

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย
ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
Guidelines of Tourism Promotion for Russian Tourists
in Koh Samui, Suratthani Province

มัทนันทน์ ขุนฤทธิ^{1*} ไพฑูรย์ มนต์พานทอง²

Mantanant Khunrit^{1*} Paithoon Monpanthong²

Corresponding author's E-mail: k.mantanant@gmail.com

(Received: September 16, 2022; Revised: November 7, 2022; Accepted: December 2, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เพื่อเสนอผลการศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 4) เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) กลุ่มประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางท่องเที่ยวในเกาะสมุย จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ประชากรคือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะสมุย จำนวน 11 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 23 – 38 ปี จัดอยู่ในกลุ่ม Gen Y หรือ Millennial ประกอบอาชีพนักธุรกิจหรือเจ้าของธุรกิจ มีรายได้ต่อเดือน 50,000 – 59,999 รูเบิล มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีสถานภาพโสด เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนทางกายและจิตใจ มีจุดประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนหรือวันหยุด โดยเลือกเข้าพักในโรงแรม มีการวางแผนการเดินทางหรือรับรู้ข้อมูลการเดินทางจากการแนะนำจากบุคคลอื่น เพื่อนหรือครอบครัว มักจะใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยว 8 – 14 วัน สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจคือ หาดเฉวง วางแผนการเดินทางเป็นระยะเวลา 1 – 3 เดือน และเป็นการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือญาติ มีค่าใช้จ่ายประมาณ 60,001 – 80,000 รูเบิล สนใจกิจกรรมชมธรรมชาติ หลังการเดินทางท่องเที่ยวจะแบ่งปัน/รีวิวการเดินทางท่องเที่ยวให้ผู้อื่นทราบผ่านการบอกต่อปากต่อปาก และจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุยอีกครั้ง

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในอำเภอสมุย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีความคิดเห็นต่อช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ผลการศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมการท่องเที่ยวพบว่า 1) แผนและวิธีการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ แผนการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและแผนการอบรมภาษารัสเซียให้กับผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง 2) กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมเพื่อการบำบัด รักษา ฟันฟูสุขภาพ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และกิจกรรมการเรียนรู้ประสบการณ์ผ่านทางอาหารไทยและอาหารถิ่น 3) ภาพลักษณ์ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ ภาพลักษณ์ของทัศนียภาพทางธรรมชาติและภาพลักษณ์ด้านอาหาร

ผลการศึกษาการเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีดังนี้ 1) แนวทางการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมภายในเกาะสมุยและการเดินทางเข้าถึงเกาะสมุย 2) แนวทางการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 3) แนวทางการเพิ่มศักยภาพด้านภาษารัสเซียแก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว

¹ นักศึกษาลัทธิการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹ Master's student, Intergrated Tourism and Hospitality Management, National Institute of Development Administration

² Lecturer, Intergrated Tourism and Hospitality Management, National Institute of Development Administration

คำสำคัญ: แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย เกาะสมุย

Abstract

The purposes of the research were to 1) study the behaviors of Russian tourists in Koh Samui, Suratthani Province, 2) evaluate the marketing mix affecting the decision to travel to Koh Samui, Suratthani Province, 3) study tourism promotion from stakeholders in Koh Samui, Suratthani Province, and 4) propose guidelines of Tourism Promotion for Russian Tourists in Koh Samui, Suratthani Province.

The results showed that most Russian Tourist are male between 23 – 28 of age, being considered Gen Y of Millennials. Most are entrepreneurs or business owners with a monthly income of 50,000 – 59,999 rubles. Most have an educational level higher than a bachelor's degree and are single. In terms of the behaviors, travel for leisure purposes, aiming to travel on their day-offs. Most stay in a hotel and have planned their trip by receiving travel information from friends or family. Most spend time traveling for 8 – 14 days. The significant landmark was Chaweng Beach, spend 1 – 3 months planning their trip which was their personal trip with family or relatives. Most spend 60,001 – 80,000 rubles. The activity of interest was nature sightseeing. After the trip concluded, the trip is shared and reviewed by word of mouth and will visit Koh Samui again. The results regarding marketing mix affecting the decision to travel showed that Russian tourists show high opinion toward marketing mix with the most opinion in term of Place.

