

กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการให้บริการธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

Strategies for Enhancing Service Quality of Accommodation Businesses in the Southern Sea Islands Tourism Development Zone to Accommodate Russian Tourists

มันทนันท์ ขุนฤทธิ์^{1*}

Mantanant Khunrit^{1*}

*Corresponding author, e-mail: k.mantanant@gmail.com

Received: July 26th, 2024; Revised: July 18th, 2025.; Accepted: August 31th, 2025.

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการให้บริการธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย 2) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักด้านการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย 3) การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ จำนวน 400 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ จำนวน 8 คน

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.64 โดยมีระดับความเห็นในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 4.84 ด้านความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและกลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ในภาพรวมพบว่า การให้บริการด้วยความใส่ใจ การปฏิบัติตามมาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการ เมื่อรวมกับทักษะเฉพาะตัวของพนักงานมีส่วนส่งเสริมให้การบริการเกิดคุณภาพตามมาตรฐาน ผลการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียพบว่า 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถานที่ พนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า 2. ด้านความไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักควรทบทวนและพัฒนาทักษะการให้บริการแก่

¹ อาจารย์ วิทยาลัยสหวิทยาการ เกาะสมุย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Lecturer of Koh Samui Interdisciplinary School, Suratthani Rajabhat University

พนักงานจนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญ หรือการปฏิบัติตามมาตรฐานของการปฏิบัติงาน (SOP) 3. ด้านการให้ความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พึงต้องมีวิธีการหรือการให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในความปลอดภัยและความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ 4. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พึงต้องมีความพร้อมในการบริการ ทั้งบุคลากร สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก 5. ด้านความเข้าใจลูกค้า (Empathy) ผู้ให้บริการควรเอาใจใส่ในการให้บริการ มีความเข้าใจพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียและพัฒนาทักษะสื่อสารภาษารัสเซีย

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ธุรกิจที่พัก นักท่องเที่ยวรัสเซีย

Abstract

The study “Strategies for Enhancing Service Quality of Accommodation Businesses in the Southern Sea Islands Tourism Development Zone to Accommodate Russian Tourists” aims to 1) to study the service quality of accommodation business in the Southern Sea Islands Tourism Development Zone to Accommodate Russian Tourists, 2) to study the opinions of accommodation business owner regarding service quality development of accommodation business in the Southern Sea Islands Tourism Development Zone to Accommodate Russian Tourists, and 3) a study of service development strategies for accommodation business in the Southern Sea Islands Tourism Development Zone to Accommodate Russian Tourists. The researcher employed a mixed-methods research design, combining quantitative data collected from 400 Russian tourists in the Southern Sea Islands Tourism Development Zone and qualitative data obtained from 8 accommodation business operators in the Southern Sea Islands Tourism Development Zone.

In terms of their opinion regarding their perception of service quality, it was found that all 5 aspects of their opinions regarding their perception of service quality of accommodation business in the tourism development zone of south sea islands are at the highest level overall, 4.64%. Their opinion toward responsiveness has the highest average of 4.84%. In terms of business owners’ opinion and the service quality development strategy, attentive service and business service standards combined with staff’s skills, partly create standardized service. In terms of the findings revealed five key strategies for improving the quality of service among accommodation businesses in the Southern Sea Islands Tourism Development Zone to Accommodate Russian Tourists: 1 Tangibles: accommodation service providers should focus on building a strong brand image through physical aspects such as the premises, staff appearance, facilities, and overall service environment. These tangible elements significantly influence customers’ purchase decisions. 2. Reliability: accommodation service providers should regularly review and enhance service skills among staff to ensure professional expertise. Emphasis should be placed on following standard operating procedures (SOPs) to ensure consistent, dependable service delivery. 3. Assurance: accommodation service providers must implement methods and service practices that promote a sense of safety and professionalism. Customers must be able to trust that the service offered is reliable and delivered with competence. 4. Responsiveness: accommodation service providers need to demonstrate readiness and willingness to

respond to customer needs through adequate staffing, sufficient facilities, and a supportive service environment. 5. Empathy: accommodation service providers should deliver service with attentiveness and care, showing understanding of the travel behavior and expectations of Russian tourists. Additionally, developing Russian language communication skills among staff is recommended to improve service effectiveness.

