

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการคาสิโน
แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
MARKETING MIX FACTORS THAT AFFECT THE DECISION
TO VISIT THE CASINO IN BOKAEW SUB-DISTRICT,
TONPUENG DISTRICT, LAO PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC

ซู เหียน*

วิทยาลัยเทคโนโลยีประยุกต์ มหาวิทยาลัยชนชาติยูนนาน
ยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

Su Yan*

College Of Applied Technology, Yunnan Minzu University,
Yunnan, People's Republic of China

*E-mail: 1023022743@qq.com

Received: 2021-03-29

Revised: 2021-04-24

Accepted: 2021-05-12

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในคาสิโนแขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่ได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Krejcie and Morgan ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ โดยการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวโดยรวมอยู่ในระดับมาก

โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.92 รองลงมา คือ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คาสีโน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ABSTRACT

The objective of this research is to examine the marketing mix factors that affect the decision to visit the casino in Bokaew sub-district, Tonpueng district, Lao People's Democratic Republic. The sample included 384 visitors to the casino in Bokaew sub-district, Tonpueng district, Lao People's Democratic Republic, obtained by purposive sampling. The sample size was determined using Krejcie and Morgan Table. The instrument utilized was a questionnaire on the marketing mix factors that affect the decision to visit the casino in Bokaew sub-district, Tonpueng district, Lao People's Democratic Republic, with a reliability coefficient of 0.898. Statistical mean and standard deviation of the questionnaire score were calculated and used for analysis. The results suggest that the overall level of marketing mix factors that affect the decision to visit the casino in Bokaew sub-district, Tonpueng district, Lao People's Democratic Republic is high, with an average of 3.46. Considering each aspect, the highest average score is from distribution, at 3.92, following by personnel with a high average score of 3.60. The product factor and marketing promotion scores are moderate, with average scores of 3.18 and 3.13 respectively.

Keyword: Marketing Mix Factor, Casino, Lao People's Democratic Republic

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และมีผลต่อเศรษฐกิจโลก เพราะมีการลงทุนในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมากมาย และยังถือเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก ส่งผลให้ประชาชน

มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีการกระจายรายได้สู่ชุมชนและท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และยังเป็นการสร้างความเจริญและพัฒนาอย่างทั่วถึง (Ketnoi, 2016)

การตลาดถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ ที่ธุรกิจส่วนใหญ่นำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งส่วนใหญ่จะนิยมใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4P ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (Kotler, 2003)

สามเหลี่ยมทองคำ เป็นพื้นที่รอยต่อระหว่างสามประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย (จังหวัดเชียงราย) ลาว (แขวงบ่อแก้ว) และพม่า (ท่าขี้เหล็ก, รัฐฉาน) มีลักษณะเป็นพื้นที่สามเหลี่ยมบรรจบกัน โดยมีแม่น้ำโขงตัดผ่านชายแดนไทยและลาว นับเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งของภูมิภาค เดิมสามเหลี่ยมทองคำเป็นที่รู้จักในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยว เมืองชายแดน แต่ในปัจจุบันมีความสำคัญในทางเศรษฐกิจมากขึ้น เนื่องจากเป็นแหล่งขนถ่ายสินค้าที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของไทย ปัจจุบันสามเหลี่ยมทองคำนอกจากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังเป็นแหล่งการพนันสำหรับนักท่องเที่ยวจีน ไทย พม่า และลาว โดยจะมีคนเข้าไปใช้บริการปีละไม่ต่ำกว่า 3 แสนคน (Prachachat, 2018) ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนามคิงโรมัน (King Roman) ซึ่งตั้งขึ้นมาโดยมีจุดมุ่งหมายหลักคือเพื่อรับนักท่องเที่ยวจีนโดยเฉพาะ แต่ก็ยังคงมีนักพนันเพื่อนบ้านเช่น ไทย ลาว พม่า เข้าไปเล่นอยู่จำนวนไม่น้อย ซึ่งโดยพื้นฐานคนจีนชอบเล่นการพนัน เนื่องจากรัฐบาลจีนไม่อนุญาตให้มีคาสิโน ถูกกฎหมายภายในประเทศ และบังคับใช้กฎหมายเข้มงวด คนจีนทางตอนใต้ รวมถึงข้าราชการชาวจีน จึงนิยมข้ามพรมแดนไปเล่นการพนันในประเทศเพื่อนบ้าน ทว่านโยบายต่อต้านการพนัน

