງດ່ຽວເຊັ່ນດຽວກັນ ດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອຫມັ້ນທາງສະຖິຕິ 90 ສ່ວນຮ້ອຍ. ຫ້ອງທີ່ໃຫ້ບໍລິການອາຫານເຊົ້າພ້ອມນັ້ນ ສາມາດຄິດໄລ່ລາຄາ 10 ໂດລາສະຫະລັດ ຫຼາຍກວ່າຫ້ອງທີ່ບໍ່ມີອາຫານເຊົ້າ.

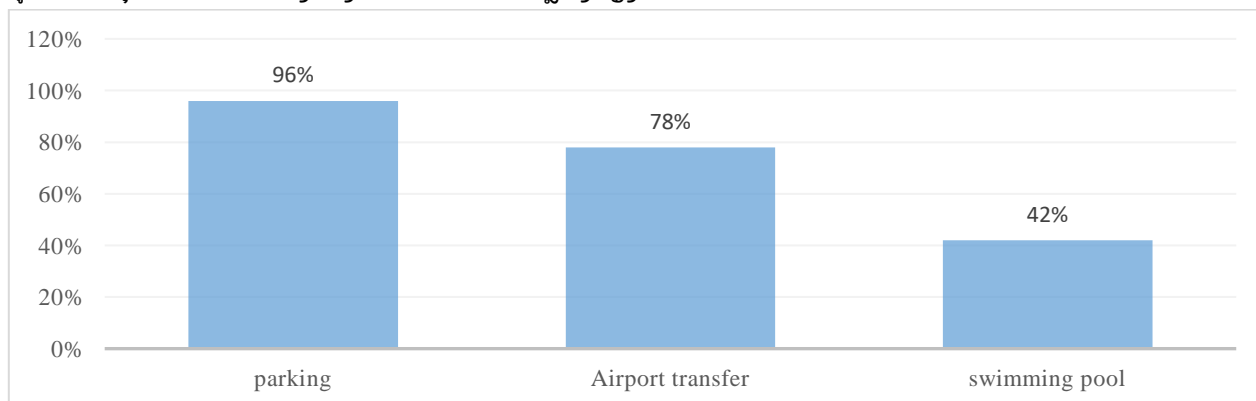
ຮູບທີ 1: ຄຸນລັກສະນະຂອງຫ້ອງພັກໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ



ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ຄຳນວນໂດຍຄະນະວິໄຈ ອີງຕາມການສຳຫຼວດ, 2020.

ອີງຕາມຂໍ້ມູນການສຳຫຼວດພົບວ່າ ເກືອບ 100 ສ່ວນຮ້ອຍໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນມີ ມີອິນເຕີເນັດໃຫ້ບໍລິການແກ່ລູກຄ້າຖືວ່າເປັນຈຸດເດັ່ນຂອງການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນຂ່າວສານທົ່ວທຸກບ່ອນໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ, ສຳລັບຫ້ອງພັກທີ່ມີ ມີນິບາກວມເກືອບ 60 ສ່ວນຮ້ອຍ ໃຫ້ບໍລິການເຄື່ອງດື່ມ ແລະ ຖືວ່າໂຮງແຮມສ່ວນຫລາຍມີຕຽງໃຫ້ຍໃຫ້ພັກ ຫ້ອງນອນກ້ວາງຂວາງເໝາະສຳລັບການພັກຜ່ອນ. ເຖິງແມ່ນວ່າ ຫ້ອງທີ່ສາມາດເຫັນວິວໄດ້ມີໜ້ອຍ ລວມທັງລາຄາຂອງຫ້ອງແຕກຕ່າງກັນຢູ່ 24 ໂດລາສະຫະລັດ ແຕ່ໂຮງແຮມສ່ວນໃຫ່ຍມີແອ ແລະ ສາມາດຮັບການບໍລິການດ້ານນອກໄດ້ເນື່ອງຈາກໂຮງແຮມໃກ້ກັບແມ່ນ້ຳ ແລະ ຢູ່ໃນໃຈກາງເມືອງ.

ຮູບທີ 2: ຄຸນລັກສະນະຂອງໂຮງແຮມໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ



ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ຄຳນວນໂດຍຄະນະວິໄຈ ອີງຕາມການສຳຫຼວດ, 2020.

ໂຮງແຮມໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ເກືອບທັງໝົດ ມີບ່ອນຈອດລັດໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ ແລະ 78 ສ່ວນຮ້ອຍລົດຮັບ - ສົ່ງສະໜາມບິນ. ນອກນັ້ນ, 42 ສ່ວນຮ້ອຍ ໃຫ້ບໍລິການ ສະລອຍນ້ຳ ຖືວ່າເປັນຈຸດເດັ່ນ ໃນການໃຫ້ຄວາມສະດວກສະບາຍ ຜູ້ທີ່ເດີນທາງມາພັກດ້ວຍລົດສ່ວນຕົວ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກຕ່າງປະເທດສາມາດເຂົ້າເຖິງທີ່ພັກໂດຍງ່າຍຜ່ານການໃຫ້ບໍລິການພາຫະນະຂອງທີ່ພັກ. ການມີສະລອຍນ້ຳແມ່ນສ່ວນນຶ່ງທີ່ດຶງດູດ ນັກທ່ອງທ່ຽວຂອງປະເທດເຂດຮ້ອນ ເປັນກິດຈະກຳ ຜ່ອນຄາຍ ແລະ ໄດ້ຮັບການພັກຜ່ອນທີ່ແທ້ຈິງ.

ຜົນການຄາດປະມານ

ການກວດສອບບັນຫາ Multicollinearity ແລະ Heteroscedasticity ເຫັນວ່າບໍ່ມີການພົວພັນຂອງຕົວປ່ຽນອິດສະຫລະສູງເກີນ 0.6 ແລະ ມີຄ່າ chi-square ເທົ່າກັບ ສະແດງວ່າບໍ່ເກີດບັນຫາຄ່າຜົນປ່ຽນຂອງຄ່າຄາດເຄື່ອນບໍ່ຄົງທີ່. ໃນຕາຕະລາງ 3 ສະແດງຜົນການຄາດປະມານດ້ວຍວິທີກາລັງສອງນ້ອຍສຸດ ເຊິ່ງວ່າຕົວປ່ຽນອິດສະຫລະ ສາມາດອະທິບາຍ ຕົວປ່ຽນຕາມໄດ້ 54.98 ສ່ວນຮ້ອຍ. ລາຄາຫ້ອງພັກໃນໂຮງແຮມແມ່ນລາຄາ ທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ້ອງຈ່າຍໃນການທ່ອງທ່ຽວ ຕໍ່ຄືນ ຕໍ່ 2 ຄືນ ຕໍ່ຫ້ອງ ແລະ ຄິດໄລ່ລາຄາດ້ວຍ

ສະກຸນເງິນໂດລາສະຫະລັດ. ຜົນການຄາດປະມານປັດໄຈກຳນົດລາຄາຫ້ອງພັກຂອງໂຮງແຮມໃນ
ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ດ້ວຍວິທີ Hedonic pricing model ສະແດງລາຍລະອຽດໃນຕາຕະລາງດັ່ງລຸ່ມນີ້:

ຕາຕະລາງ 3: ຜົນການຄາດປະມານສົມຜົນທາງເສດຖະມິຕິ

Price dollar	Coef.	Robust Std. Err	t	P>t
Room size	0.90780***	0.08967	10.12	0.000
King bed	1.0952	2.08597	0.53	0.600
Deluxe room	7.3100***	1.80798	4.04	0.000
distance	-0.89690	0.74053	-1.21	0.226
River view	8.59808*	4.63100	1.86	0.064
Free cancel	-4.0069	2.48854	-1.61	0.108
Front desk 24 hours	3.4075**	1.53261	2.22	0.026
security	2.9330*	1.72211	1.7	0.089
Airport transfer	0.41239	1.92017	0.21	0.830
breakfast	3.3646*	1.82607	1.84	0.066
minibar	0.31488	1.61401	0.2	0.845
Number of rooms	0.0867***	0.01657	5.23	0.000
parking	-0.48434	2.45873	-0.2	0.844
Swimming pool	4.8367**	2.56640	1.88	0.060
reviewer	0.00655**	0.00269	2.43	0.015
_cons	-3.55523	3.59162	-0.99	0.323
N		909		
R ²		54.98		
Root MSE		25.83		

ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ຄຳນວນໂດຍຄະນະວິໄຈ ອີງຕາມການສຳຫຼວດ, 2020. ໝາຍເຫດ: ຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິເທົ່າກັບ 10, 5, 1 ສ່ວນ
ຮ້ອຍ ແມ່ນໝາຍດ້ວຍ *, **, ແລະ *** ຕາມລຳດັບ. ສ່ວນ ns ແມ່ນ ບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ.