Keywords: service quality, accommodation business, Russian tourists

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงและมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ การสร้างงานและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค โดยในปี พ.ศ. 2567 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 47 จากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก (World Economic Forum, 2024) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน จากภาพรวมการท่องเที่ยวประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางด้านของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้ธุรกิจที่พักได้รับผลประโยชน์จากการให้บริการด้านห้องพักด้วยเช่นกันเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น นอกจากจำนวนที่พักที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว คุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักถือเป็นเรื่องที่สำคัญเช่นเดียวกัน เนื่องจากธุรกิจที่พักเป็นธุรกิจที่เน้นการบริการ ดังนั้นคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักจะต้องมีประสิทธิภาพและได้รับการพัฒนาให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Loy, 2012) จากการขยายตัวของภาคธุรกิจที่พักที่เพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้ธุรกิจแขนงนี้เกิดการแข่งขันกันอย่างหนัก ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจที่พักจำเป็นต้องหาแนวทางพัฒนาและแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดเหล่านี้นา โดยจะเป็นการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดหรือด้านกายภาพของที่พัก และสิ่งสำคัญที่สุดคือการพัฒนาคุณภาพการบริการในธุรกิจที่พัก เพื่อสามารถทำให้ผู้เข้าใช้บริการของโรงแรมเกิดความพึงพอใจสูงสุดได้

สถิติที่ผ่านมามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่าและหมู่เกาะอ่างทอง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกาะสมุยและอำเภอเกาะสมุย ได้ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเกาะสมุย และเกาะพะงัน ด้วยเที่ยวบินเช่าเหมาลำลงที่ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี จำนวน 32 เที่ยวบิน รวม 12,760 คน ซึ่งถือเป็นครั้งแรกที่เป็นเที่ยวบินตรงจากประเทศรัสเซียสู่จังหวัดสุราษฎร์ธานี และการกลับเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในปี พ.ศ. 2565 มีนักท่องเที่ยวรัสเซียเดินทางเข้ามาในประเทศไทยจำนวน 429,359 คน และในปี พ.ศ. 2566 จำนวน 1,482,611 คน (Ministry of Tourism, 2023) จากรายงานของสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี เดือนมกราคม พ.ศ. 2566 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเยือนอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 109,535 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (Innnews Online, 2023) และในปี พ.ศ. 2567 จำนวนนักท่องเที่ยวรัสเซียสะสมในเดือนมกราคม - มีนาคม มีจำนวน 622,813 คน สูงสุดเป็นอันดับที่ 3 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย (Tourism Economics and Sports Bureau, 2024) ถือได้ว่าเป็นจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี ในการเดินทางมาประเทศไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียนิยมเดินทางมาพักผ่อนที่จังหวัดภูเก็ต พัทยา จังหวัดชลบุรี และอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามของธรรมชาติ มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย การเติบโตนี้สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสทาง

เศรษฐกิจที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักสามารถใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นถือเป็นโอกาสอันดีที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักจำเป็นต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มสูงขึ้นในระยะยาวได้และเพื่อช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สูงขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าในเขตพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้จะมีนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เพิ่มขึ้น แต่ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการให้บริการธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ โดยเฉพาะการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักด้านการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย
3. การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมเฉพาะในพื้นที่เกาะพะงันและเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องด้วยจำนวนที่พักและการเข้าถึงพื้นที่มีมากกว่า โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran ซึ่งเป็นการคำนวณที่ไม่ทราบข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน (Saengpikul, 2013)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักด้านการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบการธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในอำเภอเกาะสมุย เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 8 คน ซึ่งการศึกษาของ Boeije กล่าวไว้ว่าการวิจัยเชิงคุณภาพควรใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 6 – 8 กลุ่มตัวอย่างถึงจะเพียงพอให้ผู้วิจัยเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่จะศึกษา (Boeije, 2010)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม
2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักด้านการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่פקด้านการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่פקในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่פקเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่פקด้านการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่פקในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

1. การศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่פקเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักธุรกิจหรือเจ้าของธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 60,000 รูเบิลรัสเซีย (มากกว่า 25,000 บาท) และมีสถานภาพโสด ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีจุดประสงค์ในการเดินทางมาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อพักผ่อนหรือชิววันหยุดและใช้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นการเดินทางเข้ามาพร้อมเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน ใช้เวลาท่องเที่ยว 8 – 14 วัน และเลือกเข้าพักแรมในธุรกิจที่פקประเภทโรงแรม และผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่פקในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.64 โดยมีระดับความเห็นในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 4.84 รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คิดเป็นร้อยละ 4.80 และด้านความไว้วางใจ (Reliability) คิดเป็นร้อยละ 4.58 ด้านการให้ความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) คิดเป็นร้อยละ 4.55 และอันดับสุดท้ายด้านความเข้าใจลูกค้า (Empathy) คิดเป็นร้อยละ 4.42

2. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่פקที่มีต่อคุณภาพบริการของธุรกิจที่פקในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ผลการศึกษาทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านการพัฒนาคุณภาพบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) พบว่า การส่งเสริมหรือพัฒนาคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีความสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัส ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมภายนอก บรรยากาศภายในห้องพักรวมถึงการแต่งกายของพนักงานที่เป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับผลจากการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียพบว่า เกิดความประทับใจต่อบุคลิกภาพ การแต่งกายของพนักงาน สภาพแวดล้อมภายในและด้านนอกที่פק นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ด้วยข้อมูลภาษารัสเซียก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญในยุคปัจจุบันที่สังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทมากในชีวิตประจำวัน

2.2 ด้านการพัฒนาคุณภาพบริการในด้านความไว้วางใจ (Reliability) พบว่า ผู้รับบริการจะเชื่อมั่นและไว้วางใจในทักษะการบริการที่เชี่ยวชาญ การให้บริการด้วยความเอาใจใส่หรือให้บริการตามความต้องการของผู้รับบริการหรือบางธุรกิจที่פקที่ให้บริการตามมาตรฐานของการปฏิบัติงาน (SOP) สอดคล้องกับผลจากการศึกษาความคิดเห็นของ

นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย เมื่อพนักงานสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เป็นอย่างดี มีความเชี่ยวชาญในหน้าที่และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ก็จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจมากขึ้น

2.3 ด้านการพัฒนาคุณภาพบริการในด้านความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) พบว่า การให้บริการมีความสัมพันธ์กับทักษะ ความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น รู้สึกปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้นการให้ความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากพื้นที่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ ประกอบด้วยกลุ่มคนหลากหลายหลายสัญชาติ สอดคล้องกับผลการศึกษาความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ซึ่งมีระดับความคิดเห็นต่อการให้ความเชื่อมั่นในการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งด้านทักษะ ความสุภาพ ความเป็นมิตร การรักษาความเป็นส่วนตัวของพนักงาน และการดูแลรักษาความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเมื่อเข้ารับบริการ

2.4 ด้านการพัฒนาคุณภาพบริการในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) พบว่า ความพร้อมและทักษะความสามารถในหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานและความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักสามารถอำนวยความสะดวกในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเป็นไปด้วยดี สอดคล้องกับผลการศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียพบว่า ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจหากผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอและสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว

2.5 ด้านการพัฒนาคุณภาพบริการในด้านความเข้าใจลูกค้า (Empathy) พบว่า การเข้าใจภูมิหลัง วัฒนธรรม พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียสามารถส่งเสริมให้ผู้ให้บริการ บริการด้วยความเข้าใจและสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างเต็มความสามารถ โดยไม่มีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามยังมีจุดอ่อนในด้านการสื่อสารและให้บริการด้วยภาษารัสเซีย สอดคล้องกับผลการศึกษาความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียซึ่งมีระดับความคิดเห็นในประเด็นการสื่อสารภาษารัสเซียของผู้ให้บริการอยู่ลำดับน้อยที่สุด ดังนั้นการเพิ่มคุณภาพการให้บริการในประเด็นด้านภาษาจึงมีความสำคัญเช่นกัน โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เสนอแนะให้มีการจัดอบรมภาษารัสเซีย หรือส่งเสริมให้พนักงานได้เรียนรู้ภาษารัสเซีย หรือการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับบริษัทจัดนำเที่ยวของรัสเซีย เพื่อส่งเสริมให้คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมากยิ่งขึ้น

3. การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 5 ด้านพบว่า

3.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักควรสร้างภาพลักษณ์และความประทับใจแรกสำหรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ทั้งในเรื่องบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมภายในธุรกิจที่พัก พนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักต้องสร้างเอกลักษณ์ จุดเด่น เพื่อให้เป็นที่จดจำและเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการตกแต่งสถานที่ รูปแบบการให้บริการ การแต่งกายของพนักงาน เป็นต้น สิ่งที่สำคัญคือการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของที่พักทั้งในรูปแบบออฟไลน์และโดยเฉพาะรูปแบบออนไลน์ไปยังนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียด้วยภาษารัสเซีย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เตรียมความพร้อมและช่วยประกอบการตัดสินใจเลือกที่พัก หรือการประชาสัมพันธ์ไปยังบริษัทจัดนำเที่ยวหรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีสำนักงานในประเทศไทย เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในการเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

3.2 ด้านความไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักควรฝึกฝนทักษะการให้บริการแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ และหาแนวทางหรือวิธีการในการพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานจนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีศักยภาพสูงสุด โดยอาจยึดตามมาตรฐานของที่พักนั้นๆ หรือตามมาตรฐานของการปฏิบัติงาน (SOP)

3.3 ด้านการให้ความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักควรมีวิธีการหรือการให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น รู้สึกปลอดภัยต่อชีวิต ความรู้สึกและทรัพย์สิน ในด้านความรู้สึกผู้ให้บริการควรปฏิบัติงาน

ด้วยความเป็นมิตร มีความสุภาพนอบน้อมและรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้าชั้นสูงสุด โดยอาจปฏิบัติงานตามมาตรฐานของที่พักรักษาและควบคุมการปฏิบัติงานโดยระดับหัวหน้างาน เพื่อให้การบริการออกมาดีที่สุดและสร้างความรู้สึกเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ ในด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ผู้ให้บริการควรมีระบบรักษาความปลอดภัยและการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักรักษา ทั้งจากบุคคลภายนอกที่พักรักษาและแขกอื่น ๆ ในที่พักรักษา

3.4 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักต้องมีความพร้อมในการบริการ ทั้งในด้านของบุคลากรที่เพียงพอ การให้บริการด้วยทักษะและความเชี่ยวชาญ ความพร้อมของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อตอบสนองให้เหมาะสมกับราคาและความคาดหวังของผู้รับบริการ สำหรับระดับหัวหน้างานควรให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการ เพื่อเติมเต็มการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น ยิ่งผู้ให้บริการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ดีมาก ความประทับใจหรือความเชื่อมั่นของผู้รับบริการก็จะเพิ่มมากขึ้น

3.5 ด้านความเข้าใจลูกค้า (Empathy) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักควรศึกษาหรือมีความเข้าใจภูมิหลัง วัฒนธรรม พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเพื่อสามารถให้บริการภายใต้บริบทความแตกต่างทางวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการรับบริการ กลยุทธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งเพื่อให้การบริการเกิดคุณภาพสูงสุดคือ การมีทักษะสื่อสารภาษารัสเซีย โดยผู้ประกอบการธุรกิจที่พักสามารถส่งเสริมทักษะภาษารัสเซียได้ดังนี้ 1) ส่งเสริมให้พนักงานผู้ให้บริการเรียนรู้ภาษารัสเซีย 2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับบริษัทจัดนำเที่ยวที่ดูแลกลุ่มลูกค้าชาวรัสเซีย เพื่อการอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและการให้บริการ

สรุปและอภิปรายผล

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหุบเขาทะเลใต้

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักธุรกิจหรือเจ้าของธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 60,000 รูเบิล (มากกว่า 25,000 บาท) และมีสถานภาพโสด สอดคล้องกับการศึกษาของ (Suriya and Chuebamrung, 2013) ในด้านของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่วนใหญ่เป็นเพศชายและมีช่วงอายุระหว่าง 30 – 40 โดยผลการศึกษาของ (Suriya and Chuebamrung, 2013) พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี ในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหรือช่วงวันหยุดและใช้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นการเดินทางเข้ามาพร้อมเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน ใช้เวลาท่องเที่ยว 8 – 14 วัน และเลือกเข้าพักแรมในธุรกิจที่พักประเภทโรงแรม