ของรัฐบาลจีนก็สามารถขึ้นขึ้นตายธุรกิจได้ และทำให้คาสิโนในบางพื้นที่ต้องปิดตัวลงไปในที่สุด อาทิเช่น เมืองลา (Mongla) เมืองชายแดนในรัฐฉานที่คั่นระหว่างพม่ากับจีน เชื่อมต่อกับสิบสองปันนาของจีนที่ด่านท่าล่อ บนเส้นทาง R3B ตั้งแต่ปี 2532 ช่วงคริสต์ทศวรรษที่ 1990 (พ.ศ.2533-2543) เมืองลามีคาสิโนน้อยใหญ่ผุดขึ้นราวกับดอกเห็ด ในปี 2543 นับเฉพาะคาสิโนที่เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ก็มีนับสิบแห่ง ส่วนใหญ่เป็นของนักทุนชาวจีนนั่นเอง

นักธุรกิจชาวพม่าเจียนสัญชาติฮ่องกงมองเห็นโอกาสทางธุรกิจภายใต้การเดินหน้าผลักดันให้เกิดเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone : SEZ) ของรัฐบาลลาว ในรูปของเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อการค้าและการท่องเที่ยว ด้วยงบลงทุนกว่า 200-300 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ท่ามกลางป่าดอย ตึกใหญ่โตมโหฬารที่สร้างให้เป็นคาสิโน-โรงแรมถูกสร้างขึ้นบนผืนนาเดิม และในปี พ.ศ. 2550 กลุ่มทุนของจีน ได้รับสัมปทานที่ดินในเขตเมืองต้นผึ้ง แขวงบ่อแก้วฝั่งตรงข้ามบ้านสบรวก ถนนเลียบบแม่น้ำโขงจากตัวอำเภอเชียงแสนของไทย เรียกว่า “เขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ” (The Golden Triangle Special Economic Zone:GTSEZ) ได้สร้างบ่อนการพนันคาสิโนที่ใหญ่ที่สุดในแถบภูมิภาคนี้ ที่มีชื่อว่า คิงส์โรมัน อันเป็นแหล่งเล่นการพนันของนักท่องเที่ยวทั้งชาวจีน ไทย พม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (Center for Gambling Studies, 2020)

ข้อมูลจากด่านตรวจคนเข้าเมืองเชียงแสนตรงข้ามกับคิงส์โรมัน พบว่า ในช่วงเวลาปกติจะมีนักท่องเที่ยว ทั้งชาวจีนและชาวไทย เดินทางผ่านด่าน

วันละ 700-800 คน นั้นหมายความว่าในปีหนึ่งจะมีนักท่องเที่ยวข้ามด่านนี้ราว 3 แสนคน (Thai PBS, 2020) ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นอาจารย์ในวิทยาลัยเทคโนโลยีประยุกต์ มหาวิทยาลัยชนชาติยูนิานาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และเคยมีประสบการณ์ในการทำงานในคิงส์โรมัน แห่งนี้ จึงมีความสนใจที่อยากจะศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของคาสีโนแห่งนี้มีอะไรที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเดินทางมาเล่นการพนันที่นี่ โดยอาศัยหลักคิดทางธุรกิจคือส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในธุรกิจการท่องเที่ยว และนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ต่อยอดในธุรกิจด้านอื่น ๆ ที่น่าสนใจในประเทศเพื่อนบ้านต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) และด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา คือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 300,000 คนต่อปี (Prachachat, 2018)

ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษา คือ คาสีโนชายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา รวมเวลา 12 เดือน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลด้วยการสำรวจ (Survey) ซึ่งมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 300,000 คนต่อปี (Prachachat, 2018)

วิธีการเลือกตัวอย่าง

นักท่องเที่ยงที่เข้ามาใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่ได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Krejcie and Morgan ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน (Krejcie & Morgan, 1970)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยดำเนินการแปลเป็น 4 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาจีน ภาษาพม่า และภาษาลาว ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และสัญชาติ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อทราบถึงแนวคิด ทฤษฎี นิยาม และองค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