The results regarding marketing mix affecting the decision to travel showed that Russian tourists show high opinion toward marketing mix with the most opinion in term of Place. The study result regarding tourism promotion from stakeholders in Koh Samui, Suratthani Province led to 1) plan and tourism promotion by advertising tourism products and Russian language training to service providers, 2) Tourism promoting activities are health-related tourism activities, nature tourism activities, and Thai and local gastronomy activities, 3) Images promoting tourism are images of natural scenery and food, and 4) Limitation or obstacles in promoting tourism are Russian language, road condition, and logistics in Koh Samui.

The results of propose of guidelines of tourism promotion for Russian tourists in Koh Samui, Suratthani Province showed that 1) guidelines for the development of logistics network in Koh Samui and access to Koh Samui, 2) guidelines for marketing and public relation for tourism, 3) guidelines for increasing Russian proficiency for tourism personnel.

Keywords: the guidelines to promote tourism, Russian tourists, Koh Samui

ความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงและมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน สามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ในปี พ.ศ. 2558 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก โดยมีด้านที่สำคัญ ได้แก่ ด้าน

ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม อยู่ในอันดับที่ 16 ด้านโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมทางอากาศ อยู่ในอันดับที่ 17 ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในอันดับที่ 34 ด้านความพร้อมของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในอันดับที่ 60 ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวของไทย

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2564 - 2565 ได้กำหนดประเด็นการพัฒนาไว้ 4 ประเด็น ดังนี้ 1) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากภายในประเทศ (Local economy) 2) การยกระดับขีดความสามารถของประเทศเพื่อรองรับการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว (Future growth) 3) การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตของคนให้เป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ

(Human capital) และ 4) การปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูและพัฒนาประเทศ (Enabling factors) (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) สำหรับการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดเป็นการท่องเที่ยวสาขาหนึ่งซึ่งสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยจำนวนมาก การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสาขานี้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ โดยการกำหนดกลยุทธ์หรือมาตรการที่เหมาะสมเพื่อรักษานักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดของประเทศไทย (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

เกาะสมุยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดศูนย์กลางของการท่องเที่ยวทางทะเลในภูมิภาคภาคใต้ ในแต่ละปีจึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเกาะสมุยเป็นจำนวนมาก (กนกพร สีดอกไม้, 2558) อีกทั้งมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ไม่จำกัดเฉพาะการท่องเที่ยวทางทะเลเท่านั้น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวของเกาะสมุยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นมา มีแนวโน้มการขยายตัวในทิศทางบวก จากการสำรวจของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในด้านข้อมูลจำนวนและรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดของนักท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าในปี พ.ศ. 2560 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 75,325 ล้านบาท

ด้านสถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวรัสเซียที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2558 –2562 จากจำนวนนักท่องเที่ยวรัสเซียที่เข้ามาในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2558 ที่มีจำนวนลดลงจากปัญหาเศรษฐกิจภายในประเทศ ทั้งยังส่งผลกระทบต่อตลาดนักท่องเที่ยวรัสเซียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา เริ่มเห็นสัญญาณการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวรัสเซียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยสอดคล้องกับจำนวนสถิตินักท่องเที่ยวรัสเซียเดินทางเข้ามา

ท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2559 ขยายตัวเพิ่มขึ้น และสร้างรายได้ให้กับธุรกิจท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวรัสเซียเป็นกลุ่มที่ทำรายได้ให้ประเทศไทยมากเป็นอันดับ 2 รองจากนักท่องเที่ยวจีน (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2559) และมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวรัสเซียเดินทางเข้ามาในประเทศไทยจำนวน 1,483,334 คน โดยเดินทางเข้ามาในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 91,903 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ซึ่งสัญญาณการฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยวรัสเซียในประเทศไทย

ประเทศไทยมีจุดแข็งด้านทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีความสวยงามและมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนั้นการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเป็นเรื่องที่ควรให้ความสำคัญ รวมถึงการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกอยู่ตลอดเวลา ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการรับรู้กระแสแนวโน้มของการท่องเที่ยวและพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้มีความทันสมัยมีความเข้าใจถึงลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบกับการได้รับการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวรัสเซียกลับมาเที่ยวที่ประเทศไทยมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่าง การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาว รัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสมุยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเกาะสมุย