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหุบเขาทะเลใต้

2.1 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหุบเขาทะเลใต้ทั้ง 5 ด้านในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.64 โดยมีระดับความเห็นในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 4.84 รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คิดเป็นร้อยละ 4.80 และด้านความไว้วางใจ (Reliability) คิดเป็นร้อยละ 4.58 ด้านการให้ความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) คิดเป็นร้อยละ 4.55 และอันดับสุดท้ายด้านความเข้าใจลูกค้า (Empathy) คิดเป็นร้อยละ 4.42 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (Chonlada & Rattanaporn, 2017) ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรมห้าดาวอยู่ในระดับสูงทุกด้าน ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ (Sitthichai, Khunon, & Suksri, 2017) ที่พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการที่ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าของธุรกิจโรงแรม 4-5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ความสำคัญกับด้านความไว้วางใจมากเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ให้บริการในธุรกิจที่พัก

ควรมีมาตรการและกำหนดกลยุทธ์ในเพิ่มคุณภาพในการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

2.2 ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก

2.2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) พบว่า การส่งเสริมหรือพัฒนาคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีความสำคัญอย่างมาก เพราะถือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและเป็นสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัส ทั้งสภาพแวดล้อมภายนอกของโรงแรม การตกแต่งของอาคารสถานที่หรือบรรยากาศภายในห้องพักรวมถึงการแต่งกายของพนักงานที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์ด้วยข้อมูลที่เป็นภาษาไทยเป็นวิธีที่สะดวกและรวดเร็วที่สุดทั้งการส่งข้อมูลและการรับข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียและการประชาสัมพันธ์ไปยังบริษัทนำเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในประเทศไทย เพื่อเป็นการส่งต่อข้อมูลให้ถึงนักท่องเที่ยวได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ (Taweepol and Chantuek, 2017) ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการให้ผู้เข้าพักได้รับความสะดวกสบายและการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ดังนั้นผู้ให้บริการควรใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ขององค์กรและลักษณะสถานที่ของธุรกิจที่พักในการส่งเสริมการขายไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

2.2.2 ด้านความไว้วางใจ (Reliability) พบว่า ผู้ให้บริการที่มีทักษะในการบริการที่เชี่ยวชาญให้บริการด้วยความเอาใจใส่หรือให้บริการตามความต้องการของผู้รับบริการมีส่วนทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อใจไว้วางใจและมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเข้าพักซ้ำได้ หรือบางธุรกิจที่พักที่ให้บริการตามมาตรฐานของการปฏิบัติงาน (SOP) ก็มีส่วนช่วยให้ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นและมีความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับ (Sitthichai et al., 2017) ที่ศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ผลพบว่าด้านความไว้วางใจ (Reliability) ความสามารถในการบริการแก่ลูกค้าให้ความรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้ ไม่มีข้อผิดพลาดในการบริการครอบคลุมถึงบุคลิกภาพ กริยามารยาท การแต่งกาย ดังนั้นผู้ให้บริการควรเน้นถึงทักษะความเชี่ยวชาญของพนักงานผู้ให้บริการ รวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์และบุคลิกภาพให้มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งสามารถสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้าได้

2.2.3 ด้านการให้ความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) พบว่า การให้บริการของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับทักษะ ความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีวิธีการหรือการให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น รู้สึกปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเมื่อเข้าใช้บริการ สอดคล้องกับ (Sitthichai et al., 2017) ที่ศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ผลพบว่าด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ ความรู้ ทักษะและความเชี่ยวชาญในการบริการของผู้ให้บริการ สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด ดังนั้นการสร้าง ความมั่นใจให้กับกลุ่มลูกค้ามาจากความรู้ ทักษะและความสามารถในการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ

2.2.4 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) พบว่า ความพร้อมทักษะความสามารถในหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานและความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักสามารถอำนวยความสะดวกให้การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเป็นไปอย่างดี สอดคล้องกับ (Sitthichai et al., 2017) และ (El-Garaihy, 2013) ความพร้อมในการให้บริการที่หลากหลายเป็นปัจจัยที่ดึงดูดลูกค้ามาให้บริการได้ ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าและการตอบสนองต่อความต้องการได้ ทั้งนี้การสร้างความพร้อมให้บริการของผู้ปฏิบัติงาน อาจมาจากการกำหนดแนวทางและการสร้างมาตรฐานการให้บริการจากผู้บริหาร โดยผลการศึกษาของ (Taweepol and Chantuek, 2017) พบว่าการกำหนดวิธีการสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการโดยมีระยะเวลาเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการปฏิบัติหน้าที่ของแต่ละแผนกสำหรับโรงแรมประเภทบูติกในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.2.5 ด้านความเข้าใจลูกค้า (Empathy) พบว่า การเอาใจใส่ลูกค้า การเข้าใจภูมิหลัง วัฒนธรรม พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรัสเซียสามารถส่งเสริมให้ผู้ให้บริการ บริการด้วยความเข้าใจและสนองต่อความ