ຂະໜາດຂອງຫ້ອງພັກ (Room size)

ຜົນຂອງການສຶກສາເຫັນວ່າ ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກມີການພົວພັນໄປໃນທິດທາງດຽວກັນກັບຂະໜາດ
ຂອງຫ້ອງພັກ, ຖ້າຂະໜາດຫ້ອງຫາກໃຫຍ່ຂຶ້ນ 1 ຕາແມັດ (m²) ຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກເພີ່ມຂຶ້ນ
0.9 ໂດລາສະຫະລັດດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 1 ສ່ວນຮ້ອຍ. ຂະໜາດຂອງຫ້ອງພັກເປັນປັດໄຈ
ສຳຄັນໃນການກຳນົດ, ເພາະວ່າຄົນສ່ວນຫຼາຍການໄປທ່ອງທ່ຽວກໍ່ນິຍົມໄປເປັນຄອບຄົວ ຫຼື ໝູ່ເພື່ອນ, ຖ້າ
ເລືອກຫ້ອງທີ່ມີຂະໜາດກວ້າງຂວາງຈະເຮັດໃຫ້ສະດວກສະບາຍໃນການພັກເຊົາບໍ່ແອອັດ.

ການຕົບແຕ່ງຫຼູຫຼາ (Deluxe room)

ຜົນຂອງການສຶກສາເຫັນວ່າ ຖ້າຫາກຫ້ອງພັກຫາກມີການຕົບແຕ່ງແບບຫຼູຫຼາ ເຊິ່ງມີສ່ວນໃນການກຳ
ນົດລາຄາຫ້ອງພັກ ຈະສາມາດສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກໃຫ້ເພີ່ມຂຶ້ນປະມານ 7.31 ໂດລາສະຫະລັດ
ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 1 ສ່ວນຮ້ອຍ. ຫ້ອງທີ່ຕົບແຕ່ງແບບຫຼູຫຼາ ນອກຈາກຈະມີການອອກ
ແບບໃຫ້ສວຍງາມຢ່າງພິຖີພິຖານ ແລະ ມີອຸປະກອນຫຼູຫຼາລາຄາແພງແລ້ວ ຍັງປະກອບມີ ສິ່ງອຳນວຍຄວາມ
ສະດວກແບບຄົບຖ້ວນ ແລະ ມີບໍລິການພິເສດຫຼາກຫຼາຍທີ່ຈັດສັນໃຫ້ກັບແຂກທີ່ມາເຂົ້າພັກຢ່າງພ້ອມພຽງ
ເຊັ່ນວ່າ: ບໍລິການໂທປຸກ, ອະນາໄມຫ້ອງທຸກມື້, ອ່າງອາບນ້ຳແບບທັນສະໄໝ, ສູນອອກກຳລັງກາຍ, ສະ
ລອຍນ້ຳ, ການຈັດບໍລິການນຳທ່ຽວ, ແລະ ອື່ນໆ. ອີງປະກອບດັ່ງກ່າວສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນວ່າ ປັດໄຈຄວາມຫຼູຫຼາ

ມີຄວາມສໍາຄັນໃນການກໍານົດລາຄາຫ້ອງພັກເພາະແມ່ນການຕອບສະໜອງວັດ ຖຸປະສົງຂອງແຂກໃນການພັກຜ່ອນຢ່າງພຽງພໍເພື່ອໃຫ້ການບໍລິການເກີດຄວາມປະທັບໃຈ.