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยว รัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสมุย 400 คน จากการ คำนวณตามหลักสถิติของ Yamane (1973) ที่มีระดับความ เชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูล หลัก (Key Informants) ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริม การท่องเที่ยวเกาะสมุย 11 คน ประกอบด้วย หน่วยงาน ภาครัฐ 3 คน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน เกาะสมุย เทศบาลนครเกาะสมุย และมหาวิทยาลัยราชภัฏ สุราษฎร์ธานี ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว 5 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการบริษัททัวร์ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักและผู้ประกอบการธุรกิจสปา และมัคคุเทศก์นำเที่ยว 3 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ได้แก่ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 1) ข้อมูล ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย 2) ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวรัสเซีย 3) การประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการท่องเที่ยวของเกาะสมุย 4) การตัดสินใจกลับมา ท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเกาะสมุย

เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) แนวทาง การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ในเกาะสมุย 3) ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นด้านอื่นๆ ต่อ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเกาะสมุย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จากการ ตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมา

ท่องเที่ยวในเกาะสมุย 400 คน และข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาะสมุย จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและการวิเคราะห์ แก่นสาระ (Thematic analysis) และรายงานผลการศึกษา ในลำดับต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ซึ่งประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inference statistics) ประกอบด้วย สถิติที (t-test) และสถิติของ One-way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression) และการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มาท่องเที่ยวในอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์พบว่า นักท่องเที่ยวรัสเซียส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 มีอายุระหว่าง 23 – 38 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 ประกอบอาชีพนักธุรกิจ หรือเจ้าของธุรกิจ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 มีรายได้ มากกว่า 50,000 – 59,999 รูเบิล จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 และมีสถานภาพโสด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า สาเหตุหรือแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียสนใจที่จะ เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เพื่อพักผ่อนร่างกายและ จิตใจ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 โดยมีจุดประสงค์ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน / วันหยุด จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 วางแผนการเดินทางหรือรับรู้ ข้อมูลเดินทางจากการแนะนำจากบุคคลอื่น เพื่อนหรือ ครอบครัว จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 และใช้ ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทาง 1 - 3 เดือน จำนวน

127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 นักท่องเที่ยวรัสเซียเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 มีความสนใจกิจกรรมการชมธรรมชาติ (น้ำตก เดินป่า ขายหา) จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 และเลือกเข้าพักในโรงแรมมากที่สุด จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 เดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว/ญาติ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย 8 – 14 วัน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 มีค่าใช้จ่ายระหว่างเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 60,001 – 80,000 รูเบิล จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย 1 - 2 ครั้ง/ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจคือหาดเฉวง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 หลังการเดินทางท่องเที่ยวจะแบ่งปัน / รีวิวการเดินทางให้ผู้อื่นทราบ จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 96.00 โดยจะแบ่งปัน/รีวิวการเดินทางหลังการเดินทางท่องเที่ยวให้ผู้อื่นทราบผ่านการบอกต่อปากต่อปาก จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 และนักท่องเที่ยวรัสเซียจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่เกาะ สมุยอีกครั้ง จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 96.25

เมื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ในแต่ละด้านกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียพบว่า 1) ด้านเพศกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่าเรื่องจุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยว ประเภทที่พัก ผู้ร่วมเดินทาง ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว การใช้จ่ายเงินไปกับอะไรมากที่สุดในการท่องเที่ยว เรื่องการแบ่งปันหรือรีวิวการเดินทางให้ผู้อื่นรับทราบหลังการเดินทางท่องเที่ยว ช่องทางการแบ่งปันหรือรีวิวการเดินทางให้ผู้อื่นรับทราบหลังการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว เกาะสมุยอีกครั้ง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ด้านอายุกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียพบว่า เรื่องสาเหตุหรือแรงจูงใจที่ทำให้สนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) ด้านระดับการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียพบว่า เรื่องจุดประสงค์ในการท่องเที่ยว เรื่อง

