

บทคัดย่อ

การศึกษาโครงสร้างตลาด และพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจเว็บไซต์ที่ให้บริการรับจองห้องพักออนไลน์ในประเทศไทย (Online Travel Agent: OTA) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาด และพฤติกรรมการแข่งขัน ตลอดจนวิธีการดำเนินธุรกิจ วิธีการศึกษาโครงสร้างตลาดเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการวัดการกระจุกตัวมี 2 แบบ แบบแรกใช้เว็บไซต์จำนวน 14 เว็บไซต์ พบว่าตลาดไม่มีการกระจุกตัว ส่วนแบบที่สองเป็นการรวมเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกัน 3 บริษัท และเว็บไซต์ที่เหลือจำนวน 8 เว็บไซต์ พบว่าตลาดมีการกระจุกตัวปานกลาง ส่วนปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนดการแบ่งแยกตลาดคืออุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด พบว่าจำนวนผู้ประกอบการในตลาดมีมาก ความแตกต่างของสินค้ามีบ้างแต่สามารถทดแทนกันได้ ข้อมูลข่าวสารสมบูรณ์ ผู้ประกอบการรายใหญ่มีอำนาจในการกำหนดราคา จึงสรุปได้ว่าธุรกิจเว็บไซต์ที่ให้บริการรับจองห้องพักออนไลน์ในประเทศไทยมีโครงสร้างตลาดใกล้เคียงกับตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

สำหรับการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาและไม่ใช้ราคา วิธีการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลราคาห้องพักโรงแรมกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ย่านปทุมวันจำนวน 8 โรงแรม โดยทำการจองผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 ช่องทาง และเลือกวันที่เข้าพักที่แตกต่างกัน 4 วัน เพื่อทำการเปรียบเทียบข้อมูล และวิเคราะห์เชิงเหตุผล ผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างทางด้านราคาเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย ได้แก่ ระบบการซื้อขาย ช่องทางการจัดจำหน่าย ความแตกต่างจากวันที่เข้าพัก วันที่เลือกจอง ส่วนกลยุทธ์การทำตลาดเชิงรุกที่นิยมใช้กัน คือ การรับประกันราคาสินค้าถูก วิธีการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช้ราคา ทำการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 เว็บไซต์ ในด้านการโฆษณา และการส่งเสริมการขาย ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์ OTA ส่วนใหญ่นิยมโฆษณาผ่านทาง Search Engine ส่วนการส่งเสริมการขายนั้น โรงแรมจะเป็นฝ่ายทำผ่านทางธุรกิจ OTA แต่มีธุรกิจ OTA บางรายเลือกทำการส่งเสริมการขายของตนเอง

วิธีการศึกษาการดำเนินธุรกิจใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจเว็บไซต์จำนวน 3 รายที่ให้บริการรับจองห้องพักออนไลน์ในประเทศไทย ความเป็นมาของธุรกิจนี้เกิดขึ้นเมื่อประมาณ 10 กว่าปีที่แล้ว คู่แข่งในตลาดยังมีจำนวนไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นผู้เล่นรายเดิมๆ และความนิยมยังมีไม่มากเท่าเหมือนกับในปัจจุบัน เพราะมีขั้นตอนการจองที่ยุ่งยาก และปัญหาด้านการชำระเงิน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตทำให้การติดต่อสื่อสารทำได้สะดวก

มากขึ้น ราคาห้องพักที่ถูกกว่าการจองผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบอื่นของโรงแรม จึงทำให้ธุรกิจได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น รวมถึงโรงแรมเองก็ใช้ธุรกิจเป็นตัวกลางในการขายห้องพักให้กับลูกค้า เพราะความสะดวกในการขายห้องพักผ่านระบบ Extranet ที่บริษัทต่างชาติเป็นผู้นำเข้ามา ข้อดีของระบบนี้ช่วยธุรกิจโรงแรมสามารถเข้าไปเปลี่ยนแปลงราคา วันที่ จำนวนห้องพัก รายการส่งเสริมการขายเองได้ ผู้ประกอบการไทยเองก็มีการระบบ Extranet กันบ้างแล้ว แต่ธุรกิจโรงแรมไม่ได้ใช้ระบบนี้เหมือนกันทั้งหมด เพราะบางโรงแรมยังซื้อขายห้องพักแบบ Contract Rate อยู่ จึงทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านราคา ปัญหาที่พบในปัจจุบัน ผู้ประกอบการธุรกิจรายเล็กมีอำนาจต่อรองต่ำ ความเสียเปรียบในด้านราคา และจำนวนห้องพักที่ได้รับจากโรงแรม