

แรงจูงใจปัจจัยผลัก ปัจจัยดึง: การท่องเที่ยวการพนัน (กาสิโน) Push and Pull Factors in Gambling (Casino) Tourism Motivation

วรพงษ์ ภูมิบ่อพลับ

Worapong Phoomborplub

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

e-mail: dr.worapong@hotmail.com

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวการพนันเป็นการท่องเที่ยวอีกหนึ่งรูปแบบในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวและเติบโตอย่างรวดเร็วไปทั่วโลก ซึ่งรูปแบบการพนันที่ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ได้แก่ กาสิโน เมื่อลักษณะการท่องเที่ยวในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจึงส่งผลกระทบต่อแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยว โดยปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการทำกิจกรรมและพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยผลักและปัจจัยดึง มาวิเคราะห์ข้อคำถามและแยกองค์ประกอบจากงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว การพนันและนำมาสังเคราะห์ ประยุกต์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวการพนันตามแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจปัจจัยผลักและ ปัจจัยดึง ของ Crompton (1979) สามารถสรุปแรงจูงใจได้ดังนี้ ปัจจัยผลัก ที่เป็นแรงกระตุ้นภายในตัวนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานการพนัน (กาสิโน) ประกอบด้วย 9 ปัจจัย ได้แก่ การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การหลีกเลี่ยงความจำเจ ความต้องการการท้าทาย ความต้องการชนะ ความต้องการเงินรางวัล ความตื่นเต้น ความสนุกสนาน บันเทิง ความภาคภูมิใจ และการแสวงหาอารมณ์ความรู้สึกที่แปลกใหม่ การเรียนรู้ งบประมาณและความเสี่ยงจากการสูญเสีย ส่วนปัจจัยดึง เป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานการพนัน (กาสิโน) ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ วัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น และบรรยากาศภายในกาสิโน การเข้าถึงสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในและรอบบริเวณกาสิโน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดของ Crompton (1979) มีเพียงประเด็นเรื่องความต้องการชนะ ความต้องการเงินรางวัล ความท้าทาย ความตื่นเต้น การแสวงหาอารมณ์ความรู้สึกที่แปลกใหม่ การเรียนรู้ และงบประมาณและความเสี่ยงจากการสูญเสีย ที่เป็นลักษณะเฉพาะที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวการพนันเท่านั้น

นอกจากนี้การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวการพนันตามทฤษฎีแรงจูงใจ ปัจจัยผลักและปัจจัยดึงทางการท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ในหลากหลายมิติ สำหรับภาครัฐเพื่อเป็นการหาแนวทางป้องกัน สร้างภูมิคุ้มกันและลดปัจจัยเสี่ยงจากปัจจัยแรงจูงใจที่แท้จริงที่ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวจะเข้าไปเกี่ยวข้องและนำไปสู่การติดการพนัน ในภาคธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการ เข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการ อันจะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเกิดการท่องเที่ยวซ้ำหรือการบอกต่อ รวมทั้งการสร้างความรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อไป และทางด้านวิชาการ เป็นการเพิ่มพูนก่อให้เกิดองค์ความรู้ในการประยุกต์ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวการพนัน สามารถนำไปบูรณาการทางด้านการเรียนการสอน ค้นคว้า วิจัยต่อไป

คำสำคัญ: แรงจูงใจปัจจัยผลัก, แรงจูงใจปัจจัยดึง, การท่องเที่ยว, กาสสิโน, การพนัน

ABSTRACT

Gambling tourism is a form of tourism industry that is currently on trend and expanding rapidly around the globe. Casino is arguably one of the most well-known and prominent gambling tourism schemes. As travel trend evolves, many factors have an influence on tourist decisions which lead to changes in tourism industry. Travel motivation, one of the most important factors, has direct influence on tourists' choosing to initiate their journey and also their activities during the trip. In order to better understand these effects, publications about motivation to travel are studied and analyzed with the focus on push and pull factors theory. Elements that have apparent significance to casino tourism motivation can be concluded as follows: Push factors, consists of 9 aspects, are socialization, escape, challenge, winning, monetary gains, excitement, fun/entertainment, self-esteem, and sensation seeking/learning. While pull factors are sightseeing/culture and atmosphere/ accessibility/facility. This, however, only corresponds to Crompton's theory (1979) in aspects of winning, monetary gains, challenge, excitement, sensation seeking, learning and budget/cost-lose which are unique to gambling industry.

This study could, to some extent, create conflicting interest regarding its value. Government organizations can use what is learned from this study to develop measures to curtail urge to gamble, a behavior that could potentially leads to gambling addiction. Though, the study also

positively helps tourism operators to better serve travelers' needs to gain more customers' appreciation on their services, which leads to customers' loyalty and repeat visits. Finally, this review contributes to better gambling tourism study and can be worthily integrated with previous knowledge to be a source of information for students, academic faculties and researchers.

Keywords: Push Factors motivation, Pull Factors motivation, Tourism, Casino, Gambling

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงและมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของทุกประเทศทั่วโลกเป็นอย่างมาก และยังเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ รวมทั้งช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาประเทศ ปัจจุบันประเทศต่างๆ ได้มีความพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศของตนเองมากขึ้น โดยมีการรณรงค์และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดจิตใจให้นักท่องเที่ยวมีการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวกันอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

การท่องเที่ยวการพนันเป็นอีกหนึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ขยายตัวและเติบโตอย่างรวดเร็วไปทั่วโลก (Lee et al., 2006) รูปแบบการพนันที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ได้แก่ กาสสิโน (Casino) ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการจัดการซับซ้อนและต้องมีการควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถส่งผลกระทบต่อทั้งทางด้านบวกและลบต่อสังคมได้อย่าง

