

THE INFLUENCE OF HEALTHY LIVING AND PERCEPTION OF SERVICE QUALITY ON INTENTION TO REVISIT OF HEALTH PROMOTION TOURISM DEPENDING ON TRAVEL MOTIVATION OF FOREIGN TOURIST IN PATTAYA, CHON BURI PROVINCE, THAILAND

Baralee Seeya^{1*}, Surat Supichayangkool¹, Suchonnee Methiyothin¹, Krit Jarinto¹

¹Graduated School Of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

ABSTRACT

The research objective was to study the influence of healthy living and perception of service quality on revisit intention of health promotion tourism depending on travel motivation of foreign tourists in Pattaya, Chon Buri Province. Simple Random Sampling and Systematic Sampling were implemented for the group sampling of foreign tourists. The sample group consisted of 410 foreign tourists of health promotion tourism in Pattaya, Chon Buri Province. The statistics used for data analysis included parentage, mean, standard deviation, factor analysis, Independent sample t-test, One-Way ANOVA (t-test), and multiple regression analysis, and the test of mediation Effects was done through Multiple Regression.

The findings revealed that male tourists were the majority of the foreign tourists traveling with health promotion tourism. They used Thai massage service the most. They were American and their age range was 25-34 years and they were single. Most of them had bachelor's degree and were technicians. Their income was \$35,001 - \$ 55,000 and their length of the stay was one week. Most of the foreign tourists had the uncertain level of their healthy living. They agreed that they perceived the service quality. They also agreed that they had travel motivation. They quite agreed that they had intention to revisit Thailand. From the test of hypotheses, it was found that foreign tourists with different occupation had difference in travel motivation concerning impulsion and attraction. Healthy living, including health care; stress management; and doing exercise, was positively correlated with travel motivation at the significance level of 95 %. The service quality perception, concerning trust and tangibility features, was positively correlated with travel motivation at the significance level of 95 %. Travel motivation, concerning impulsion factor and attraction factor, was positively correlated with revisit intention at the significance level of 95 %. Healthy living had no effect on revisit intention but revisit intention depended on foreign tourists' travel motivation of health promotion tourism in Pattaya, Chon Buri Province at the significance level. The perception of service quality had an effect on revisit intention of foreign tourists of health promotion tourism in Pattaya, Chon Buri Province at the significance level of 95 %.

Keywords: Healthy living, Perception of service quality, Travel motivation, Intention to revisit

*Corresponding author : E-mail address : josaphin_ice@hotmail.com

การศึกษาอิทธิพลของการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยและการรับรู้คุณภาพ การบริการที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

บราลี สียา¹, ดร.สุรติ สุพิชญากูร¹, สุชนนี เมธิโยธิน¹, กฤษ จรินทร์¹

¹วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยและการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเลือกนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 410 คน คัดเป็น ร้อยละ 93.18 ของแบบสอบถามทั้งหมด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัย การวิเคราะห์ปัจจัย Independent sample t-test และ One-Way ANOVA (F-test) วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ และการทดสอบ Mediation Effects Using Multiple Regression ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยได้รับการแนะนำไทยมากที่สุด มีสัญชาติสหรัฐอเมริกา มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด มีอาชีพเจ้าหน้าที่ทางเทคนิค มีรายได้ \$35,001 - \$55,000 และมีระยะเวลาการท่องเที่ยว 1 สัปดาห์ มากที่สุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความคิดเห็นต่อการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย มีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย มีระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดแตกต่างกันและการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยด้านการดูแลสุขภาพ การจัดการความเครียด และด้านระดับการ ออกกำลังกายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 การรับรู้คุณภาพการบริการด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ และด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านปัจจัยดึงดูดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 การใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยไม่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และการรับรู้คุณภาพการบริการมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัย, การรับรู้คุณภาพการบริการ, แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว, ความตั้งใจ กลับมาเที่ยวซ้ำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2546 คณะรัฐมนตรีได้มอบหมายให้กระทรวงสาธารณสุขกำหนดยุทธศาสตร์สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย ตามนโยบายการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ภายในระยะเวลา 5 ปี ซึ่งได้มีการกำหนดเป้าหมายกลุ่มผลผลิต (Product line) ไว้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มบริการด้านการแพทย์ กลุ่มบริการส่งเสริมสุขภาพ และกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย (Herbal product) โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ ได้แก่ ประเทศในแถบภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกกลาง และยุโรป (อารัญ บุญชัย และ จินนา ตันตราวิฑูร, 2546) ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health promotion tourism) เช่น การนวด อบ ประคบสมุนไพร การบริการสวนคนบำบัด และวารีบำบัด การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าอาชีตัตตณ มีแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจค่อนข้างมาก ทำให้ภาครัฐและเอกชนจึงต้องหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ตรงกับความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด ซึ่งหากกิจการใดนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก็ย่อมส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้น และมีแนวโน้มให้เกิดความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการหรือกลับมาเที่ยวซ้ำ (Tian, 1999) ซึ่งคุณภาพของการให้บริการกับนักท่องเที่ยวก็ถือเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการท่องเที่ยว โดยการเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ การให้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่นักท่องเที่ยวต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจการให้บริการ ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2540)

