

สถิติ แดงสดีย์: การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยของสหภาพยุโรป. (COMPARATIVE ANALYSIS OF EU DEMAND FOR THAI TOURISM) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ.ดร. ชโยดม สรรพศรี, 293 หน้า

งานศึกษานี้ศึกษาปัจจัยสำคัญที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป (อียู) ต่อการท่องเที่ยวของไทย พร้อมกับประมาณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่ประกอบด้วย ความยืดหยุ่นอุปสงค์ด้านราคา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ด้านรายได้ และความยืดหยุ่นอุปสงค์ไขว้ อีกทั้งงานศึกษานี้ได้ศึกษาพลวัตของค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์เหล่านั้นในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี 1996 ไตรมาส 1 ถึงปี 2008 ไตรมาส 4 โดยในการประมาณค่าความยืดหยุ่นดังกล่าว งานศึกษานี้ได้ใช้วิธีการทางเศรษฐมิติที่เรียกว่าโคอินทิเกรชัน โดยวิธีการของ Engle-Granger (EG) และวิธีการของ Johansen นอกจากนี้เพื่อศึกษาพลวัตของค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เหล่านั้น งานศึกษาชิ้นนี้ได้ใช้วิธีการที่เรียกว่า Rolling Regression และ Recursive Ordinary Least Square (OLS) สำหรับกลุ่มประเทศตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็นสองกลุ่มคือ แบบจำลองของแต่ละประเทศ 11 แบบจำลองและแบบจำลองของกลุ่มประเทศ 3 กลุ่มซึ่งจำแนกตามระดับรายได้

สำหรับผลการศึกษาเชิงประจักษ์พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ด้านราคาที่มีค่าโดยทั้งสองวิธีมีความยืดหยุ่นต่ำทั้งในแบบจำลองของแต่ละประเทศ 11 แบบจำลองและแบบจำลองสำหรับกลุ่มประเทศ 3 กลุ่ม อย่างไรก็ตาม สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ด้านรายได้ในกลุ่มประเทศตัวอย่างสองกลุ่มพบว่ามีความยืดหยุ่นหรือยืดหยุ่นมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของการศึกษาอื่นๆ ก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ไขว้พบว่าแปรผันตามประเทศที่เป็นคู่แข่ง อนึ่งสำหรับพลวัตของค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ด้านราคาสำหรับทั้งสองกลุ่มตัวอย่างพบว่าไม่มียืดหยุ่นและมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ ส่วนพลวัตของค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ด้านรายได้พบว่ายืดหยุ่นและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดช่วงเวลาการศึกษา

จากผลการศึกษาเชิงประจักษ์สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายได้ดังนี้ ประการที่หนึ่ง สำหรับผู้กำหนดนโยบายการกระตุ้นการท่องเที่ยวผ่านการใช้นโยบายการลดราคาเพื่อมุ่งเน้นการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรปและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับประเทศไม่สามารถให้ผลที่มีประสิทธิภาพเนื่องจากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ด้านราคามีค่าต่ำผู้ดำเนินนโยบายควรกำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกับมูลเหตุและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมากกว่า เนื่องจากการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการบอกเล่าต่อ (habit persistence and word-of-mouth effects) เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่มีต่อการท่องเที่ยวของไทย สำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวของไทยสามารถเพิ่มระดับราคาบริการการท่องเที่ยวขึ้นได้อีกเพื่อเพิ่มรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยไม่มีผลกระทบต่อด้านลบจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากระดับค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์ด้านราคาที่มีค่าต่ำ ประการที่สอง จากผลการศึกษาเชิงประจักษ์ค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์ด้านรายได้ ภาคการท่องเที่ยวของไทยมีระดับการเปิดรับความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศยุโรปสูง อีกทั้งปัจจัยด้านรายได้เป็นปัจจัยภายนอกและมีความไม่แน่นอน นโยบายการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดมาเที่ยว (a must-go destination) จึงเป็นนโยบายที่สุดท้ายในการรองรับการเสี่ยงดังกล่าวสำหรับผู้ดำเนินนโยบาย

สาขาวิชา.....ยุโรปศึกษา.....ลายมือชื่อนิสิต สถิติ แดงสดีย์
ปีการศึกษา.....2552.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

KEYWORDS : Tourism demand/ Thai tourism/ Cointegration analysis/ European Union/
Tourism demand elasticity

SATHIT TALAENGSAITYA: COMPARATIVE ANALYSIS OF EU DEMAND FOR
THAI TOURISM. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. CHAYODOM SABHASRI,
Ph.D., 293 pp.

This paper studied the determinants of European demand to Thai tourism, estimates the elasticities of demand – the price elasticity, the income elasticity and the cross-income elasticity - and also explored the dynamics of those elasticities over the sample period of 1996Q1-2008Q4. To estimate the elasticities of tourism demand, the cointegration analyses – the Engle-Granger (EG) method and the Johansen Cointegration Test – were employed. In addition to the two approaches, the Rolling Regression and the Recursive Ordinary Least Square (OLS) were utilised as analytical tools to investigate the dynamics of the European demand to Thai tourism. The samples in this study were divided into two groups – 11 country models and 3 income-group models.

Concerning empirical results, the price elasticity was found to be inelastic both in the country models and in the income-group model, according to the two means of estimation. Meanwhile, the income elasticity in two groups of samples, either in the country models or the income-group model, was found to be elastic or highly elastic. This was in line with empirical evidence suggested by the existing empirical literature. The cross-price elasticities were found to be mixed depending on the competitive destinations. Regarding the dynamics of the price elasticity overtime, for both the country models and the income-group models, were found to be inelastic and approaching zero, whereas those of the income elasticity were found be elastic and increasing overtime.

Based upon these findings, following policy recommendations were concluded. Firstly, on the policymakers' front, low tourism strategies were unlikely to be effective in attracting more European tourists and increasing tourism receipts given the inelastic price elasticity. Policies promoting Thailand's images as a tourism destination meeting European holidaymakers' motivations for travelling should be implemented. This was due to the fact that the habit persistence or the so-called word-of-mouth effects was a crucial and significant determinant of European demand to Thai tourism. On the other hand, for the Thai tourism entrepreneurs, they could increase some certain degrees of tourism products in order to gain more revenues with losing significant number of visitors. Secondly, provided the findings of the income elasticity, the Thai tourism sector was exposed to shocks affecting income levels of the tourism-generating countries and those were unpredictable. The best strategy to minimise uncertainties was to promote and create Thailand to be a "must-go tourism destination" as a mean to generate tourism income in the long-run.

Field of Study.....European Studies.....Student's Signature.....*ชติตย์ แกลดสิทธิ์*

Academic Year.....2009.....Advisor's Signature.....*Chayodom Sabhasri*