ต้องการของผู้รับบริการได้อย่างเต็มความสามารถ โดยไม่มีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่นเดียวกับ (Chonlada & Rattanaporn, 2017) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความเอาใจใส่ในการให้บริการมากที่สุด ดังนั้นผู้ให้บริการต้องฝึกฝนพนักงานผู้ให้บริการให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุด อย่างไรก็ตามคุณภาพการให้บริการในด้านความเข้าใจลูกค้ายังมีจุดอ่อนในด้านการสื่อสารภาษารัสเซีย เนื่องจากนักท่องเที่ยวรัสเซียใช้ภาษารัสเซียเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร ดังนั้นการเพิ่มคุณภาพการให้บริการในประเด็นด้านภาษาจึงมีความสำคัญเช่นกัน

3. กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในภาพรวม พบว่าผู้ให้บริการธุรกิจที่พักแก่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียต้องคำนึงถึงคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ซึ่งการให้บริการที่เกิดคุณภาพสูงสุด เกิดจากองค์ประกอบหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ องค์ประกอบภายนอกทั้งในแง่ของสถานที่ พนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวก ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงแรม หรือองค์ประกอบภายใน ได้แก่ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ ลักษณะของการปฏิบัติงาน ความเป็นมิตรไมตรีและการให้บริการด้วยความเอาใจใส่ การตอบสนองความต้องการและเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมและการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้ประกอบการและเจ้าของกิจการซึ่งมองว่า การให้บริการด้วยความใส่ใจ การปฏิบัติตามมาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการ เมื่อรวมกับทักษะเฉพาะตัวของพนักงานมีส่วนส่งเสริมให้การบริการเกิดคุณภาพตามมาตรฐาน ในด้านการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษารัสเซียก็เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญ ซึ่งความต้องการด้านการสื่อสารภาษารัสเซียจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียและความคิดเห็นของผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจที่พักมีความสอดคล้องกัน ดังนั้นกลยุทธ์ที่ช่วยพัฒนาคุณภาพการให้บริการอีกหนึ่งกลยุทธ์คือการส่งเสริมให้มีการเรียนรู้หรือเพิ่มทักษะการใช้ภาษารัสเซียให้แก่ผู้ให้บริการ เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มากยิ่งขึ้น

3.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักควรสร้างภาพลักษณ์และความประทับใจแรกสำหรับนักท่องเที่ยวรัสเซียต่อบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมภายในธุรกิจที่พัก ทั้งในด้านของสถานที่ พนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ ต้องสร้างเอกลักษณ์ จุดเด่น เพื่อให้เป็นที่จดจำและเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ (Jongkolpuech, 2020) พบว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเนื่องมาจากเป็นสิ่งที่สามารถสัมผัสได้อย่างชัดเจน สิ่งที่สำคัญในการสื่อสารข้อมูลของการให้บริการทั้งหมดแก่ผู้รับบริการคือ ควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ด้วยข้อมูลภาษารัสเซีย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เตรียมความพร้อมช่วยประกอบการตัดสินใจเลือกที่พัก ทั้งยังสามารถส่งต่อข้อมูลไปยังบริษัทจัดนำเที่ยวหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวรัสเซียในการเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

3.2 ด้านความไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักควรทบทวนและพัฒนาทักษะการให้บริการแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ และหาแนวทางหรือวิธีการในการพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานจนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญ โดยอาจยึดตามมาตรฐานของที่พักนั้นๆ หรือตามมาตรฐานของการปฏิบัติงาน (SOP) เพื่อให้ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นและมีความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการซ้ำ สอดคล้อง (Temrat, 2018) พบว่าผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการมีโอกาสสูงที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมอีกครั้ง ดังนั้นการสร้างทักษะความเชี่ยวชาญให้พนักงาน โดยการสนับสนุนในทุกด้านจะช่วยให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความมั่นใจ คล่องแคล่วและสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าได้

3.3 ด้านการให้ความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักต้องมีวิธีการหรือการให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น รู้สึกปลอดภัยต่อชีวิต ความรู้สึกและทรัพย์สินเมื่อเข้าใช้บริการ ในด้านความรู้สึก