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยและการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัตยา จังหวัดชลบุรี เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยที่ส่งผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และสามารถกำหนดทิศทางการชักจูงนักท่องเที่ยวในภูมิภาคท่องเที่ยวให้เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้อย่างประสบผลสำเร็จ เพราะจำเป็นต้องอาศัยความรู้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว รูปแบบพฤติกรรม จึงสามารถกำหนดและออกแบบกลยุทธ์ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัตยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัตยา จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัตยา จังหวัดชลบุรี
4. เพื่อศึกษาความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัตยา จังหวัดชลบุรี
5. เพื่อศึกษาการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัตยา จังหวัดชลบุรี
6. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ

ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

2. การใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยมีผลต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

3. การรับรู้คุณภาพการบริการมีผลต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

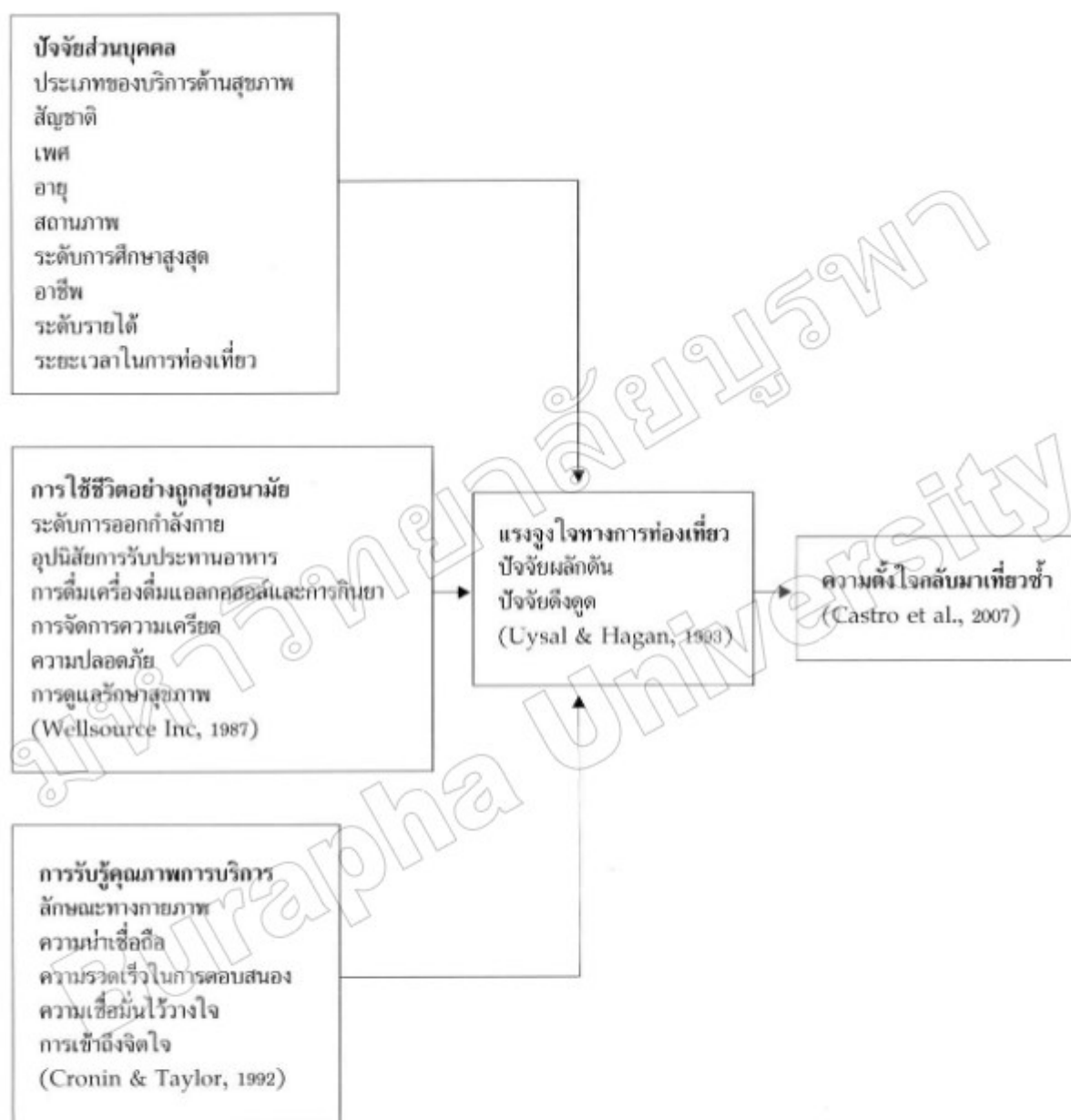
ที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

4. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

5. การใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

6. การรับรู้คุณภาพการบริการมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. การใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยที่หลากหลายทำให้สามารถวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ

ของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเพื่อให้สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวมากอีก อีกทั้งยังสามารถ

3. ภาครัฐบาลและเอกชนที่กำลังส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนาด้านการให้บริการกับนักท่องเที่ยวเพื่อ

ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากขึ้นและสามารถจัดโปรแกรมการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ส่งเสริมและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา ผู้วิจัยทำการศึกษาอิทธิพลของการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยและการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มารถท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. ผู้วิจัยมุ่งศึกษากลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่สามารถอ่าน เขียน และสนทนาภาษาอังกฤษได้
3. ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถาม คือ ช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2553

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ

Harris and Guten (1987) กล่าวว่า พฤติกรรมสุขภาพ (Health behavior) หมายถึง การปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันโรคและส่งเสริมสุขภาพ เพื่อดำรงภาวะและเป็นการแสดงศักยภาพของมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับเพนเดอร์ (Pender, 1996) ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมสุขภาพ เป็นกิจกรรมที่บุคคลลงมือกระทำ และเชื่อว่าเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้สุขภาพของตนเองดี และมีความสุข เกิดศักยภาพที่สูงสุดของบุคคล ครอบครัว ชุมชน และสังคมซึ่งจากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดพฤติกรรมการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยของ Personal Wellness Profile (PWP) ซึ่งพัฒนาโดย Wellsource Inc. (1987) โดยศึกษา 6 ด้าน ดังนี้ 1) การรับประทานอาหาร 2) การออกกำลังกาย 3) ความเครียด 4) การบริโภคยาสูบ เครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ และสารเสพติด 5) ความปลอดภัย และ 6) การตรวจสุขภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การรับรู้ของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะประเมินคุณภาพบริการโดยการเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง และการที่องค์กรจะได้รับชื่อเสียงจากคุณภาพการบริการ ต้องมีการบริการอย่างคงที่อยู่ในระดับของการรับรู้ของลูกค้า หรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจากการศึกษาของ Parasuraman et al. (1990) ที่ได้ทำการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังที่ลูกค้าจะได้รับบริการ กับบริการที่ลูกค้าได้รับจริงพบว่าลูกค้ามีเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการ โดยทั่วไปอยู่ด้วยกัน 10 ปัจจัย แต่เมื่อได้ทำการศึกษาต่อไปพบว่า มีบางปัจจัยที่มีความซ้ำซ้อนกันในบางด้าน จึงได้รวบรวมจนเหลือปัจจัยในการวัดคุณภาพการบริการเพียง 5 ปัจจัย ดังที่รู้จักในชื่อ SERVQUAL Model (Parasuraman et al., 1990) ดังนี้

- 1) ด้านลักษณะทางกายภาพ
- 2) ด้านความน่าเชื่อถือ
- 3) ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง
- 4) ด้านความเชื่อมั่น
- 5) ด้านการเข้าถึงจิตใจของลูกค้า

Cronin and Taylor (1992) กล่าวว่า มาตรวัด SERVQUAL นั้น มีส่วนที่วัดความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ซึ่งในการวัดความคาดหวังของมาตรวัด SERVQUAL เกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าเข้ารับบริการแล้วคะแนนในส่วนนี้อาจจะเกิดความลำเอียงขึ้นได้ Cronin and Taylor (1992) จึงทำให้ความเห็นว่ามี ความจำเป็นที่จะต้องวัดความคาดหวังของลูกค้า ให้วัดแค่ ส่วนของการรับรู้ของลูกค้าที่เกิดจากการเข้ารับบริการจริงก็เพียงพอแล้ว แต่สำหรับผู้วิจัยมีความเห็นว่าสำหรับงานบริการส่วนใหญ่ผู้ที่มาใช้บริการมักคาดหวังที่จะได้รับบริการที่ดีเสมอ ดังนั้นในงานวิจัยผู้วิจัยจึงได้นำ