กว้างขวางในหลายรูปแบบ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น หลายประเทศจึงมีการควบคุมให้เป็นธุรกิจที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย เช่น ประเทศไทย แต่ในอีกหลายประเทศ การท่องเที่ยวการพนันหรือกาสิโนต้องได้รับการอนุญาตให้เล่นอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เช่น สหรัฐอเมริกา มาเก๊า สิงคโปร์ มาเลเซีย กัมพูชา เป็นต้น กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการพนันเป็นตลาดสำคัญมีแนวโน้มการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความสนุกสนาน ตื่นเต้น พักผ่อนหย่อนใจ การหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากภาระงานประจำหรือสภาวะแวดล้อมเดิมๆ เพื่อการเรียนรู้ เพื่อเงินรางวัล เพื่อการชား การเข้าสังคมและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นต้น ส่วนในมุมมองของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวการพนัน (กาสิโน) พยายามหาวิธีการในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวการพนันส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล มีการเดินทางอย่างต่อเนื่องไม่คำนึงถึงวันหยุดยาวหรือเทศกาลสำคัญต่างๆ

ณ ปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลกระทบต่อแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยว อันนำมาซึ่งการปรับตัวทางธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเหตุผล การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว การพำนักรแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่มีผลต่อการเลือกเดินทาง การทำกิจกรรมต่างๆ และพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ดังนั้น การเข้าใจถึงแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยว การพำนักรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นมากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวการพำนักรเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวการพำนักรอย่างเหมาะสมต่อไป (Lee et al., 2006; Ma & Lai, 2016)

การท่องเที่ยวการพำนักร

การพำนักรเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับสังคมมนุษย์มายาวนานจนถึงปัจจุบันและเกือบทุกประเทศทั่วโลก ซึ่งอาจจะเป็นการปฏิสัมพันธ์ทางตรงหรือทางอ้อม โดยการแทรกซึมผ่านชีวิตประจำวัน วัฒนธรรม ประเพณี (รติมา คชนันท์, 2557; ศูนย์ศึกษาปัญหาการพำนักร, 2556) ในปัจจุบันสถานการณ์ธุรกิจการพำนักร (กาสิโน) มีฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง กาสิโนจึงเป็นธุรกิจบริการที่นักเดินทางจากต่างประเทศหรือคนในประเทศนำเงินเข้ามาใช้จ่ายในด้านการท่องเที่ยว ความบันเทิงและการพำนักร ตัวอย่างเช่น ประเทศสิงคโปร์สนับสนุนให้มีการเปิดกาสิโนโดยให้เหตุผลว่าจะช่วยผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศได้

การพำนักรมีความผูกพันกับสภาพวิถีชีวิตในสังคมไทยมายาวนาน คนไทยนิยมเล่นการพำนักรเพื่อการผ่อนคลาย ต้องการเสียงไชค และเล่นเพื่อ

เป็นการลงทุนหาผลกำไร (รติมา คชนันท์, 2557) ปัจจุบันการเปิดกาสิโนหรือบ่อนการพำนักรในประเทศไทยจะเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายแต่ยังมีการลักลอบเปิดบ่อนการพำนักร ทั้งบ่อนขนาดเล็กและขนาดใหญ่ เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้ที่ต้องการเล่นการพำนักรที่ไม่ต้องเดินทางไปยังต่างประเทศ ประเมินว่าในประเทศไทยมีจำนวนบ่อนการพำนักรที่เปิดให้บริการอย่างผิดกฎหมายกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประมาณการขั้นต่ำในปี พ.ศ.2554 จำนวน 189 แห่ง มีจำนวนเงินหมุนเวียนในธุรกิจบ่อนการพำนักร 46,362 ล้านบาท นอกจากนี้ในระยะเวลายหลายสิบปีที่ผ่านมาคนไทยเดินทางไปเล่นการพำนักรยังต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นประเทศสหรัฐอเมริกา (ลาสเวกัส แอดแลนติกซิตี) ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ มาเก๊า มาเลเซีย สิงคโปร์ รวมถึงประเทศที่มีชายแดนติดประเทศไทย กัมพูชา เมียนมา ลาว เวียดนาม เป็นต้น ลูกค้าส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 เป็นคนไทย และกาสิโนบริเวณชายแดนสามารถดึงดูดเงินจากนักพำนักรชาวไทย ทำให้มีปริมาณเงินจำนวนมากไหลออกนอกประเทศ ประมาณวันละ 100 ล้านบาท หรือประมาณปีละ 40,000 ล้านบาทเป็นอย่างต่ำ (รติมา คชนันท์, 2557; รัตพงษ์ สอนสุภาพ, 2555)

การเล่นการพำนักรของคนไทยไม่ว่า จะเล่นภายในประเทศอย่างไรไม่ถูกกฎหมายหรือเล่นการพำนักรถูกกฎหมายในต่างประเทศ ล้วนแล้วแต่สะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบด้านลบต่อประเทศชาติทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม ครอบครัว นอกจากนี้การพำนักรยังมีผลกระทบต่อตัวผู้เล่นในด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจทำให้ศักยภาพร่างกายเสื่อมถอย มีการใช้เงินอย่างสิ้นเปลืองและไม่ยั้งคิด ผลกระทบด้านจิตใจ อารมณ์ หงุดหงิด ก้าวร้าว ความรู้สึกไม่มี

คุณค่าในตนเอง ปัญหาครอบครัว ปัญหาหนี้สิน เกิดความเสียหายในหน้าที่การงาน การเรียน ส่งผลให้เกิดการกระทำผิดกฎหมายนำไปสู่การก่ออาชญากรรม ขโมย ปล้น คอรัปชั่น หนี้ออกระบบ เป็นต้น (รติมา คชนั้นท์, 2557; Lee et al., 2006; Wu & Chen, 2015) ซึ่งจะนำไปสู่ปัญหาอื่นๆ ต่อไปแก่ชุมชนสังคมและประเทศชาติ