ผู้ให้บริการควรปฏิบัติงานด้วยความเป็นมิตร มีความสุภาพนอบน้อมและรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้าชั้นสูงสุด โดยอาจปฏิบัติงานตามมาตรฐานของที่พัก มีการควบคุมและตรวจสอบการปฏิบัติงานโดยระดับหัวหน้างาน ในด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ผู้ให้บริการควรมีระบบรักษาความปลอดภัยตั้งแต่ขั้นแรกในการเดินทางมาถึงที่พัก ความปลอดภัยในห้องพัก บริเวณภายในที่พัก และการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก สอดคล้องกับการศึกษาของ (Taweepol and Chantuek, 2017) พบว่า กระบวนการแสดงมาตรฐานรับรองจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว เพื่อยืนยันการบริการที่ผู้ใช้บริการจะได้รับระหว่างเข้าพักในโรงแรม โดยจะต้องอยู่บนพื้นฐานด้านความสะอาด ความปลอดภัยและความสะดวกสบาย

3.4 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักต้องมีความพร้อมในการบริการ ทั้งในด้านของบุคลากรที่เพียงพอ การให้บริการด้วยทักษะและความเชี่ยวชาญ ความพร้อมของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการให้บริการที่เหมาะสมกับราคาและความคาดหวังของผู้รับบริการ สำหรับระดับหัวหน้างานควรให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการ สอดคล้องกับ (Banlue, 2013) พบว่า ผู้ให้บริการที่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการบริการได้ทันเวลา การบริการอย่างรวดเร็วส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในทุกระดับ รวมถึงความชำนาญส่วนบุคคลของพนักงานในการตัดสินใจแก้ไขปัญหา

3.5 ด้านความเข้าใจลูกค้า (Empathy) ผู้ให้บริการธุรกิจที่พักควรศึกษาหรือมีความเข้าใจภูมิหลังวัฒนธรรม พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียจึงสามารถให้บริการภายใต้ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทั้งยังก่อให้เกิดความเชื่อมั่น เกิดความประทับใจในการรับบริการ กลยุทธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งเพื่อให้บริการเกิดคุณภาพสูงสุดคือ การมีทักษะสื่อสารภาษารัสเซีย โดยผู้ประกอบการธุรกิจที่พักสามารถส่งเสริมทักษะภาษารัสเซียได้ดังนี้ 1) ส่งเสริมให้พนักงานผู้ให้บริการเรียนรู้ภาษารัสเซีย 2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับบริษัทจัดหาเที่ยวที่ดูแลกลุ่มลูกค้าชาวรัสเซีย เพื่อการอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและการให้บริการ เป็นต้น สอดคล้องกับ (Phraoram, 2015) พบว่าผู้บริการควรเอาใจใส่ในการให้บริการ เช่น การเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการ ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับผู้ใช้บริการ การสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นที่สำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ค้นพบจากงานวิจัย

1. การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ สถาบันการศึกษาในพื้นที่ที่สามารถต่อยอดงานวิจัยโดยการศึกษาในมุมมองอื่น เช่น กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการให้บริการโดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง เป็นต้น หรือการเข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนาทักษะด้านภาษารัสเซีย และการ up skill – re skill ทักษะอื่น ๆ ให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ

2. การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย หน่วยงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเกาะสมุย สมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ฝั่งตะวันออก เทศบาลหรือสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะสมุย ควรมีส่วนช่วยในการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมและการพัฒนาคุณภาพที่เน้นการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวรัสเซีย โดยทำหน้าที่ส่งเสริมด้านงบประมาณหรือมอบนโยบายในการพัฒนาทักษะของบุคลากร จัดหาจัดเตรียมบุคลากรที่มีความพร้อมในการให้บริการ รวมถึงความพร้อมในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของธุรกิจที่พักเพื่อตอบสนองคุณภาพของการให้บริการทั้ง 5 ด้าน

3. การใช้ประโยชน์ด้านการพัฒนาบุคลากร พนักงานผู้ให้บริการ ควรมีการฝึกฝน ทบทวน ทักษะการให้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานของที่พัก เพื่อให้คุณภาพการให้บริการเกิดประสิทธิภาพสูงสุด พนักงานควรติดตามกระแสทิศทางการท่องเที่ยว ความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มทางการตลาด เพื่อปรับเปลี่ยนและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีความทันสมัย ช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้รับบริการเลือกใช้บริการ ผู้ให้บริการควรทำ