ระยะเวลาที่ใช้ในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยว เรื่องรูปแบบที่ต้องการท่องเที่ยว เรื่องประเภทที่พักที่เลือกเข้าพัก เรื่องผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว เรื่องระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว เรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและเรื่องความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4) ด้านอาชีพกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียพบว่า เรื่องจุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบที่ต้องการท่องเที่ยว ประเภทที่พักที่เลือกเข้าพัก ผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ และการใช้จ่ายเงินไปกับอะไรมากที่สุดในการท่องเที่ยว การแบ่งปันหรือรีวิวการเดินทางให้ผู้อื่นรับทราบหลังการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุยอีกครั้งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 5) ด้านรายได้กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียพบว่า เรื่องจุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบที่ต้องการท่องเที่ยว ประเภทที่พักที่เลือกเข้าพัก ผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย สอดคล้องกับการศึกษาของ เอกธนา พลเชียงขวาง และ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2558) ดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ด้านรายได้และด้านอายุของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษากการประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) โดยมีความคิดเห็นต่อช่องทาง การจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.99$) มากที่สุด และมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดต่อหัวข้อในแต่ละด้าน ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวรัสเซียต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวรายด้าน

บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)	\bar{X}
1. ด้านผลิตภัณฑ์ - สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.18
2. ด้านราคา - ราคาที่พักแรมระหว่างท่องเที่ยวเหมาะสม	4.07
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย - ความสะดวกสบายในการติดต่อซื้อบัตรโดยสารเครื่องบิน ช่องทางการจัดจำหน่ายมีหลากหลายช่องทาง เช่น ออนไลน์หรือเคาน์เตอร์	4.29
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด - มีการยกเว้นวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวรัสเซีย	4.17

ผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple regression analysis) พบว่า

บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในด้านการมาท่องเที่ยวซ้ำ ด้านความพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับ ด้านค่าใช้จ่ายสมเหตุสมผล ด้านเกาะสมุยมีความสวยงามและมีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ด้านการเดินทางที่สะดวก และด้านความพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับจากการให้บริการ สำหรับพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวซ้ำในอีกครึ่งและผู้คนในเกาะสมุยเป็นมิตรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านราคา (Price) พฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเพราะอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ รสชาติดี และราคาเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.1 แผนและวิธีการส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 1) แผนการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสู่ตลาดนักท่องเที่ยวรัสเซีย โดยการจัดโปรโมชั่น จัดราคาให้มีความเหมาะสมกับกิจกรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และการให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นภาษาไทย และ 2) แผนการอบรมภาษาไทยให้กับผู้ให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวรัสเซียส่วนใหญ่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้น้อยและ

เลือกท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าการใช้บริการจากบริษัทจัดนำเที่ยว

3.2 กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) กิจกรรมเพื่อการบำบัด รักษาฟื้นฟูสุขภาพ โดยเฉพาะกิจกรรมเพื่อการบำบัดและผ่อนคลาย เช่น การทำสมาธิ การทำโยคะ เป็นต้น 2) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เนื่องจากเกาะสมุยเป็นจุดหมายทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายของธรรมชาติ สามารถทำกิจกรรมได้หลากหลายแทบตลอดทั้งปี 3) กิจกรรมการเรียนรู้ประสบการณ์ผ่านทางอาหารไทยและอาหารถิ่น โดยเฉพาะการชูเอกลักษณ์ของอาหารถิ่นภาคใต้และอาหารถิ่นเกาะสมุย

3.3 ภาพลักษณ์ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ของทัศนียภาพทางธรรมชาติ โดยมีจุดเด่นคือความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสอดคล้องกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 2) ภาพลักษณ์ด้านอาหารสามารถหาวัตถุดิบอาหารทะเลมาประกอบอาหารได้ง่าย รสชาติของอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ มีอาหารหลายประเภท

3.4 ข้อจำกัดหรืออุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ความรู้และการสื่อสารภาษาไทยของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว และ 2) ข้อจำกัดของระบบขนส่ง ระบบคมนาคมและสภาพผิวจราจรภายในเกาะสมุย ทั้งระบบขนส่งสาธารณะที่ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ราคาการให้บริการที่สูง สภาพผิวจราจร รวมถึงการเดินทางเข้าสู่เกาะสมุยที่มีราคาสูงและจำกัดเพียงแค่ทางเรือและทางเครื่องบินเท่านั้น

4. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลจากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวซึ่งได้มาจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับผลจากการสัมภาษณ์เรื่องส่งเสริมการท่องเที่ยวจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ เมื่อนำผลการศึกษาจากทั้งหมดมาวิเคราะห์ร่วมกันสามารถสรุปได้ 3 แนวทางดังนี้

4.1 แนวทางการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมภายในเกาะสมุยและการเดินทางเข้าถึงเกาะสมุย เกาะสมุยมีข้อจำกัดของขนาดและสภาพผิวจราจรที่มีการซ่อมบำรุงตลอดทั้งปี และระบบขนส่งสาธารณะที่ไม่ครอบคลุมถึงการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรัสเซียนิยมใช้บริการรถเช่าเพื่อใช้ในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาาระบบคมนาคมเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการขนส่งและเทศบาลนครเกาะสมุย ควรเข้ามาดูแลและพัฒนาให้ดีขึ้น สำหรับการเดินทางเข้าถึงเกาะสมุย ควรมีวิธีการที่สามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้ามาที่ท่องเที่ยว เช่น การเพิ่มเที่ยวบินตรงจากรัสเซียเข้าสู่เกาะสมุย หรือการรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากเรือสำราญมาสู่แหล่งท่องเที่ยวในเกาะสมุย เป็นต้น

4.2 แนวทางการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การตลาด และการประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการควบคู่กันไปเพื่อรองรับกิจกรรมและนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในอนาคต ควรมีการประสานความร่วมมือทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ทันสมัย ทั้งนี้ควรพิจารณาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและช่องว่างของปัจจัยทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) การส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำที่เกิดจากทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น กิจกรรมเพื่อการบำบัด รักษา ฟันฟูสุขภาพ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 2) การนำเสนอเอกลักษณ์ทางอาหาร เช่น กิจกรรมการเรียนรู้ประสบการณ์ผ่านทางอาหารไทยและอาหารถิ่นภาคใต้ 3) การประชาสัมพันธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งด้านที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียให้ความสนใจมากที่สุด โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวด้วยข้อมูลภาษารัสเซียและจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก

4.3 แนวทางการเพิ่มศักยภาพด้านภาษารัสเซียแก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว ผู้ให้บริการจำเป็นต้องพัฒนาทักษะในการสื่อสารภาษารัสเซียเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการ โดยหน่วยภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการ

ส่งเสริมและพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษารัสเซียให้บุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยภาครัฐควรให้การสนับสนุนการพัฒนาทักษะและศักยภาพร่วมกับภาคเอกชนและสถาบันการศึกษา

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีประเด็นสำคัญที่สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวเป็นเพศชายและเพศหญิงมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเพศชายมากกว่า มีช่วงอายุระหว่าง 23 – 38 ปี จัดอยู่ในกลุ่ม Gen Y หรือ Millennial ประกอบอาชีพพนักงานธุรกิจหรือเจ้าของธุรกิจ มีรายได้ต่อเดือน 50,000 – 59,999 รูเบิล และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพโสดสอดคล้องกับการศึกษาของยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ และอำไพ บุรณกิตติวิทยุ (2560) พบว่า ด้านเพศ และอายุของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 40 ปี เป็นเพศหญิง แต่ต่างกันในด้านรายได้ อาชีพและระดับการศึกษา ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 รูเบิล ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ดังนั้นอายุเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวอยู่ในช่วงวัยที่เท่ากันแต่นักท่องเที่ยวมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น และมีการประกอบอาชีพในกลุ่มที่แตกต่างกันแสดงถึงความมั่นคงของสถานะทางการเงิน ด้านอาชีพและสถานภาพสมรสสอดคล้องกับการศึกษาของนภาวดี พยัคฆ์ (2554) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวรัสเซียส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานธุรกิจหรือเจ้าของธุรกิจและมีสถานภาพโสด

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

สาเหตุหรือแรงจูงใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนทางกายและจิตใจและมีจุดประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหรือวันหยุดโดยเลือกเข้าพักในโรงแรม นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียวางแผนสำหรับการเดินทางหรือรับรู้ข้อมูลการเดินทางจากการแนะนำจากบุคคลอื่น เพื่อน

หรือครอบครัวและมักจะใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย 8 – 14 วัน สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรัสเซียให้ความสนใจคือ หาดเฉวง สอดคล้องกับ นภาวดี พยัคฆโส (2554) ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเดินทางมาประเทศไทยโดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนและมีกิจกรรมหลักคือการไปชายหาด นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้ที่เคยมาเยือนและนิยมเลือกสถานที่พักในรูปแบบโรงแรม ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1-2 สัปดาห์ ใช้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางมาเกาะสมุยเป็นระยะเวลา 1 – 3 เดือน และเป็นการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยกับครอบครัวหรือญาติ มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวประมาณ 60,001 – 80,000 รูเบิล นักท่องเที่ยวสนใจกิจกรรมการชมธรรมชาติ (น้ำตก เดินป่า ชายหาด) หลังการเดินทางท่องเที่ยวจะแบ่งปันรีวิวการเดินทางท่องเที่ยวให้ผู้อื่นทราบ โดยรีวิวผ่านการบอกต่อปากต่อปาก และส่วนใหญ่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุยอีกครั้ง

3. การประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)

นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ จิรวุฒิ หลอมประโคน ศลาชนันท์ หงส์สวัสดิ์ และรัชกร รุ่งตั้งธนาบุญ (2561) โดยด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านผลิตภัณฑ์รองลงมา แตกต่างจากการวิจัยของ เพ็ญภา เพ็งประไพ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีระดับความคิดเห็นต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นลำดับที่สาม ดังนั้น นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมุ่งเน้นไปที่การเข้าถึงและความสะดวกสบายของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมากกว่าด้านอื่นๆ สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีระดับความคิดเห็นในลำดับรองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านราคา (Price)

4. การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple regression analysis) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในด้านการมาท่องเที่ยวซ้ำ ด้านความพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับ ด้านค่าใช้จ่ายสมเหตุสมผล ด้านเกาะสมุยมีความสวยงามและมีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ด้านการเดินทางที่สะดวก และด้านความพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับจากการให้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ ยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ และ อำไพ บุรณกิติติถิฎญ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย สำหรับพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวซ้ำในอีกครั้งและผู้คนในเกาะสมุยเป็นมิตรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านราคา (Price) พฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเพราะอาหารที่เป็นเอกลักษณ์รสชาติดีและราคาเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรัสเซีย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรัสเซีย และความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเกาะสมุย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวรัสเซียส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 23 – 38 ปี ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักธุรกิจหรือเจ้าของธุรกิจ มีรายได้ มากกว่า 50,000 – 59,999 รูเบิล และมีสถานภาพโสด ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า สาเหตุหรือแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เพื่อพักผ่อนร่างกายและจิตใจ โดยมีจุดประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/วันหยุด วางแผนการเดินทางหรือรับรู้ข้อมูลเดินทางจากการแนะนำจากบุคคลอื่น เพื่อนหรือครอบครัว และใช้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทาง 1 – 3 เดือน นักท่องเที่ยวรัสเซียเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมีความสนใจกิจกรรมการชมธรรมชาติ (น้ำตก เดินป่า ชายหาด) และเลือกเข้าพักในโรงแรมมากที่สุด เดินทางมา

ท่องเที่ยวพร้อมกับการครบครัน / ญาติ ใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย 8 – 14 วัน มีค่าใช้จ่ายระหว่างเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 60,001 – 80,000 รูเบิล และเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย 1 – 2 ครั้ง/ปี สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจคือ หาดเฉวง หลังการเดินทางท่องเที่ยวจะแบ่งปัน/รีวิวการเดินทางให้ผู้อื่นทราบ โดยจะแบ่งปัน/รีวิวการเดินทางหลังการเดินทางท่องเที่ยวให้ผู้อื่นทราบผ่านการบอกต่อปากต่อปาก และนักท่องเที่ยวรัสเซียจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุยอีกครั้ง

2. การประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวรัสเซียมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) โดยมีความคิดเห็นต่อช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.99$) มากที่สุด

3. การศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวควรประกอบไปด้วย 1) แผนและวิธีการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ แผนการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสู่ตลาดนักท่องเที่ยวรัสเซียและแผนการอบรมภาษารัสเซียให้กับผู้ให้บริการ 2) กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมเพื่อการบำบัด รักษา ฟันฟูสุขภาพ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและกิจกรรมการเรียนรู้ประสบการณ์ผ่านทางอาหารไทยและอาหารถิ่น 3) ภาพลักษณ์ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ ภาพลักษณ์ของทัศนียภาพทางธรรมชาติและภาพลักษณ์ด้านอาหาร 4) ข้อจำกัดหรืออุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความรู้และการสื่อสารภาษารัสเซียของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว และข้อจำกัดของระบบขนส่ง ระบบคมนาคมและสภาพผิวจราจรภายในเกาะสมุย

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรัสเซีย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรัสเซีย และความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเกาะสมุยสามารถสรุปแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ดังนี้ 1) การพัฒนาเส้นทาง

คมนาคมภายในเกาะสมุยและการเดินทางเข้าถึงเกาะสมุยให้มีความสะดวกพร้อมใช้งาน และอำนวยความสะดวกในการเดินทางถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วยข้อมูลภาษารัสเซียผ่านช่องทางออนไลน์ 3) การเพิ่มศักยภาพด้านภาษารัสเซียแก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเกาะสมุยควรพิจารณาการพัฒนาทักษะของบุคลากรด้านการสื่อสารภาษารัสเซีย เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่เข้าใจกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

2. ผู้ให้บริการควรทำความเข้าใจด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวรัสเซีย เพื่อช่วยให้การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการเป็นไปด้วยดี

3. ควรส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวผ่านทางช่องทางออนไลน์ด้วยข้อมูลที่เป็นภาษารัสเซีย ซึ่งในปัจจุบันข้อมูลการท่องเที่ยวทางออนไลน์หรือสื่อดิจิทัลเป็นสิ่งให้นักท่องเที่ยวใช้สืบค้นข้อมูลก่อนการเดินทาง

4. หน่วยงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเกาะสมุย สมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ฝั่งตะวันออก เทศบาลหรือสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะสมุย ควรกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นเรื่องการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวรัสเซีย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. สามารถต่อยอดไปยังพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พัทยา จังหวัดชลบุรี และอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรัสเซียนิยมและมีลักษณะการท่องเที่ยวที่ต่างจากเกาะสมุย

2. ควรศึกษาเจาะจงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียกลุ่มคุณภาพสูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังการใช้จ่าย โดยอาจศึกษาพฤติกรรมและความต้องการเลือกใช้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

3. ควบศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยว 5 สัญชาติแรกที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย

4. ควบศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

กนกพร สีดอกไม้. (2558). นโยบายการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาเกาะสมุย. *วารสารเซนต์จอห์น*, 19(24), 1-15. สืบค้นจาก https://sju.ac.th/web_news/detail/29

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559. สืบค้นจาก https://www.busesseventsthailand.com/uploads/press_media/file/190903-file-nXITRgtaP.pdf

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2562 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด). สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th/news/category/618>

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). รายงานศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด Sea Sun Sand Tourism Economics Competitiveness). สืบค้นจาก https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article_20190625145933

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2564–2565. สืบค้นจาก <https://nantourism.go.th/files/Attach/news/1640831929.pdf>

จิรวุฒิ หลอมประโคน, ศลาภนันท์ หงส์สวัสดิ์, และ รัชกร รุ่งตั้งธนาบุญ. (2561). ปัจจัยการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาตลาดน้ำทุ่งบัวแดง จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, 13(2), 73-82. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RRBR/article/view/208168>

นาวาดี พยัคฆ์โส. (2554). *พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

เพ็ญญา เพ็งประไพ. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.

ยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์, และ อำไพ บุรณกิตติภิญโญ. (2560). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย. *วารสารวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม*, 6(1), 171-183. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bkkthon/article/view/>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559, 16 พฤษภาคม). กระชับความสัมพันธ์ไทย-รัสเซีย: ผลดีต่อการท่องเที่ยวไทย...คาดปี 2559 นักท่องเที่ยวรัสเซียจะกลับมาแตะล้านคน. *กระแศัพท์*. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/35293.aspx>

เอกธนา พลเชียงขวาง และ เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2558). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอัญมณีของจังหวัดจันทบุรี เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารดุซงกีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 5(1), 115-127. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/phdssj/article/view/68703>

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Ed). New York: Harper and Row Publications.