2. เขียนนิยามศัพท์ปฏิบัติการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สรุปจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. เขียนกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จากองค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดที่รวบรวมจากการเขียนนิยามศัพท์เฉพาะ

4. สร้างข้อคำถามสำหรับแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) มี 5 ระดับ คือ จูงใจมากที่สุด จูงใจมาก จูงใจปานกลาง จูงใจน้อย และจูงใจน้อยที่สุด ด้วยข้อความที่มีความสอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

5. นำแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโนแขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่สร้างเสร็จแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้พิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะในแต่ละด้านเป็นรายข้อ และให้คะแนนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

ให้คะแนน +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวบ่งชี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ให้คะแนน 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวบ่งชี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ให้คะแนน -1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่เป็นตัวบ่งชี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้จากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence; IOC) ระหว่างข้อคำถามกับนิยามเชิงปฏิบัติการ โดยข้อคำถามทั้งหมดมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 โดยผู้วิจัยนำข้อคำถามมาปรับปรุงให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

6. นำแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโนแขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปทดลองใช้กับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถามเป็นรายข้อ โดยการวิเคราะห์ค่าระหว่างข้อกับคะแนนรวม (Item-Total Correlation) และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

7. จากนั้นพิจารณาคัดเลือกข้อคำถามที่มีคุณภาพรายข้อเพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยใช้สูตรสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)

ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ .20 และพิจารณาความสัมพันธ์อัลฟาทั้งฉบับมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .70 โดยแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.28-0.79 และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีค่าอำนาจเชื่อมั่นในระดับสูง

8. นำแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโนแขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบแบบสอบถามเพื่อนำมาหาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีดังนี้

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทั้งรายด้านและโดยรวม (Srisatidnarukul, 2012)

ระดับคะแนนเฉลี่ยรายข้อ การแปล
ความหมาย

4.21 – 5.00 มีแรงจูงในระดับมากที่สุด

3.41 – 4.20 มีแรงจูงในระดับมาก

2.61 – 3.40 มีแรงจูงในระดับปานกลาง

1.81 – 2.60 มีแรงจูงในระดับน้อย

1.00 – 1.80 มีแรงจูงในระดับน้อยที่สุด

การดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการศึกษาปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ
ในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยได้ดำเนินการ
ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อประสานงาน
กับคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อขออนุญาตในการ
เข้าเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ
ในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาวที่สร้างขึ้น ไปให้
กลุ่มตัวอย่างตอบ

3. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่เก็บข้อมูล
มาได้ มาตรวจให้คะแนนแล้วนำข้อมูลไปวิเคราะห์
หาค่าทางสถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้น

ฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัย
ได้ดำเนินการดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือ
เพื่อการวิจัยถึงบริษัทคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอ
ต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
กับกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ
ในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาวลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล
กับกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ
ในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว มาตรวจสอบความ
สมบูรณ์ของแบบสอบถาม ได้แบบสอบถาม
ที่มีความสมบูรณ์ จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถาม
ที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูล แล้วจึง
นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาดำเนินการ
แจกแจงข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติพื้นฐาน
และหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบ
คุณภาพของแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ
ในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว

ปีที่ 16 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2564)

สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพเครื่องมือคือ

1.1 วิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1.2 วิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยใช้การหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

1.3 วิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยรวมและรายด้านของแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตามวัตถุประสงค์สามารถสรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองมาเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 40.00 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.30 รองลงมา มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.0 อายุระหว่าง 50 - 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.50 และมีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.20 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสัญชาติจีน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมา มีสัญชาติไทย คิดเป็นร้อยละ 29.0 สัญชาติลาว คิดเป็นร้อยละ 23.00 และสัญชาติพม่า คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ ซึ่งปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 1-5 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ผลิตภัณฑ์	3.18	0.66	ปานกลาง
บุคลากร	3.60	0.49	มาก
การจัดจำหน่าย	3.92	0.42	มาก
การส่งเสริมทางการตลาด	3.13	0.70	ปานกลาง
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม	3.46	0.57	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย

สูงสุด 3.92 รองลงมา คือ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
คาสีโน	3.90	0.42	มาก
โรงแรม	3.48	0.17	มาก
บริษัททัวร์	2.77	0.24	ปานกลาง
ห้างสรรพสินค้า	2.58	0.35	ปานกลาง
ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	3.18	0.66	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นผึ้ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คาสีโนอยู่ในระดับมาก

มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.90 รองลงมา คือ โรงแรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 บริษัททัวร์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 และห้างสรรพสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับ
พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส	3.69	0.03	มาก
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน	3.83	0.24	มาก
พนักงานมีการให้คำแนะนำ และตอบข้อซักถาม	3.51	0.03	มาก
พนักงานใช้วาจา สุภาพและเป็นมิตรในการให้บริการ	3.66	0.02	มาก
พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.79	0.06	มาก
พนักงานมีความยุติธรรมในการให้บริการ	2.95	0.22	ปานกลาง
พนักงานมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ	3.22	0.13	ปานกลาง
พนักงานมีความรู้ความสามารถในงานที่บริการ	3.65	0.02	มาก
พนักงานมีความสามารถในด้านภาษาที่หลากหลาย	3.54	0.02	มาก
การแต่งกายของพนักงาน	4.15	0.18	มาก
ด้านบุคลากรโดยรวม	3.60	0.49	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสิโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การแต่งกายของ

พนักงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.15 รองลงมา คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และพนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
สถานที่ที่มีความสวยงาม	4.23	0.13	มาก
สถานที่มีความปลอดภัย	3.43	0.20	ปานกลาง
สถานที่มีความสะดวกในการเดินทาง	3.20	0.29	ปานกลาง
สถานที่มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม	4.11	0.08	มาก
สถานที่มีขนาดของพื้นที่กว้างขวาง	4.26	0.14	มากที่สุด
สถานที่มีการจัดแบ่งประเภทของพื้นที่เป็นสัดส่วน	4.29	0.15	มากที่สุด
สถานที่มีเส้นทางคมนาคมสะดวกสบาย	3.66	0.10	มาก
สถานที่มีสภาพแวดล้อมสวยงาม	4.14	0.08	มาก
ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม	3.92	0.42	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่มีการ

จัดแบ่งประเภทของพื้นที่เป็นสัดส่วน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.29 รองลงมา คือ สถานที่มีขนาดของพื้นที่กว้างขวาง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และสถานที่มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
มีการจัดรถรับส่งฟรี	3.82	0.31	มาก
มีการจัดเครื่องบินรับส่งฟรี	2.72	0.18	ปานกลาง
มีการบริการส่งสิ่งของมาให้ลูกค้า	3.61	0.21	มาก
มีการให้บริการห้องพักฟรีเมื่อแลกชิพ 50,000 บาท	2.46	0.30	ปานกลาง
มีการให้บริการอาหารเครื่องดื่มฟรีเมื่อแลกชิพ 50,000 บาท	2.35	0.35	ปานกลาง
มีการจัดพนักงานดูแลเอกสารของลูกค้า	3.84	0.32	มาก
ด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวม	3.13	0.70	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการจัดพนักงานดูแลเอกสารของลูกค้าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.84 รองลงมาคือ มีการจัดรถรับส่งฟรี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และมีการบริการส่งสิ่งของมาให้ลูกค้าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในคาสีโน แขวงบ่อแก้ว อำเภอต้นฝิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีประเด็นที่น่าสนใจ อภิปรายได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อคาสีโนและโรงแรมมากที่สุดโดยผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าจุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ คือ คาสีโน ส่วนในด้านโรงแรมเป็นเพราะว่าการบริการที่ดีแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ นักท่องเที่ยวจึงเลือกใช้บริการโรงแรมในคาสีโนมากกว่าที่จะไปเลือกโรงแรมอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Orsuwan (2005) ที่ได้ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของหัวหิน และเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของหัวหิน

ผลศึกษาพบว่า การจัดระเบียบชายหาด สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cheawnawin (2010) ได้ศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการคำนึงถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานพักแรมประเภทรีสอร์ตระดับราคาสูงที่แตกต่างกัน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยในส่วนของปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการแต่งกายของพนักงาน พนักงานมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานใช้วาจาสุภาพและเป็นมิตรในการให้บริการ พนักงานมีความรู้ความสามารถในงานที่บริการ พนักงานมีความสามารถในด้านภาษาที่หลากหลาย พนักงานมีการให้คำแนะนำและตอบข้อซักถาม อยู่ในระดับมาก พนักงานมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ พนักงานมีความยุติธรรมในการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongrueng (2007) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอำเภอเกาะสมุย ผลการศึกษา บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน บุคลากร

ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง บุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการโดยเสนอบริการที่ดีแก่ลูกค้า ความไว้วางใจ บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ตามที่ลูกค้าต้องการ บริการที่ให้อาจปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่าง ๆ การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนคุณภาพบริการดังกล่าวได้ พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อสถานที่มีการจัดแบ่งประเภทของพื้นที่เป็นสัดส่วน และสถานที่มีขนาดของพื้นที่ที่กว้างขวางอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ สถานที่ที่มีความสวยงาม สถานที่ที่มีสภาพแวดล้อมสวยงาม สถานที่ที่มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม และสถานที่ที่มีเส้นทางคมนาคมสะดวกสบาย ผลการประเมินอยู่ในระดับมาก สถานที่ที่มีความปลอดภัย และสถานที่ที่มีความสะดวกในการเดินทาง อยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความเห็นว่า ทำเลที่ตั้งของในคาสิโนเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongrueng (2007) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอำเภอเกาะสมุย ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมด้านการจัดการสถานที่และสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการจัดพนักงานดูแลเอกสารของลูกค้า และมีการจัดรถรับส่งฟรีอยู่ในระดับมาก มีการบริการส่งสิ่งของมาให้ลูกค้าอยู่ในระดับมาก มีการจัดเครื่องบินรับส่งฟรี มีการให้บริการห้องพักฟรีเมื่อแลกชิพ 50,000 บาท มีการให้บริการอาหารเครื่องดื่มฟรี และเมื่อแลกชิพ 50,000 บาท อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cheawnawin (2010) ได้ศึกษาลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการคำนึงถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานพักผ่อนประเภทรีสอร์ทระดับราคาสูงที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยในส่วนของปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

REFERENCES

- Center for Gambling Studies. (2020). **China's anti-gambling policy and the struggles of casino capital in the Upper Mekong Region**. Retrieved Nov 4, 2020, from [http://www.gamblingstudy-th.org/issues_topic_1/260/1/1/\(in Thai\)](http://www.gamblingstudy-th.org/issues_topic_1/260/1/1/(in Thai))
- Cheawnawin, C. (2010). **Different types of tourism behavior affect the consideration of the marketing mix factors of different high-priced resorts**. Bangkok: Thammasat University. (in Thai)
- Ketnoi, C. (2016). **Correlation Between 7p's Marketing Mix and Historical Tourism Promotion in Chan Palace , Phitsanulok Province**. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)

ข้อเสนอแนะ

1. **ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปใช้**
ผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษา รวมทั้งเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารของคาสิโนในการนำไปปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ ให้ผู้บริหารได้ปรับปรุงรูปแบบการจูงใจทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งจะ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการมากขึ้น
2. **ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป**
 1. ควรศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในคาสิโนในด้าน 7Ps เพื่อให้ได้งานวิจัยมีหลากหลายและมีความสมบูรณ์มากขึ้น
 2. ควรศึกษาเปรียบเทียบธุรกิจคาสิโนกับธุรกิจท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ เนื่องจากเขตชายแดนไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการคาสิโนส่วนใหญ่ จึงมีความต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วย

- Kotler, Philip. (2003). **Marketing Management**. 11thed. Upper Saddle River, NJ: Prentice –Hall.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30(3), pp. 607-610.
- Orsuwan, C. (2005). **Tourist Demand for Industry Management Hua Hin Tourism**. Phetchaburi: Phetchaburi Rajabhat University. (in Thai)
- Prachachat. (2018). **Laos side casinos are still bustling, pop up a 17-storey building for gambling masters. Do not be afraid to list the source of crime**. Retrieved May 8, 2019, from <https://www.prachachat.net/local-economy/news-110543>. (in Thai)
- Thai PBS. (2020). **New China Roman King, opposite Chiang Saen District, Chiang Rai**. Retrieved Nov 4, 2020, from <https://news.thaipbs.or.th/content/289644>. (in Thai)
-