เครื่องมือ SERVPERF ตามทฤษฎีของ Cronin and Taylor (1992) ซึ่งวัดการรับรู้ถึงผลของการบริการเพียงด้านเดียวมาเป็นมาตรฐานในการวัดการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการเดินทางและท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริงประกอบกับมีปัจจัยต่าง ๆ เป็นสิ่งผลักดันให้สามารถเดินทางได้และยังมีแรงจูงใจต่าง ๆ เป็นสิ่งดึงดูดและรับไว้ให้นกท่องเที่ยวเดินทางมากขึ้น โดย วาสนา อ่องเอี่ยม (2548) ได้กล่าวว่า ทศนคติและการยอมรับของนักท่องเที่ยวแต่ละคนไม่ใช่สิ่งที่จะบอกได้ว่าอะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางแต่ทั้งสองสิ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว (Travel Motivation) ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่ง Uysal and Hagan (1993) ได้กล่าวถึงบทบาทสำคัญของปัจจัยผลักดัน (Push factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull factors) ที่มีต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวว่า ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด เป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยผลักดันนั้นเกิดจากปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยผลักดันจะมีอยู่ในตัวบุคคลโดยธรรมชาติ เช่น ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจและความเครียดจากการทำงาน ต้องการพักผ่อนหรือผ่อนคลายความต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง เป็นต้น อีกทั้งปัจจัยผลักดันยังช่วยอธิบายเหตุผลของแต่ละคนในการถูกผลักดันให้ตัดสินใจท่องเที่ยว และปัจจัยดึงดูดได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคา กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม

แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำถือเป็นปัจจัย

สำคัญในด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในการทำนายพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยว ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ คือ สภาวะการรู้คิดที่สะท้อนให้เห็นถึงแผนการของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำแหล่งท่องเที่ยวอีกภายในกรอบเวลาที่กำหนด (Woodside & King, 2001 cited in Hu, 2003) เพราะฉะนั้นในด้านการท่องเที่ยวหากสามารถเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวแล้ว ก็จะสามารถทำนายพฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำในอนาคตของนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ จากการศึกษาของ Tian (1999) ได้ให้ความเห็นว่า หากเราสามารถทราบปัจจัยที่มีอำนาจในการทำนายพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในกลุ่มใดแล้วก็จะสามารถทราบพฤติกรรมที่มีแนวโน้ม จะเกิดขึ้นในอนาคตตามพฤติกรรมความตั้งใจ ทำให้องค์กรหรือหน่วยงานในแหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดรูปแบบการบริการตามปัจจัยนั้น ๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เมื่อความต้องการถูกตอบสนองจะเกิดความพึงพอใจและมีพฤติกรรมความตั้งใจในทางบวก มีความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) ได้ให้

นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) ว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวายนามในแหล่งท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทหลัก ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health promotion tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวสดงดงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิต

และพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักแรมหรือนอกที่พักแรมอย่างถูกวิธี เช่น การนวด อบ ประคบสมุนไพร การบริการสวนคนบำบัด และวารีบำบัด การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Heath healing tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจและเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้วยแบบสอบถามจำนวน 410 ชุด คิดเป็นร้อยละ 93.18 ของแบบสอบถามทั้งหมด โดยการสุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถอ่าน เขียน และสนทนาภาษาอังกฤษได้ ทุก 3 คนที่เดินผ่านด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic sampling) และแจกแบบสอบถามเป็นเวลา 2 สัปดาห์ สถานที่แจกแบบสอบถาม คือ ชายหาดพัทยาเหนือ จำนวน 88 คน ชายหาดพัทยากลาง จำนวน 88 คน ชายหาดพัทยาใต้จำนวน 88 คน ชายหาดจอมเทียน จำนวน 88 คน และเกาะล้าน จำนวน 88 คน

ในการสร้างแบบสอบถามได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านทำการตรวจสอบ โดยมีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 - 1.0 ตามเกณฑ์ของ Rorinelli and Hambleton (1977) หลังจากนั้นได้นำไปทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability analysis) ตามเกณฑ์

สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) โดยใช้ค่า Cronbach's alpha ที่เกิน 0.60 (Cronbach, 1951; Nunnally, 1978) เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้วได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

หลังจากนั้นทำการการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) Snell and Dean (1992) ใช้หลัก 2-stage rule (Nunnally, 1978) และดูค่า Loading (Hair, 1995) เพื่อที่จะแบ่งกลุ่มตัวแปร ซึ่งก่อนการทำวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ในด้านการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยมี 6 ด้าน 25 ข้อคำถาม ในด้านการรับรู้คุณภาพการบริการมี 5 ด้าน 22 ข้อคำถาม ในด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมี 2 ด้าน 11 ข้อคำถาม และด้านความตั้งใจกลับมาเที่ยวมี 3 ข้อคำถาม และหลังจากที่ได้วิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ในด้านการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยเหลือ 5 ด้านโดยตัดข้อคำถามไป 4 ข้อ จึงเหลือ 21 ข้อคำถาม และในด้านการรับรู้คุณภาพการบริการมี 5 ด้าน เท่าเดิมแต่ตัดข้อคำถามไป 1 ข้อคำถาม ดังนั้นจึงมี 21 ข้อคำถาม และในด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมี 2 ด้าน 11 ข้อคำถามเท่าเดิมเนื่องจากผ่านเกณฑ์ และจัดอยู่ในกลุ่มที่ถูกต้อง และในด้านความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำมี 3 ข้อคำถามเท่าเดิมเนื่องจากผ่านเกณฑ์ และจัดอยู่ในกลุ่มที่ถูกต้อง