กาลิโนจัดอยู่ในประเภทการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อน ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาค้นคว้าความรู้ นอกจากนี้กาลิโนยังเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในความสนใจเป็นพิเศษ (Special Interest Tourism) โดยการท่องเที่ยวการพนันของนักท่องเที่ยวได้แรงผลักดันจากความปรารถนาในตนเอง การแสวงหาความบันเทิงและสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ (Metaxas & Folinas, 2016) นอกจากนี้ Leiper (1989) ได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและการพนัน โดยนำเสนอรูปแบบของผู้เล่นการพนัน (กาลิโน) ตามทฤษฎีแรงจูงใจของ Gray (1970) โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวแบบ Wanderlust มีแนวโน้มที่จะชอบเล่น การพนันน้อยกว่านักท่องเที่ยวแบบ Sunlust ที่ต้องการใช้เวลาและความสนุกสนานในการท่องเที่ยว (Leiper, 1989)

แนวคิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation)

การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation) เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยว (Baloglu & Uysal, 1996; Crompton,

1979; Saayman, Slabbert & Van, 2009) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นจุดเริ่มต้นของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและเป็นแรงผลักดันให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวและมีความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการในการท่องเที่ยวมากขึ้น (Baloglu & Uysal, 1996; Jiang, Scott & Din, 2015)

แนวคิดในเรื่องแรงจูงใจการท่องเที่ยว (Travel Motivation) มีนักวิชาการและนักวิจัยได้ศึกษาในบริบทของการท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงสาเหตุที่เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ อาทิเช่น ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of Need) ทฤษฎีแรงจูงใจของ Gray (1970) เสนอแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ถูกกระตุ้นจากแรงจูงใจที่แตกต่างกันดังนี้ 1.แรงจูงใจในการชอบเดินทาง จากการหลีกเลี่ยงความจำเจแบบเดิมๆ ค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่ ชอบเดินทางท่องเที่ยวหลายแห่งมากกว่าอยู่ที่เดียวนานๆ (Wanderlust) 2.แรงจูงใจจากแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่อเสียง ชอบใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เดียวนานๆ (Sunlust) ทฤษฎีแรงจูงใจของ McIntosh (1977) ทฤษฎีแรงจูงใจของ Dann (1977, 1981) ทฤษฎีแรงจูงใจของ Crompton (1979) ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder: TCL) ของ Pearce & Caltabiano (1983) ทฤษฎีการกระตุ้นที่พอเหมาะ (Optimal Arousal Theory) ของ Iso-Ahola (1982) และทฤษฎีแรงจูงใจของ Swarbrooke & Horner (1999) เป็นต้น

โดยเฉพาะทฤษฎีแรงจูงใจของ Crompton (1979) “แรงจูงใจวาระซ่อนเร้น (Hidden Agenda)” ที่นำมาใช้ในบทความนี้ ให้ความเห็นว่าแรงจูงใจเป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

ของนักท่องเที่ยวและการกระทำของนักท่องเที่ยว (Crompton, 1979; Iso-Aloha, 1982) โดยแบ่งแรงจูงใจ ออกเป็น ปัจจัยผลักดันกับปัจจัยดึงดูด (Push and Pull Factors) ทำให้การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแตกต่างกันไป ปัจจัยผลักดัน หมายถึงปัจจัยที่เป็นแรงกระตุ้นภายในให้คนตัดสินใจเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือออกจากสภาพแวดล้อมเดิมๆ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยทางจิตวิทยา สังคม ประกอบด้วย การหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจในชีวิตประจำวัน (Escape) การค้นหาและประเมินตนเอง (Self-Exploratory) การพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation) ความรู้สึกมีเกียรติยศ ชื่อเสียง ความมีหน้ามีตา (Prestige) การกลับสู่ความเป็นตัวเองหรือย้อนสู่อดีต (Regression) ความต้องการกระชับความสัมพันธ์ภายในครอบครัว (Kinship-enhancement) เช่น การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องและความต้องการที่จะเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพทางสังคมกับบุคคลอื่น (Social interaction) ส่วนปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) หรือปัจจัยทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การได้พบสิ่งแปลกใหม่ (Novelty) และการได้ศึกษาเรียนรู้ (Education) รวมทั้งทฤษฎีของ Dann (1977, 1981) กล่าวถึง ความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด โดยมีการอธิบายเพิ่มเติมว่าปัจจัยผลักดันจะเกิดขึ้นก่อน จากนั้นปัจจัยดึงดูดจึงเกิดตามมาซึ่งนักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวชนิดใดหรือแบบใดก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยผลักดันในตัวนักท่องเที่ยว มีความเชื่อว่านักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพราะได้รับแรงกระตุ้นที่มีความแตกต่างกันระหว่างความต้องการในตัวนักท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลักดัน

(Push Factors) และสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวให้คนตัดสินใจที่จะเดินทางเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) หรือปัจจัยภายนอกของ ตัวบุคคล ได้แก่ ความสวยงามน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านสถานที่พักและการเดินทาง เป็นต้น

แรงจูงใจปัจจัยผลักดัน ปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยว การพนัน (Push and Pull Factors Motivation)

“ทำไมคนเล่นการพนัน?” การเข้าใจแรงจูงใจในการพนันสามารถป้องกันปัญหาการพนันและขจัดสิ่งเร้าจากการพนัน รวมทั้งการอธิบายในมุมมองการสร้างกิจกรรมสันตนาการเพื่อความเพลิดเพลินในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพนัน (Binde, 2013; Lee et al., 2006) โดยทั่วไปมีเหตุผลในเรื่องความชอบส่วนบุคคล บุคลิกภาพ แรงจูงใจในการเล่นการพนันโดยเฉพาะประเด็น “โอกาสในการชนะ” คือแรงจูงใจหลักในการเล่นการพนัน และแง่มุมทางวัฒนธรรม เช่น ความคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้โชคดี เป็นสิ่งดึงดูดผู้คนให้เข้ามาเล่นการพนัน

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในประเด็นของปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ตามแนวคิดทฤษฎีของ Crompton (1979) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวการพนัน แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นแรงกระตุ้นภายในทางจิตวิทยาสังคม ความต้องการภายในตัวนักท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้ผู้คนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง เช่น ความรู้สึกมีเกียรติ (Prestige) การพักผ่อนหย่อนใจ