ຫ້ອງທີ່ສາມາດເຫັນວິວແມ່ນໍ້າໄດ້ (River View)

ຜົນຂອງການສຶກສາເຫັນວ່າ ຖ້າຫາກຫ້ອງພັກນັ້ນຫາກມີວິວແມ່ນໍ້າ ຫຼື ທີ່ພັກເຊົານັ້ນຫາກຕັ້ງບໍລິເວນທີ່ເຫັນວິວແມ່ນໍ້າເຊິ່ງມີສ່ວນໃນການກໍານົດລາຄາຫ້ອງພັກ ຈະສາມາດສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກເພີ່ມຂຶ້ນປະມານ 8.59 ໂດລາສະຫະລັດ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 10 ສ່ວນຮ້ອຍ. ເຫດຜົນທີ່ເຮັດໃຫ້ການຊົມທິວທັດຈາກຫ້ອງນອນກາຍເປັນປັດໄຈທີ່ມີຄວາມສໍາຄັນ ກໍເພາະວ່າ ຫ້ອງພັກເປັນການຢູ່ອາໄສພາຍໃນຫ້ອງ 4 ຫຼ່ຽມ ທີ່ມີເນື້ອທີ່ຈໍາກັດ ບໍ່ມີພື້ນທີ່ໂລ່ງເປີດກວ້າງໃດໆໃຫ້ໃຊ້ສໍາລັບພັກຜ່ອນ ແລະ ພັກສາຍຕາ ຫຼື ເຮັດກິດຈະກຳພິເສດ ເຊັ່ນວ່າ: ຮັບລົມ, ສູບຢາ, ນອນອ່ານໜັງສື, ສັງສັນກັບໝູ່ເພື່ອນ, ຈຶ່ງຕ້ອງໄດ້ເພິ່ງພາສ່ວນຂອງປ່ອງອຽມ ແລະ ລະບຽງທີ່ເຫັນວິວພາຍນອກ ແລ້ວເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມຜ່ອນຄາຍ, ສະບາຍໃຈຫຼາຍຂຶ້ນ.

ການບໍລິການ 24 ຊົ່ວໂມງ (Front desk 24 hours)

ຜົນຂອງການສຶກສາເຫັນວ່າ ຖ້າຫາກທີ່ພັກເຊົານັ້ນມີ ການບໍລິການ 24 ຊົ່ວໂມງເຊິ່ງມີສ່ວນໃນການກໍານົດລາຄາຫ້ອງພັກ ຈະສາມາດສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກເພີ່ມຂຶ້ນປະມານ 3.40 ໂດລາສະຫະລັດ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 5 ສ່ວນຮ້ອຍ. ຍ້ອນວ່າການບໍລິການ 24 ຊົ່ວໂມງແມ່ນການສ້າງສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກ ແລະ ທັງເປັນການໃຫ້ຄວາມຊ່ວຍເຫຼືອແຂກທີ່ເຂົ້າພັກໃຫ້ພວກເຂົາສາມາດເອິ້ນໃຊ້ບໍລິການໄດ້ຕະຫຼອດເວລາບໍ່ວ່າຈະເປັນກໍລະນີໃດກໍຕາມ, ນັ້ນເປັນສິ່ງເຮັດໃຫ້ແຂກທີ່ໃຊ້ບໍລິການນັ້ນເກີດຄວາມປະທັບໃຈ ແລະ ພໍໃຈກັບການບໍລິການ ເຊິ່ງປັດໄຈການບໍລິການ 24 ຊົ່ວໂມງນີ້ຈຶ່ງເປັນປັດໄຈທີ່ສາມາດກໍານົດລາຄາຂອງຫ້ອງພັກໄດ້.

ຄວາມປອດໄພ 24 ຊົ່ວໂມງ (Security 24 hours)

ຜົນຂອງການສຶກສາເຫັນວ່າ ຖ້າຫາກທີ່ພັກເຊົານັ້ນມີ ການປ້ອງກັນຄວາມປອດໄພ ຕະຫລອດ 24 ຊົ່ວໂມງ ຈະສາມາດສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກເພີ່ມຂຶ້ນປະມານ 2.93 ໂດລາສະຫະລັດ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 10 ສ່ວນຮ້ອຍ. ການຮັກສາຄວາມປອດໄພໃນສະຖານທີ່ພັກແມ່ນສ້າງຄວາມສະບາຍໃຈ ແລະ ອຸ່ນໃຈແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ ດັ່ງນັ້ນໂຮງແຮມທີ່ມີລະບົບຄວາມປອດໄພທີ່ດີຈຶ່ງເປັນສິ່ງສໍາຄັນໃນການກໍານົດລາຄາທີ່ພັກ.