การทดสอบการกระจายของข้อมูลว่าเป็นแบบปกติ (Normal curve) หรือไม่ จะใช้ทฤษฎีแนวโน้มนำเข้าสู่ศูนย์กลาง (Central limit theorem) ของ Daniel & Terrell (1995 cited in DeFusco et al., 2007) ซึ่งในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถจะนำมาวิเคราะห์สถิติ Multiple regression จะต้องมีการกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำต่อจำนวนตัวแปรต้นในอัตราส่วน 5 : 1 (Hair et al., 1998) และใช้หลักเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำของ Tabachnick and Fidell (1996) ที่สามารถหาได้จากสมการ $50 + 8k$ ซึ่ง k คือ ตัวแปรต้น ส่วนการวิเคราะห์ความถดถอย

เชิงพหุ (Multiple regression analysis) จะทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Testing multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า Tolerance ถ้าค่าน้อยกว่า 0.1 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และพิจารณาจากค่า VIF ถ้าค่ามากกว่า 10 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น (Myers, 1990) และการตรวจสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน จะพิจารณาจากค่า Durbin-Watson (อัจฉริยาปราบวรวิทย์, 2547) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัย Independent sample t-test และ One-Way ANOVA (F-test) วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ และการทดสอบ Mediation effects using multiple regression

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลจำนวน 440 ชุด และได้คัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้ในการประมวลผลทั้งสิ้น 410 ชุด คิดเป็นร้อยละ 93.18 ของแบบสอบถามทั้งหมด และทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เคยใช้บริการนวดแผนไทยมากที่สุด มีสัญชาติสหรัฐอเมริกา มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเจ้าหน้าที่ทางเทคนิค มีรายได้ \$35,001 - \$55,000 และมีระยะเวลาการท่องเที่ยว 1 สัปดาห์

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ

ไม่แน่ใจ ($\bar{x} = 3.36$, $SD = 0.46$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ ด้านการจัดการความเครียด มีค่าเฉลี่ยระดับไม่แน่ใจ 3.38 รองลงมา คือ ด้านระดับการออกกำลังกาย มีค่าเฉลี่ยระดับไม่แน่ใจ 3.39 อันดับ 3 ด้านการดูแลสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับไม่แน่ใจ 3.38 อันดับ 4 ด้านอุปนิสัยการรับประทานอาหาร มีค่าเฉลี่ยระดับไม่แน่ใจ 3.13 และอันดับสุดท้าย ด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการกินยา มีค่าเฉลี่ยระดับไม่แน่ใจ 3.05

ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้คุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ($\bar{x} = 3.67$, $SD = 0.53$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับค่อนข้างเห็นด้วย 3.76 รองลงมา คือ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยระดับค่อนข้างเห็นด้วย 3.75 อันดับ 3 ด้านการเข้าถึงจิตใจ มีค่าเฉลี่ยระดับค่อนข้างเห็นด้วย 3.64 อันดับ 4 ด้านความน่าเชื่อถือและอันดับสุดท้าย ด้านความเร็วในการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ยระดับค่อนข้างเห็นด้วย 3.60

ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ($\bar{x} = 3.65$, $SD = 0.70$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ ด้านปัจจัยดึงดูด มีค่าเฉลี่ยระดับค่อนข้างเห็นด้วย 3.70 รองลงมา คือ ด้านปัจจัยผลักดัน มีค่าเฉลี่ยระดับค่อนข้างเห็นด้วย 3.59

ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ($\bar{x} = 3.60$, $SD = 0.93$)

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ตัวแปรแทรก ซ้อน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.1	ประเภทการบริการ สุขภาพ	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.1.1	ประเภทการบริการ สุขภาพ	ด้านปัจจัยผลักดัน	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.1.2	ประเภทการบริการ สุขภาพ	ด้านปัจจัยดึงดูด	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.2	สัญชาติ	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.2.1	สัญชาติ	ด้านปัจจัยผลักดัน	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.2.2	สัญชาติ	ด้านปัจจัยดึงดูด	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.3	เพศ	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.3.1	เพศ	ด้านปัจจัยผลักดัน	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.3.2	เพศ	ด้านปัจจัยดึงดูด	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.4	อายุ	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.4.1	อายุ	ด้านปัจจัยผลักดัน	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.4.2	อายุ	ด้านปัจจัยดึงดูด	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.5	สถานภาพ	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.5.1	สถานภาพ	ด้านปัจจัยผลักดัน	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.5.2	สถานภาพ	ด้านปัจจัยดึงดูด	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0