ความเข้าใจด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของพื้นที่หมู่เกาะทะเลใต้ มีกำลังใช้จ่ายสูง การเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมจะช่วยให้การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการเป็นไปด้วยดี โดยการใช้เครือข่ายของภาครัฐและภาคเอกชนในการสนับสนุนด้านงบประมาณให้ผู้ให้บริการได้เพิ่มความรู้และทักษะการสื่อสารภาษารัสเซีย เพื่อสื่อสารและทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียได้โดยตรง

4. การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พึงควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ที่ได้จากผลการศึกษาแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียและส่งเสริมให้มีการพัฒนาความรู้ภาษารัสเซียของพนักงานผู้ให้บริการ เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าชาวรัสเซียได้ ทั้งยังอาจทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มฐานกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวรัสเซียได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ (เกาะสมุย เกาะพะงัน) สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปสามารถต่อยอดไปยังพื้นที่จังหวัดภูเก็ต หรือพังงา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวรัสเซีย

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบด้านความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวรัสเซีย เพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีความชัดเจนมากขึ้น

3. ควรศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่น เพื่อให้การพัฒนาคุณภาพการบริการมีความครอบคลุม

เอกสารอ้างอิง

- Abdurehman, M., & Jatuporn, S. (2022). Kanchanaburi: Guidelines for enhancing entrepreneur potential to support Indian luxury tourists. *Humanities and Social Sciences Academic Journal, Prince of Songkla University*, 18(2), 152–195.
- Asawin, S. (2013). *Research methodology in tourism and hotel*. Bangkok: Dhurakij Pundit University Press.
- Boeije, H. (2010). *Analysis in qualitative research*. London: SAGE.
- Chatyaporn, S. (2006). *Service marketing and management*. Bangkok: SE-ED.
- Chonlada, M., & Rattanaporn, C. (2017). *Expectation and perceived service quality of front office department in 5-star hotels*. Siam University.
- El-Garaihy, W. H. (2013). Developing and validating a hospitality service quality scale in Saudi Arabia (HOSP-SQ): A structural equation model. *International Journal of Business and Social Science*, 4(14), 224–238.
- Haithirat, B. (2013). *Customer satisfaction toward service quality of Government Savings Bank Suan Chitlada Branch*. Independent Study, Sripatum University.
- Innnews Online. (2023, March 2). *Koh Samui tourist number over 200,000, both Thai and foreigners*. Phalang Puangchon News Agency. Retrieved from <https://www.innews.news/news.php?n=35527>
- Loy, S. (2012). *The relationship between customer loyalty strategy and hotel business performance in Thailand* (Master's thesis). Mahasarakham University.

- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *International tourist statistics in Thailand: January–December 2023*. Retrieved from <https://www.mots.go.th/news/category/706>
- Ministry of Tourism and Sports, Office of the Permanent Secretary, Tourism Economics and Sports Bureau. (2024, April 1). *Cumulative number of tourists from January 1–March 31, 2024*. Retrieved from <https://www.facebook.com/ETSMOTS>
- Nittaya, P. (2015). *Guidelines for service quality development to support ASEAN tourists: A case study of hotels in Hat Yai District, Songkhla Province* (Master's thesis). Prince of Songkla University.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Ratchanon, T., & Teerawat, J. (2017). Professional service in boutique hotels in Cha-am District, Phetchaburi Province and Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province. *Journal of Research and Development Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Humanities and Social Sciences*, 12(1), 1–14.
- Sitthichai, S., Khunon, S., & Suksri, N. H. (2017). Service quality of hotel businesses in Koh Samui District, Surat Thani Province. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*, 13(2), 182–203.
- Sophistha, T. (2018). *Service quality affecting repeat service usage in 5-star hotels in Bangkok* (Master's thesis). Silpakorn University.
- Supalak, S., & Therdchai, C. (2013). Front office service quality development guidelines to support ASEAN tourists: A case study of boutique hotels in Bangkok. *Doctor of Social Sciences Journal, Ramkhamhaeng University*, 3(1), 5–18.
- Vilasinee, J. (2020). *Consumer perspective on service quality towards scientific glassware business: A case study of NK Laboratory (Thailand) Co., Ltd.* (Master's thesis). Silpakorn University.
- World Economic Forum. (2024, May 21). *Travel & Tourism Development Index 2024*. Retrieved from <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>