ມີອາຫານເຊົ້າ (Breakfast)

ຜົນການສຶກສາເຫັນວ່າຖ້າບ່ອນພັກຫາກລວມມີອາຫານເຊົ້າຢູ່ນໍາຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຄາຫ້ອງພັກໃຫ້ເພີ່ມຂຶ້ນ 3.36 ສ່ວນຮ້ອຍດ້ວຍລະດັບ ຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 10 ສ່ວນຮ້ອຍ. ອາຫານເຊົ້າໃນສະຖານທີ່ພັກແມ່ນສ້າງຄວາມສະດວກສະບາຍໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ ແລະ ປະຫຍັດເວລາໃນການອອກໄປຊອກຮັບປະທານອາຫານເຊົ້າ.

ຈໍານວນຫ້ອງພັກ (Number of Rooms)

ຜົນຂອງການສຶກສາເຫັນວ່າ ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກມີການພົວພັນໄປທິດທາງດຽວກັນກັບຈໍານວນຫ້ອງພັກທີ່ມີໃນທີ່ພັກເຊົາ, ຖ້າຫາກທີ່ພັກເຊົານັ້ນມີ ຈໍານວນຫ້ອງພັກເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫ້ອງ ຈະສາມາດສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກ ເພີ່ມຂຶ້ນປະມານ 0.08 ໂດລາສະຫະລັດ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 1 ສ່ວນຮ້ອຍ. ຖ້າທີ່ພັກເຊົາໃດຫາກມີຈໍານວນຫ້ອງຫຼາຍກໍໝາຍເຖິງທີ່ພັກເຊົານັ້ນມີຈໍານວນຫ້ອງພັກພຽງພໍໃຫ້ກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງແຂກ ແລະ ມີຮູບແບບຫ້ອງພັກໃຫ້ເລືອກຫຼາຍແບບ ເຮັດໃຫ້ເປັນປັດໄຈສໍາຄັນທີ່ເຮັດລາຄາຫ້ອງພັກນັ້ນເພີ່ມຂຶ້ນ.

ສະລອຍນໍ້າ (Swimming pool)

ຜົນຂອງການສຶກສາເຫັນວ່າ ຖ້າຫາກທີ່ພັກເຊົານັ້ນມີ ສະລອຍນ້ຳ ເຊິ່ງມີສ່ວນໃນການກຳນົດລາຄາ ຫ້ອງພັກ ຈະສາມາດສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກເພີ່ມຂຶ້ນໄດ້ປະມານ 4.83 ໂດລາສະຫະລັດ ດ້ວຍລະດັບ ຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 5 ສ່ວນຮ້ອຍ. ສ່ວນຫຼາຍບັນດາໂຮງແຮມ ຫຼື ເຮືອນພັກທີ່ມີການຕິບແຕ່ງແບບຫຼູຫຼາ ແລະ ມີຈຳນວນດາວ 3.5 ດາວຂຶ້ນໄປ ມັກຈະມີສະລອຍນ້ຳເຊິ່ງເປັນສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກທີ່ສາມາດ ຊ່ວຍຍົກລະດັບໂຮງແຮມ ຫຼື ບ້ານພັກນັ້ນໃຫ້ມີລາຄາສູງຂຶ້ນ. ດັ່ງນັ້ນ, ປັດໄຈສະລອຍນ້ຳຈຶ່ງມີຄວາມສຳຄັນ ເຮັດໃຫ້ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກນັ້ນເພີ່ມຂຶ້ນໄດ້.

ຈຳນວນຄົນລີວິວທີ່ພັກ (Reviewer)