(Relaxation) เป็นต้น และ ปัจจัยดึง (Pull Factors) เป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยว เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (Crompton, 1979; Dann, 1977,1981)

ในระยะเริ่มแรกการศึกษาวิจัยด้านการพนัน ได้สรุปเหตุผลจูงใจในการพนันไว้ 7 ประการ คือ ความโลภ ความต้องการเป็นที่ยอมรับ การบรรเทาความเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน การทำให้ตนเองเป็นผู้มีสติปัญญา ความเชื่อเรื่องโชคลความสนุกตื่นเต้น และความเพ้อฝัน (Peter Arnold, 1974 อ้างถึงใน รติมา คชนันท์, 2557) ในเวลาต่อมา นักวิชาการสนใจ ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวการพนัน โดยใช้วิธีการศึกษารวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เช่น การใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การจัดสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เป็นต้น สามารถสรุปประเด็นเนื้อหาได้ดังนี้

Ma & Lai (2016) ได้ศึกษา แรงจูงใจ การพนันของนักท่องเที่ยวจากสิโนในมาเก๊า พบว่ามีแรงจูงใจ 8 ด้าน ได้แก่ ความต้องการการเรียนรู้ (Learning) ความสนุกสนาน (Enjoyment) ความตื่นเต้น (Excitement) การหลีกเลี่ยงความจำเจ (Escape) การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Socialization) ความภูมิใจการทำทาย (Prestige/Challenge) ความต้องการชนะเงินรางวัล (Winning/Monetary) งบประมาณ ความเสี่ยงจากการสูญเสีย (Budget/Cost-lose) ในปีเดียวกัน Wang et al. (2016) ได้ศึกษา ความเที่ยงตรงของแรงจูงใจในการพนัน ทศนคติ

และพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมาเก๊า พบว่ามีแรงจูงใจ 6 ด้าน ได้แก่ ความภาคภูมิใจ (Self-Worth) ความต้องการเงินรางวัล (Monetary Gains) การแสวงหาอารมณ์ความรู้สึกที่แปลกใหม่ (Sensation Seeking) การลดความเบื่อหน่าย (Boredom Alleviation) ความต้องการการเรียนรู้ (Learning) การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Socialization) ในปี 2015 Chan, Wan & Wong (2015) ได้ศึกษา คุณลักษณะแรงจูงใจ พฤติกรรมของนักพนันชาวจีนในมาเก๊า พบว่ามีแรงจูงใจ 4 ด้าน ได้แก่ ความต้องการชนะ (Winning) การท้าทาย (Challenge) การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social) การหลีกเลี่ยงความจำเจ (Escape) การศึกษาของ Lee et al. (2015) ได้ศึกษา ความแตกต่างของแรงจูงใจ ระหว่างกิจกรรมการพนันและกิจกรรมสันทนาการของนักพนันในประเทศเกาหลีใต้ พบว่ามีแรงจูงใจ 6 ด้าน ได้แก่ การหลีกเลี่ยงความจำเจ (Escape) ความต้องการการท้าทาย (Challenge) ด้านความตื่นเต้น (Excitement) การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Socialization) สถานที่ท่องเที่ยว (Sightseeing) และ ความต้องการชนะ (Winning)

Binde (2013) ศึกษาแรงจูงใจในการพนัน พบว่ามีแรงจูงใจ 5 ด้าน ได้แก่ โอกาสในการชนะ (Chance of winning) ความต้องการเงินรางวัลพิเศษหรือแจ็กพอต (The dream of hitting the jackpot) การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social rewards) การท้าทายทางปัญญา (Intellectual challenge) เพื่อการปรับเปลี่ยนอารมณ์ (Mood change) นอกจากนี้ ในปี 2009 Fang & Mowen (2009) ได้ศึกษา ลักษณะของ

แรงจูงใจในกิจกรรมการพนัน พบว่ามีแรงจูงใจ 5 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจด้านเงินรางวัล (Money) แรงจูงใจด้านความตื่นเต้น (Excitement) การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social interaction) การหนีความจำเจ จากปัญหา (Escape from problems) ความภาคภูมิใจ (Self-esteem) ต่อมา Lee et al. (2009) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบแรงจูงใจในนักพนันในเกาหลีใต้ พบว่ามีแรงจูงใจ 4 ด้าน ได้แก่ การหนีความจำเจ (Escape) การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Socialization) ความต้องการชนะ (Winning) แรงจูงใจด้านทิวทัศน์แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น (Sightseeing/Cultural) Thomas, Allen, & Phillips (2009) ได้ศึกษาการวัดแรงจูงใจการพนันในเครื่องเล่นเกมอิเล็กทรอนิกส์พบปัจจัยจูงใจ 3 ด้าน ได้แก่ การหนีปัญหา (Escape Problem) ความสามารถในการเข้าถึงสถานที่การพนัน (Accessibility) บรรยากาศของสถานที่และสิ่งแวดล้อม (Social Environment) ในปี 2006 Lee et al. (2006) ได้ศึกษา การแบ่งนักการพนันในเกาหลีใต้โดยใช้แรงจูงใจ พบว่าเกิดจากแรงจูงใจ 4 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจด้านการเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Socialization) การท้าทาย (Challenge) การหนีความจำเจ (Escape) ความต้องการชนะ (Winning) และ Tarras, Singh, & Moufakkir (2000) ได้ศึกษา แรงจูงใจในนักการพนันผู้หญิงสูงอายุในมิชิแกน พบว่ามีแรงจูงใจ 5 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจด้านตื่นเต้น บันเทิง (Excitement/Entertainment) ความต้องการชนะและท้าทาย (Winning/ Challenge) การหนีความจำเจ

(Escape) การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Socialization) ปัจจัยภายนอก (โรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์การค้า การแสดง บรรยากาศ แสง สี เป็นต้น)