สมมติฐานที่	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ตัวแปรแทรก ซ้อน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.6	ระดับการศึกษา	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.6.1	ระดับการศึกษา	ด้านปัจจัยผลักดัน	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.6.2	ระดับการศึกษา	ด้านปัจจัยดึงดูด	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.7	อาชีพ	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0
1.7.1	อาชีพ	ด้านปัจจัยผลักดัน	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0
1.7.2	อาชีพ	ด้านปัจจัยดึงดูด	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0
1.8	ระดับรายได้	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.8.1	ระดับรายได้	ด้านปัจจัยผลักดัน	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.8.2	ระดับรายได้	ด้านปัจจัยดึงดูด	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.9	ระยะเวลาการท่องเที่ยว	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.9.1	ระยะเวลาการท่องเที่ยว	ด้านปัจจัยผลักดัน	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
1.9.2	ระยะเวลาการท่องเที่ยว	ด้านปัจจัยดึงดูด	-	ไม่สามารถสมมติฐานหลัก H_0
2	การใช้ชีวิตอย่างถูก สุขอนามัย	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0
2.1	การใช้ชีวิตอย่างถูก สุขอนามัย	ด้านปัจจัยผลักดัน	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0
2.2	การใช้ชีวิตอย่างถูก สุขอนามัย	ด้านปัจจัยดึงดูด	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0

สมมติฐานที่	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ตัวแปรแทรก ซ้อน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3	การรับรู้คุณภาพ การบริการ	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0
3.1	การรับรู้คุณภาพ การบริการ	ด้านปัจจัยผลักดัน	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0
3.2	การรับรู้คุณภาพ การบริการ	ด้านปัจจัยดึงดูด	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0
4	แรงจูงใจทางการ ท่องเที่ยว	ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0
5	การใช้ชีวิตอย่างถูก สุขอนามัย	ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	-	ไม่สามารถปฏิเสธ สมมติฐานหลัก H_0
6	การรับรู้คุณภาพ การบริการ	ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในส่วนของปัจจัยส่วนในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคล จากการศึกษพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีประเภทของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สัญชาติ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และระยะเวลาการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดไม่แตกต่างกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อังคณา สุวรรณ (2552) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันนั้นมีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันด้านความต้องการในการเดินทางแตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน ความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวได้ไม่เท่ากัน เช่น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว

ไม่มีเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับนักเรียน นักศึกษา ซึ่งมีเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า ทำให้ความต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยว นั้นแตกต่างกัน

การใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัย จากการศึกษพบว่า การใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยด้านการดูแลสุขภาพ ด้านการจัดการความเครียด และด้านระดับการออกกำลังกายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Hallab (1999) ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ชีวิตอยู่อย่างถูกสุขอนามัยกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ที่พบว่า การใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยด้านระดับการออกกำลังกายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดันด้านการทำให้ร่างกายมีสุขภาพดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยด้านการจัดการความเครียดมีความสัมพันธ์

ทางบวกกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดันด้านการหลบเลี่ยงจากความจำเจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยด้านการดูแลสุขภาพที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูดด้านแหล่งข้อมูลทางประวัติศาสตร์และทางธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การรับรู้คุณภาพการบริการ จากการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ และด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นภา ไชยพิพัฒน์ขจร (2552) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับคุณภาพการบริการของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดชลบุรี ซึ่งพบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ และสอดคล้องกับ Hays and Hill (2000) ที่ศึกษาการตรวจสอบเบื้องต้นของความสัมพันธะระหว่างแรงจูงใจของพนักงาน การเรียนรู้บริการและการรับรู้คุณภาพบริการ พบว่า ระดับแรงจูงใจของพนักงานมีผลทางบวกต่อการรับรู้คุณภาพบริการ นอกจากนี้ยังพบว่ากระบวนการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพการบริการโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจของพนักงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจของพนักงานมีความสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านปัจจัยดึงดูดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับ Sam (2007) ที่ศึกษาเรื่องผลของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ประสพการณ์ที่ผ่านมา การรับรู้ข้อจำกัดและทัศนคติต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านการไปเที่ยวช้อปปิ้ง (Shopping) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านการไปเที่ยว

ช้อปปิ้ง ก็เป็นตัวสะท้อนให้เห็นว่าช้อปปิ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวพิเศษเนื่องจากนักท่องเที่ยวได้รับการยอมรับด้านการไปเที่ยวช้อปปิ้ง ซึ่งก็เป็นแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านปัจจัยดึงดูด (Pull factor) และสอดคล้องกับ Lee, O'Leary, Lee, and Morrison (2002) ที่เปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวซึ่งพบว่า โดยทั่วไปปัจจัยดึงดูดจะมีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางมากกว่าปัจจัยผลักดัน และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลักดันที่ต่างกันจะส่งผลให้การเลือกจุดหมายปลายทางแตกต่างกันด้วย

กลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับจากการวิเคราะห์การใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่าการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยไม่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีซึ่งไม่สอดคล้องกับ วัชชีรานนท์ ทองเทพ (2548) ที่กล่าวว่าปัจจัยด้านเวลา สถานการณ์และสุขภาพ (Factor of timing situation and healthy) มีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวจะวางแผนเดินทางท่องเที่ยวหรือเดินทางแต่ละครั้ง ปัจจัยทั้งสามอย่างจะต้องพร้อม หากมีปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไม่พร้อมก็อาจจะกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวทันที โดยปัจจัยสุขภาพก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ซ้ำด้วย

ในส่วนของการวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการบริการมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพ

การบริการมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับ Tian (1999) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการด้านการคุ้มครองสัตว์ป่ามีผลโดยตรงต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุงทอง รวมสุข (2550) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว มีอำนาจในการพยากรณ์ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวมากก็มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตซ้ำมาก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย ผู้ทำการวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ควรส่งเสริมและสร้างมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เพื่อให้ระบบบริการสุขภาพมีคุณภาพและมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น และควรส่งเสริมทางด้านนโยบายในการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการให้บริการทางสุขภาพในภูมิภาคเอเชีย โดยการจัดสัมมนาเกี่ยวกับโอกาสการทำธุรกิจระหว่างประเทศไทยและต่างชาติ โดยมีการเชิญประเทศต่าง ๆ เข้าร่วมสัมมนา กับตัวแทนของประเทศไทย เพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพใน

ประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

2. ด้านปัจจัยส่วนบุคคล จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า การที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยนั้น ควรใช้สื่อหรือการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละอาชีพ โดยควรจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอาชีพของนักท่องเที่ยว

3. ด้านการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัย จากการศึกษาพบว่า การใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยด้านการดูแลสุขภาพ ด้านการจัดการความเครียด และด้านระดับการออกกำลังกายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ทางภาครัฐจึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่สอดคล้องกับการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัยด้านการดูแลสุขภาพ ด้านการจัดการความเครียด และด้านระดับการออกกำลังกาย เพื่อที่จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น การสร้างกิจกรรมหรือสถานที่ท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับลักษณะการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมากขึ้น

4. ด้านการรับรู้คุณภาพการบริการ ควรเร่งให้การสนับสนุนธุรกิจการบริการสุขภาพทางด้านกายภาพ โดยสถานบริการ ควรมีมาตรฐานทั้งทางด้านความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม มีการสนับสนุนการอบรมวิชาชีพเฉพาะให้แก่พนักงานหรือบุคลากรที่ให้บริการด้านสุขภาพ ให้มีความรู้ ความสามารถ รวมทั้งเรื่องมารยาท เช่น การตรงต่อเวลา และความซื่อสัตย์ เป็นต้น สำหรับค่าใช้จ่ายในการอบรมไม่ควรสูงเกินไป และควรมีการจัดสอบเพื่อให้บุคลากรผ่านเกณฑ์มาตรฐานโดยมีใบวุฒิบัตรรับรอง

5. ด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านปัจจัยดึงดูดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ควรนำเสนอแนวทางในการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว คือ การสร้างค่านิยมใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และภาครัฐควรมีศูนย์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทุกที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้สอบถามและใช้บริการได้อย่างสะดวก

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวมีอายุอยู่ระหว่าง 25-34 ปี ซึ่งถือเป็นกลุ่มคนในวัยทำงาน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นไปที่คนกลุ่มนี้ในการสร้างความน่าสนใจในการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่น การให้ความรู้ หรือกิจกรรมที่น่าสนใจ เพื่อให้เกิดความประทับใจในการท่องเที่ยว และควรทำการประชาสัมพันธ์เจาะตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยอาจจัดเป็นทัวร์สุขภาพหรือการท่องเที่ยวแบบพำนักรายและควรควบคุม

2. ด้านการรับรู้คุณภาพการบริการ ผู้ประกอบการควรจัดสถานบริการให้มีมาตรฐาน โดยด้านสถานที่ควรจัดอย่างสะอาด สะดวก มีความเป็นส่วนตัว และอยู่ในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีบรรยากาศที่ดี พื้นที่กว้างขวาง และเป็นสัดส่วนที่จะรองรับลูกค้า การให้บริการทางสุขภาพควรมีความหลากหลาย เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างความมีเอกลักษณ์ความเป็นไทยแต่มีมาตรฐานระดับสากล ด้านบุคลากรควรมีความรู้ ความชำนาญ และเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานโดยได้รับการอบรมอย่างถูกต้องจากสถาบันที่มีมาตรฐานและคุณภาพ