ຜົນຂອງການສຶກສາເຫັນວ່າ ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກມີການພົວພັນໄປໃນທິດທາງດຽວກັນກັບຈຳນວນ ຄົນລີວິວ, ຖ້າຈຳນວນຄົນລີວິວທີ່ພັກເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຄົນ ຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຄາຂອງຫ້ອງພັກເພີ່ມຂຶ້ນ 0.006 ໂດລາ ສະຫະລັດ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 5 ສ່ວນຮ້ອຍ. ຈຳນວນຄົນລີວິວທີ່ພັກເປັນປັດໄຈສຳຄັນໃນ ການກຳນົດລາຄາທີ່ ພັກ ຂອງໂຮງແຮມ, ເພາະວ່າຄົນສ່ວນຫຼາຍໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຄະແນນ ແລະ ຈຳນວນ ເພື່ອ ອ່ານຄຳຄິດເຫັນຊ່ວຍຕັດສິນໃຈໃນການເລືອກຈອງ. ສະນັ້ນ, ການຈ່ອງຫ້ອງແບບອອນລາຍ ແລະ ການໄປ ອ່ານລີວິວຂອງ ບ່ອນທີ່ ຈະໄປພັກ ແມ່ນສາມາດຮັບຮູ້ຂໍ້ມູນຂອງໂຮງແຮມໄປອີກແບບຫນຶ່ງ.

ນອກຈາກນັ້ນ, ການສຶກສາພົບວ່າ ບັນດາຕົວປ່ຽນຕໍ່ໄປນີ້ແມ່ນປັດໄຈທີ່ບໍ່ມີຜົນໃນການກຳນົດລາຄາ ທີ່ພັກໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນເຊັ່ນ: ຕຽງຂະໜາດຄົງ (King Bed), ມີນິບາໃຫ້ບໍລິການ, ການຍົກເລີກການ ຈອງຟຣີ (Free cancellation), ການບໍລິການສົ່ງສະໜາມບິນຟຣີ (Airport transfer), ມີບ່ອນຈອດລົດ (parking) ແລະ ໄລຍະທີ່ຕັ້ງຂອງໂຮງແຮມຫາໃຈກາງເມືອງ (Distance). ເຖິງແມ່ນວ່າ, ໃນທາງສະຖິຕິບໍ່ ໄດ້ຢືນຢັນລາຄາທີ່ພັກແລະທີ່ຕັ້ງຂອງໂຮງແຮມກໍ່ຕາມ ແຕ່ທິດທາງການພົວພັນນັ້ນຖືກຕ້ອງ ຖ້າໂຮງແຮມຢູ່ໃກ້ ກັບໃຈກາງເມືອງ ແມ່ນຈະມີລາຄາຫ້ອງພັກສູງກວ່າ ສະຖານທີ່ພັກທີ່ຢູ່ໄກ.

V. ສະຫຼຸບ

ການສຶກສາຕົວກຳນົດລາຄາຫ້ອງພັກຈະເປັນປະໂຫຍກຫລາຍຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການເລືອກໂຮງແຮມ ແລະ ລາຄາໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າເອງ, ທາງດ້ານທຸລະກິດໃຫ້ບໍລິການໂຮງແຮມ ແມ່ນ ສາມາດນຳໃຊ້ຜົນການສຶກສານີ້ເຊັ່ນດຽວກັນໃນການກຳນົດ ແລະ ພະຍາກອນລາຄາຂອງຫ້ອງພັກໃນອານາຄົດ ໄດ້. ເພື່ອ ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ຂະແໜງການບໍລິການການທ່ອງທ່ຽວ ຈະກາຍເປັນແຫ່ງສ້າງລາຍຮັບ ສຳຄັນໃຫ້ແກ່ ສປປ ລາວ ແລະ ສະໜັບສະໜູນການພັດທະນາແບບຍືນຍົງ.

ປັດໄຈກຳນົດລາຄາຫ້ອງພັກຂອງໂຮງແຮມໃນ ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ດ້ວຍວິທີ Hedonic pricing model ປະກອບມີຄື: ປັດໄຈພາຍໃນຫ້ອງພັກເຊັ່ນ ຂະໜາດຂອງຫ້ອງ ແລະ ການຕິບແຕ່ງແບບຫຼູຫຼາ. ປັດໄຈ ດ້ານທີ່ຕັ້ງແມ່ນຫ້ອງພັກທີ່ເຫັນວິວແມ່ນ້ຳ. ປັດໄຈທາງດ້ານການບໍລິການ ແລະ ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ ປະກອບດ້ວຍ ການບໍລິການ 24 ຊົ່ວໂມງ ແລະ ຈຳນວນຄົນລີວິວ ພ້ອມທັງ, ປັດໄຈທາງດ້ານໂຄງສ້າງ ແມ່ນ ຂະໜາດຂອງໂຮງແຮມ ແລະ ມີສະລອຍນ້ຳໃຫ້ລູກຄ້າ ແມ່ນລາຄາຂອງທີ່ພັກຈະສູງກວ່າ ເມື່ອທຽບກັບ ໂຮງແຮມຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ບໍ່ມີສະລອຍນ້ຳ.