บทความวิชาการนี้ได้้นำแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยผลัก (Push Factors) และปัจจัยดึง (Pull Factors) ที่เป็นตัวกำหนดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว นำมาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวการพนัน (Casino Tourism Motivation) โดยสรุปการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการพนันที่กล่าวมาข้างต้น พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวการพนันแตกต่างกันไปตามลักษณะภายในของแต่ละบุคคล รวมถึง ลักษณะจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวที่แต่ละคนตัดสินใจเดินทาง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อคำถามและแยกองค์ประกอบนำมาสังเคราะห์ตามทฤษฎีแนวคิดแรงจูงใจปัจจัยผลัก (Push Factors Motivation) และ แรงจูงใจปัจจัยดึง (Pull Factors Motivation) ของ Crompton (1979) สามารถ สรุปและแบ่งประเภทแรงจูงใจในการพนันได้ดังนี้ ปัจจัยผลัก (Push Factors) ที่เป็นแรงกระตุ้นภายในตัวนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวการพนัน ประกอบด้วย 9 ปัจจัย ได้แก่ การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Socialization) กาสินเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ มีการปฏิสัมพันธ์พูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างการเล่นการพนันกับบุคคลที่คุ้นเคยหรือเพื่อนใหม่ การหนีความจำเจ

(Escape) กาสสิโนเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ให้ความสนุกครื้นเครง และเป็นสถานที่ผ่อนคลาย ความเครียด ความเบื่อหน่าย ความทุกข์ จาก สภาพแวดล้อมเดิมๆ ความต้องการการท้าทาย (Challenge) การได้ทำกิจกรรมใหม่ๆในการสถาน การพนัน (กาสสิโน) โดยการเรียนรู้ผ่านเกมการพนัน ต่างๆที่ไม่เคยเล่นมาก่อนซึ่งการพนันเป็นเรื่องของ ความเสี่ยงที่จะชนะหรือแพ้ ความต้องการชนะ (Winning) การเป็นผู้ชนะในเกมการพนันแสดงถึง ความรู้สึกการประสบความสำเร็จอย่างหนึ่ง หรือ ความต้องการเงินที่สูญเสีย(แพ้)กลับมา รวมทั้ง การทดสอบความโชคดีของตัวเองเล่น ความต้องการ เงินรางวัล (Monetary Gains) การเล่นเกมการพนัน เป็นการสร้างรายได้ และคาดหวังเงินรางวัล ผลกำไรจากการพนัน ความตื่นเต้น (Excitement) การเล่นเกมการพนันจะคาดการณ์ถึงการชนะและ การได้เงินรางวัลจากการพนันทั้งรางวัลปกติและ รางวัลพิเศษ (Jackpot) ความสนุกสนาน บันเทิง (Fun/Entertainment) กิจกรรมต่างๆ และเกม การพนันในกาสสิโนทำให้เกิดความสนุกสนานผ่อนคลาย ความภาคภูมิใจ (Self-esteem) เป็นผลด้าน ความรู้สึกที่ผู้เล่นการพนันสามารถเล่นชนะเจ้ามือ ในเกมการพนัน สร้างเงินรายได้จากการพนัน

เป็นที่รู้จักและยอมรับของคนอื่นๆ ด้านการแสวงหา อารมณ์ ความรู้สึกที่แปลกใหม่ (Sensation seeking) การเล่นเกมการพนันเป็นการเพิ่มประสบการณ์ ทางสุนทรีภาพทางอารมณ์ สร้างความสุขทางกาย และทางจิตใจงบประมาณและความเสี่ยงจากการ สูญเสีย (Budget/Cost-lose) การพนันเป็นเรื่อง ของความเสี่ยงในเกมการพนันมีทั้งโอกาสได้และ เสียเงินจากการพนัน ส่วนปัจจัยดึง (Pull Factors) เป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยวหรือสถาน กาสสิโน ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปยังสถาน การพนัน (กาสสิโน) ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม (Sightseeing/ Cultural) แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กับสถานกาสสิโน รวมทั้งวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นที่น่าสนใจ และ บรรยากาศ การเข้าถึงสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ภายในและรอบบริเวณกาสสิโน (Atmosphere/ Accessibility/Facilities) เช่น บรรยากาศภายใน กาสสิโน แสง สี เสียง ร้านอาหาร ศูนย์การค้า โรงภาพยนตร์ กิจกรรมและการแสดงต่างๆ เป็นต้น สรุป งานวิจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวการพนัน แบ่งตามปัจจัยผลึกและปัจจัยดึง ดังแสดงใน ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 งานวิจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวการพนัน (ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึง)

แรงจูงใจ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
ปัจจัยผลักดัน (Push Factors)	
● การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Socialization)	Binde,2013; Chan, Wan, & Wong, 2015; Fang & Mowen, 2009; Lee et al.,2015; Lee et al., 2009,2006; Ma & Lai, 2016; Tarras, Singh, & Moufakkir,2000; Wang et al.,2016
● การหนีหนีความจำเจ (Escape)	Chan, Wan, & Wong, 2015; Fang & Mowen, 2009; Lee et al.,2015, 2009, 2006; Ma & Lai, 2016; Tarras, Singh, & Moufakkir, 2000; Thomas, Allen, & Phillips., 2009; Wang et al.,2016
● ความต้องการการท้าทาย (Challenge)	Binde,2013; Chan, Wan, & Wong, 2015; Lee et al.,2015; Ma & Lai, 2016; Tarras, Singh, & Moufakkir, 2000
● ความต้องการชนะ (Winning)	Binde,2013; Chan, Wan, & Wong, 2015; Lee et al., 2015, 2009, 2006; Ma & Lai, 2016; Tarras, Singh, & Moufakkir, 2000
● ด้านความต้องการเงินรางวัล (Monetary Gains)	Binde,2013; Fang & Mowen, 2009; Ma & Lai, 2016; Wang et al.,2016
● ความตื่นเต้น (Excitement)	Fang & Mowen, 2009; Lee et al.,2015; Ma & Lai, 2016; Tarras, Singh, & Moufakkir, 2000
● ความสนุกสนาน บันเทิง (Fun/ Entertainment)	Ma & Lai, 2016; Tarras, Singh, & Moufakkir, 2000
● ความภาคภูมิใจ (Prestige/ Self-esteem)	Fang & Mowen, 2009; Ma & Lai, 2016; Wang et al.,2016

ตารางที่ 1 งานวิจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวการพนัน (ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึง) (ต่อ)

แรงจูงใจ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
<ul style="list-style-type: none"> ● การแสวงหาอารมณ์ ความรู้สึกละเอียดใหม่ การเรียนรู้ (Sensation seeking/ Learning) งบประมาณ/ ความเสี่ยงจากการสูญเสีย (Budget/Cost-lose) 	<p>Binde,2013; Ma & Lai, 2016; Wang et al.,2016</p>
ปัจจัยดึง (Pull Factors)	
<ul style="list-style-type: none"> ● สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม (Sightseeing/Cultural) 	<p>Lee et al.,2015, 2009</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● สถานที่บรรยากาศ การเข้าถึง สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ภายในและรอบบริเวณกาสิโน (Social Environment Atmosphere/ Accessibility/ Facilities) 	<p>Tarras, Singh, & Moufakkir, 2000; Thomas, Allen, & Phillips, 2009</p>

ที่มา: ผู้วิจัย

จากข้อมูลในตารางที่ 1 เมื่อนำปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวการพนันมาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับทฤษฎีแนวคิดแรงจูงใจปัจจัยผลักและแรงจูงใจปัจจัยดึง ของ Crompton (1979) พบว่า ในด้านแรงจูงใจปัจจัยผลัก (Push Factors Motivation) ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นภายในตัวนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานการพนัน (กาสิโน) สัมพันธ์โดยตรงกับทฤษฎีของ Crompton 4 ปัจจัย ได้แก่ การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล (Socialization) การหลีกเลี่ยงความจำเจ (Escape) ความสนุกสนานบันเทิง (Fun/Entertainment) ความภาคภูมิใจ (Self-esteem) ส่วนในเรื่องของความต้องกรชนะ (Winning) ความต้องกรเงินรางวัล (Monetary Gains) ความท้าทาย (Challenge) ความตื่นเต้น (Excitement) และการแสวงหาอารมณ์ความรู้สึกที่แปลกใหม่ การเรียนรู้ (Sensation seeking/ Learning) งบประมาณ ความเสี่ยงจากการสูญเสีย (Budget/ Cost-lose) เป็นลักษณะเฉพาะที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวการพนัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Binde (2013, 2009) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวการพนันเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวแสวงหาการชนะและเงินรางวัลภายใต้ความเสี่ยง ความต้องกรชนะเป็นแรงจูงใจหลักในการเล่นการพนัน (Winning) และเป็นพื้นฐานของมนุษย์ที่ต่อกรชนะในเกม คาดหวังว่าจะเป็นผู้ชนะและไม่คิดว่าแพ้ การชนะในเกมการพนันก่อให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ การมีอารมณ์ความสุข การได้รับการยอมรับในกลุ่มผู้เล่นการพนันและทำให้มีความคิดว่าตัวเองประสบความสำเร็จอย่างหนึ่ง และการพนันสามารถ

สร้างรายได้จำนวนมาก แต่ในอีกมุมมองหนึ่ง คือการเล่นการพนันเพื่อต้องการเงินที่สูญเสีย (แพ้) กลับมาโดยการเล่นการพนันอย่างต่อเนื่องเพื่อต่อกรชนะ รวมทั้งมีความเชื่อเรื่องความโชคดีของตัวผู้เล่น โดยผลลัพธ์ที่ตาม คือการได้เงินรางวัลทั้งแบบปกติและรางวัลพิเศษ (Jackpot) ทำให้เกิดความตื่นเต้นและท้าทาย หรือในทางตรงกันข้ามอาจ เป็นผู้ล้มละลายจากการเล่นการพนัน ส่วนแรงจูงใจปัจจัยดึง (Pull Factors Motivation) เป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานกาสิโนในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังสถานการพนัน (กาสิโน) สอดคล้องกับทฤษฎีของ Crompton (1979) ประกอบด้วย การได้เห็นสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่การศึกษา เรียนรู้ วัฒนธรรม ประเพณี ท้องถิ่น (Sightseeing/Novelty) และ สิ่งอำนวยความสะดวก บรรยากาศ แสง สี ภายในสถานการพนัน (กาสิโน) (Atmosphere/ Accessibility/ Facilities) เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์การค้า แหล่งช้อปปิ้ง พิพิธภัณฑ์ โรงละคร โรงภาพยนตร์ สวนสนุก ห้องประชุม กิจกรรมและการแสดงต่างๆ เป็นต้น

มูลเหตุจูงใจทั้งแรงจูงใจปัจจัยผลัก (Push Factors Motivation) และแรงจูงใจปัจจัยดึง (Pull Factors Motivation) ที่กล่าวมาข้างต้นไม่เพียงแต่เป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเล่นเท่านั้น แต่ยังสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นที่มีกิจกรรมการพนันเกิดขึ้นประจำอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การติดการพนันและก่อให้เกิดปัญหาระดับสังคมและประเทศต่อไป

สรุป

บทความวิชาการนี้ได้นำทฤษฎีแรงจูงใจ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors Motivation) และ แรงจูงใจปัจจัยดึง (Pull Factors Motivation) ของCrompton (1979) มาประยุกต์และวิเคราะห์กับการท่องเที่ยวการพนัน ซึ่งมีงานวิจัยน้อยมากที่นำทฤษฎีดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ในหลากหลายมิติ สำหรับภาครัฐในการป้องกันการเข้าไปเกี่ยวข้องกับกาการพนัน ในด้านภาคธุรกิจเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวพนันให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวและด้านวิชาการในการนำองค์ความรู้ใหม่ไปพัฒนางานวิชาการ งานวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวการพนันรวมทั้งงานทางจิตวิทยาสังคม สำหรับการศึกษาศึกษาปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลต่อการ ติดการพนัน เป็นต้น