ຜົນຂອງການສຶກສານີ້ສາມາດໃຊ້ເປັນຂໍ້ມູນອ້າງອີງ, ເຊິ່ງເປັນປະໂຫຍດຢ່າງຍິ່ງຕໍ່ກັບຜູ້ປະກອບການ ທຸລະກິດຂະແໜງການທີ່ພັກເຊົາ. ເຊິ່ງສາມາດນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນ ແລະ ຜົນການສຶກສານີ້ເພື່ອເປັນສ່ວນໜຶ່ງໃນການ ວິເຄາະກິນລະຍຸດ ແລະ ວາງແຜນການຕະຫຼາດລວມທັງການກຳນົດລາຄາຫ້ອງພັກໃຫ້ມີຄວາມເໝາະສົມກັບ ຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ສາມາດແຂ່ງຂັນກັບຜູ້ປະກອບການລາຍອື່ນໆ ໃນຕະຫຼາດໄດ້ຢ່າງມີ ປະສິດທິພາບ. ນອກຈາກນີ້, ຍັງເປັນປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນລັດຖະບານ, ອົງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ບັນດາຫ້ອງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນການຈັດຕັ້ງນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມ ແລະ ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວອີກດ້ວຍ.

ເອກະສານອ້າງອີງ

- ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ສະຖິຕິນັກທ່ອງທ່ຽວປີ 2018.
- ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ສະຖິຕິນັກທ່ອງທ່ຽວປີ 2019.
- ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ສະຖິຕິນັກທ່ອງທ່ຽວປີ 2020.
- Andersson, F. (2013). Determining Room Rates in Sweden- A Hedonic Pricing Approach of The Stockholm Hotel Market. Master Thesis, School of Economics and Management Department of Economics.
- Aslı, K., & Murat, A. (2014). Determination of the factors that affect house prices in Turkey by using Hedonic Pricing Model. *Journal of Business Economics and Finance*, 3(3), 313-327.
- Baddeley, M. (2017). *Investment: Theories and Analyses*. Macmillan International Higher Education.
- Chen, C. F., & Rothschild, R. (2010). An application of hedonic pricing analysis to the case of hotel rooms in Taipei. *Tourism Economics*, 16(3): 685-694.
- Charoenchai Agmapisarm. (2012). A Hedonic Pricing Analysis of Hotel Prices in Bangkok Using a flexible functional Form. *Economics and Public Policy* 4(8): 21 – 36
- Fredrik Andersson. (2013). *Determining room rate in Sweden – A Hedonic prices Approach of the Stockholm market*. School of Economics and Management, Department of Economics, Lunds University.
- Halvorsen, R., & Palmquist, R. (1980). The interpretation of dummy variables in semi-logarithmic equations. *American Economic Review*, 70: 474–475.
- Li, W., Long, R., Chen, H., & Geng, J. (2017). A review of factors influencing consumer intentions to adopt battery electric vehicles. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 78, 318-328.
- Papatheodorou, A., & Arvanitis, P. (2014). Tourism and the economic crisis in Greece: Regional perspectives. *Région et développement*, 39, 183-203.
- Pornkamol Limrojnkoon. (2017). *Factors Affecting Consumer of Online travel agencies in Thailand*. Master of Business Administration. Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University.
- Rigall-I-Torrent, R., & Fluvà, M. (2011). Managing tourism products and destinations embedding public good components: a hedonic approach. *Tourism Management*, 32(2), 244-255.
- Thrane, C. (2007). Examining the determinants of room rates for hotels in capital cities: the Oslo experience. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 5(4): 315-323.
- Warawan Pinchumseng & Kopkul Juntarakolit. (2017). Determinants of Hotel and Resort Room Rates in the West Beach of Thailand: *Hedonic Pricing Approach*
- Yalcin, F., & M. Mert. (2018). Determination of hedonic hotel room prices with spatial effect in Antalya. *Economía, Sociedad y Territorio*, 18(58): 697