การทราบถึงสาเหตุแรงจูงใจใน การท่องเที่ยวการพนันมีความสำคัญและช่วยให้เข้าใจปัญหา ระบุสาเหตุที่แท้จริงของผู้ติดการพนันหรือผู้ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงเพื่อหาแนวทางป้องกันการเล่นการพนันทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ที่อาจส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจ สังคม ครอบครัว ด้านสุขภาพของนักพนันและต่อบุคคลอื่น การสร้างเสริมแรงจูงใจในการไม่สนับสนุนหรือการเลิกเล่นพนันให้แก่นักท่องเที่ยว นักการพนัน โดยทำการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์มาเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์ (เลิกเล่นการพนัน การไม่หมกมุ่นในการพนัน)

เพื่อเป็นแนวทางป้องกันปัญหาภาคสังคมควรมีมาตรการที่เหมาะสมในเรื่อง การควบคุมสภาพแวดล้อมที่เสริมแรงการพนันโดยผ่านทางระบบกฎหมาย (การบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้ม

งวดจริงจัง) ทางสังคม (ซึ่งให้เห็นถึงผลกระทบของการพนัน) ทางการศึกษา(ให้ความรู้ ความเข้าใจ สร้างค่านิยมที่ถูกต้องเกี่ยวกับการพนันให้แก่เด็กและเยาวชน) ทางศาสนา (ปลูกฝังให้เห็นหลักธรรม คำสอนว่าการพนันเป็นอบายมุข เป็นสิ่งที่ไม่ควรเข้าไปเกี่ยวข้องในทุกช่วงวัย) และในการจัดการปัญหาการพนัน เช่น แรงจูงใจหลักในการเล่นการพนัน คือ โอกาสในการชนะ (Chance of winning) และการได้เงินรางวัล มีความตื่นเต้นและท้าทาย ดังนั้น ควรการปรับเปลี่ยนความเข้าใจในมิติทางเศรษฐกิจให้ถูกต้องในประเด็น ที่กล่าวว่า การพนันสามารถสร้างเงิน สร้างรายได้จำนวนมากโดยไม่จำเป็นต้องทำงานหรือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจประจำวัน หรือมิติทางสังคมวัฒนธรรม การพนันเป็นวิธีการหาเงินซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายและลงทุนต่ำผลตอบแทนสูง ให้ผลตอบแทนคุ้มค่า ความเชื่อเรื่องโชคลางในสังคมไทย (กาญจน์นภา พงศ์นพรัตน์ และ ธีรโชติ ภูมิภมร, ม.ป.ป.) ควบคุมไม่ให้มีการส่งเสริมโฆษณาเกี่ยวกับการพนันไม่สนับสนุนประชาสัมพันธ์ สื่อสารถึงความสำเร็จจากการเสี่ยงโชค เช่น การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อถึงผู้โชคได้ถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล มีมาตรการรณรงค์ ลดละเลิกการเล่นการพนันอย่างจริงจัง ให้ประชาชนเห็นโทษของการเล่นการพนันที่จะมีต่อตนเอง ครอบครัว สังคมและประเทศชาติ ส่งผลกระทบต่อสังคมทั้งในระยะสั้นและ ระยะยาว

รัฐควรสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชนในด้านการพนัน โดยการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพนัน รณรงค์เผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพนันให้นักท่องเที่ยว ผู้ที่ติดการพนันหรือผู้ที่มีพฤติกรรมเสี่ยง ตระหนักว่าการพนันไม่ใช่เรื่องปกติ สนับสนุน ให้มีการงด

ลดเลิก การพนันทุกชนิดและมีความเข้มงวด พัฒนาระบบบรรณรงค์ประชาสัมพันธให้ มี ประสิทธิภาพ ผ่านทางสื่อสังคม สถาบันการศึกษา มีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการพนันอย่างกว้าง ขวางและเข้าถึงง่าย รวมทั้งเพิ่มการเสริมแรงทาง บวก การสร้างสภาพแวดล้อมที่ไม่เกี่ยวข้อง และ ห่างไกลการพนัน ทำให้พื้นที่การพนัน มีน้อยที่สุด เพิ่มพื้นที่และเปิดโอกาสการทำกิจกรรมเชิง สร้างสรรค์ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลใน ครอบครัว เป็นต้น

หน่วยงานภาครัฐควรทำงานเชิงรุกในการ กำกับ ควบคุมดูแล ปราบปราม อุปทานการพนัน (บ่อน) และอุปสงค์ในการพนัน (ผู้เล่น) มีการบังคับ ใช้กฎหมายเพื่อปราบปรามจับกุมการเล่นการพนัน อย่างเข้มงวดและจริงจัง เพิ่มบทลงโทษให้กับ ผู้ ลักลอบจัดหาและเล่นการพนันให้หนักขึ้น ปรับปรุง กฎหมายว่าด้วยการพนันที่ใช้บังคับในปัจจุบันให้ ทันสมัย การนำไปสู่มาตรการควบคุมหรือการ สันับสนุน การไม่เสริมแรงในการพนัน สร้าง ภูมิคุ้มกันให้กับสังคม เกิดบรรยากาศทางสังคม ว่าการพนันเป็น สิ่งอันตราย และสร้างความร่วมมือ ให้ชุมชน สังคม หน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่องและ มีประสิทธิภาพ

ในมุมมองทางธุรกิจ การเข้าใจถึงแรงจูงใจ ปัจจัยหลักและแรงจูงใจปัจจัยตั้งของนักท่องเที่ยวนั้น เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ นักการตลาด นัก วิจัย ในธุรกิจท่องเที่ยวการพนัน (กาสิโน) เนื่องจาก

ความเข้าใจในแรงจูงใจทัศนคติและวิถีชีวิตของนัก ท่องเที่ยวแต่ละคน มีความหลากหลายแตกต่างกัน ต้องตระหนักและเข้าใจถึงความต้องการต่างๆของ นักท่องเที่ยวเหล่านั้น จึงสามารถทำกลยุทธ์ ทางการตลาด วางแผนพัฒนาสินค้า (แหล่งท่อง เที่ยว) และบริการ ในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวการ พนันเดินทางเข้ามาใช้บริการตอบสนองความ ต้องการแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึง พอใจสูงสุดในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวนั้น ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวหรือใช้ บริการ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยส่ง ผลต่อการกลับมาเยี่ยมเยือนท่องเที่ยวซ้ำหรือการ บอกต่อของนักท่องเที่ยวนั้นต่อไป (Mayer & Johnson, 2003; Phillips, Jang, & Canter, 2010; Sung, 2004; Tarras, Singh, & Moufakkir, 2000)

ส่วนด้านวิชาการก่อให้เกิดประโยชน์ โดย เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ในการประยุกต์ใช้ ทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยว การพนัน เป็นการเชื่อมโยงและบูรณาการเนื้อหาไป ใช้ประโยชน์ในด้านการเรียนการสอน การศึกษาค้นคว้า วิจัย โดยการศึกษาวิจัยในเรื่องการท่อง เที่ยวการพนัน (กาสิโน) เป็นประเด็นสำคัญและ อ่อนไหวในภาคสังคมของประเทศ แต่ก็ควรให้การ สันับสนุนศึกษาวิจัยให้มากขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์แก่ ภาครัฐและเอกชนในการดำเนินการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวการพนัน (กาสิโน) อย่างเหมาะสมต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

- กาญจนา พงศ์นพรัตน์ และ ชีวโชติ ภูมิภมร. (ม.ป.ป.). **เยาวชนกับการพนัน: ปัจจัยเสี่ยง ความเปราะบาง และผลกระทบทางสังคม**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน.
- รติมา คชนันท์. (2557). **ธุรกิจกาสิโน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- รัตพงษ์ สอนสุภาพ. (2555). **บ่อนพนันตามแนวชายแดนผลกระทบและแนวทางการจัดการ**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน.
- ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน. (2556). **รายงานประจำปี 2555 ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- Baloglu, S., & Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: a canonical correlation approach. *International Journal of contemporary Hospitality Management*, 3 (8), 32-38.
- Binde, P. (2013). Why people gamble: A model with five motivational dimensions. *International Gambling Studies*, 13, 81-97.
- _____ (2009). **Gambling motivation and involvement**. Stockholm: The Swedish National Institute of Public Health.
- Chan, S. H. J., Wan, P.Y.K., & Wong, I K. A. (2015). Exploring the differences among Chinese casino gamblers' characteristics, motivations, and behavior. *Journal of Vacation Marketing*, 21(1), 23-36.
- Crompton, J. (1979). Motivations of pleasure vacations. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, (4), 184-194.
- _____ (1981). Tourist motivation- an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187 – 219.
- Fang, X. & Mowen, J. C. (2009). Examining the trait and functional motive antecedents of four gambling activities: Slot machines, skilled card games, sports betting, and promotional games. *Journal of Consumer Marketing*, 26(2), 121–131.
- Gray, J. P. (1970). **International Travel - International Trade**. Lexington Heath: Lexington Books.
- Iso-Ahola, S.E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: a rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9, 256-262.
- Jiang, S., Scott, N., & Ding, P. (2015). Using means-end chain theory to explore travel motivation An examination of Chinese outbound tourists. *Journal of Vacation Marketing*, 21(1), 87–100.

- Lee, C. K., Bernhard, B. J., Kim, J., Fong, T., & Lee, T. K. (2015). Differential gambling motivations and recreational activity preferences among casino gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 31(4), 1833–1847.
- Lee, C. K., Lee, B. K., Bernhard, B. J., & Lee, T. K. (2009). A comparative study of involvement and motivation among casino gamblers. *Psychiatry Investigation*, 6(3), 141–149.
- Lee, C. K., Lee, Y. K., Bernhard, B. J., & Yoon, Y. S. (2006). Segmenting casino gamblers by motivation: A cluster analysis of Korean gamblers. *Tourism Management*, 27(5), 856–866.
- Leiper, N. (1989). Tourism and Gambling. *GeoJournal*, 19, 269–275.
- Ma, E., & Lai, I. K. W. (2016). Gambling motivation among tourists in Macau's casino resorts. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(11), 1227–1240.
- Mayer, K. J., & Johnson, L. (2003). A customer-based assessment of casino atmospherics. *UNLV Gaming Research and Review Journal*, 7(1), 21–32.
- McIntosh, R., & Shashikant, C. (1977). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 3rd ed., Ohio: Grid, Inc.
- Metaxas, T., & Folinas, S. (2016). *Gambling Tourism and Economic Development: Some lessons from Macao*. Munich: Munich Personal RePEc Archive.
- Pearce, P. L., & Caltabiano, M. L. (1983). Inferring Travel Motivation from Travelers' Experiences. *Journal of Travel Research*, 22(2), 16-20.
- Phillips, W. J., Jang, S., & Canter, D. D. (2010). Senior Casino Gaming Motivation: Measurement Scale Development. *Tourism Analysis*, 15(2), 197-212.
- Saayman, M., Slabbert, E., & Van der Merwe, P. (2009). Travel Motivation: A Tale of Two Marine Destinations in South Africa. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 31(1), 81-94.
- Sung, H. (2004). Classification of adventure travelers: Behavior, decision making, and target markets. *Journal of Travel Research*, 42(4), 343-356.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Tarras, J., Singh, A. J., & Moufakkir, O. (2000). The Profile and Motivations of Elderly Women Gamblers. *Gaming Research & Review Journal*, 5(1), 33-46.
- Thomas, A. C., Allen, F. C., & Phillips, J. (2009). Electronic Gaming Machine Gambling: Measuring Motivation. *Journal of Gambling Studies*, 25(3), 343-355.

- Wang, Y. Y., Tong, K.K., Wu, A. M. S., & Yu. S. (2016). Validation of the Revised Inventory of Gambling Motives, Attitudes, and Behaviours (GMAB-R) Among Chinese University Students. *Journal of Gambling and Commercial Gaming Research*, 1, 53-67.
- Wu, S. & Chen, Y. (2015). The social, economic, and environmental impacts of casino gambling on the residents of Macau and Singapore. *Tourism Management*, 48, 285-298.