อาจเป็นมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข และมีความสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี

3. ด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาและใช้ภูมิปัญญาไทยให้มากขึ้นควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยีต่างประเทศ เพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น ผู้ประกอบการรวมทั้งบุคลากรทุกคนจะต้องปฏิบัติตนเป็นเจ้าบ้านที่ดีในทุก ๆ ด้าน เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวแล้วจะเกิดการบอกต่อกันในทางที่ดีและชักชวนกันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีก

4. จากการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เพราะฉะนั้นการสร้างการรับรู้คุณภาพการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรจะต้องมีการศึกษาอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจกับคุณภาพการบริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและเดินทางกลับมาเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่พัทยาก่อครั้ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการแปลแบบสอบถามเป็นภาษาอื่น ๆ ด้วย เช่น ภาษารัสเซีย ภาษาจีน เป็นต้น เพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่ไม่เข้าใจภาษาอังกฤษสามารถตอบแบบสอบถามได้และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด

2. งานวิจัยนี้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งควรมีการศึกษาตัวแปรเดิมนี้อีก อีก แต่ศึกษาในช่วงเวลาที่เปลี่ยนไป เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกับงานในครั้งนี้อีก การศึกษาตัวแปรเดิมในช่วงเวลาที่แตกต่างกันไปนั้น ผลการวิจัยจะออกมาเหมือนกับการศึกษาครั้งนี้หรือไม่ และเพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในอนาคตต่อไป

3. ควรศึกษาด้านการพัฒนาชุมชนหรือการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาคุณภาพการบริการ ซึ่งมีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในระยะยาว

4. ควรทำการศึกษาพฤติกรรมการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เพื่อสามารถเสริมหรือเชื่อมโยงกิจกรรมให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เช่น นักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) ย่อมมีความต้องการด้านกิจกรรมเพื่อสุขภาพแตกต่างไปจากกลุ่มอื่น

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. วันที่ค้นข้อมูล 15 ธันวาคม 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.tat.or.th/uploaddept/36>

นภา ไชยพิพัฒน์ขจร. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับคุณภาพการบริการของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ยุทธอง รวมสุข. (2549). ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวพฤติกรรมการเดินทาง และความพึงพอใจในคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว ในการพยากรณ์ความตั้งใจกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ข้าราชการท่องเที่ยวชาวไทย, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วัชรานนท์ ทองเทพ. (2548). อนาคตท่องเที่ยวเอเชียยังสดใส. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจ.

วาสนา อ่องเอี่ยม. (2548). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. [ม.ป.ท.: ม.ป.ท.]

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: เอ เอ็น.

อังคณา สุวรรณ. (2552). แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

อัจฉริยา ปราบอริพาย. (2547). เทคนิคการวิเคราะห์สถิติโดยใช้โปรแกรม SPSS: ทฤษฎีและภาคปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of test. *Psychometrika*, 16, 297-334.

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality : a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.

DeFusco, R. A., McLeavey, D. W., Pinto, J. E., & Runke, D. E. (2007). *Quantitative investment analysis* (2nd ed.). New Jersey: John Wiley & Sonns.

Hair, J. (1995). *Multivariate Data Analysis with Reading*. U.S.A.: Prentice-Hall.

Hair, J., Anderson, R., Tatham R., & Black, W. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.), New Jersey: Prentice Hall.

Hallab, Z. A. (1999). *An exploratory study of the relationship between Healthy Living and Travel Behavior*. Doctoral dissertation, Hospitality and Tourism Management, Virginia Polytechnic Institute and State University.

- Harris, D. M., & Guten, S. (1987). Health protective behavior : An exploratory study. *Journal of Health Social Behavior*, 6, 25-31.
- Hay, J., & Hill, A. (2000). A preliminary investigation of the relationships between employee motivation/ vision, service learning, and perceived service quality. *Journal of Operations Management*, 250, 1-15.
- Hu, B. (2003.) *The impact of destination involvement on travelers' revisit intension*. Doctoral dissertation of Philosophy, Purdue University.
- Lee, G., O'Leary, J. T., Lee, S. H., & Morrison, A. (2002). Comparison and contrast of push and pull motivational effects on trip behavior: an application of a multinomial logistic regression model. *Tourism Analysis*, 7(2), 89-104.
- Myers, R. (1990). *Classical and Modern Regression with Applications* (2nd ed.). Boston, MA: Duxbury.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). a conceptual model of service quality and Its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- _____. (1990). *Delivery Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectations*. New York: A Division of Macmillan.
- Pender, N. J. (1996). *Health Promotion in Nursing Practice*. Stamford: Appleton Lange.
- Rorinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Sam, H. S. (2007). *The Effects of Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Tourist Revisit Intention*. Doctoral dissertation, School of Hotel and Tourism Management, The Hong Kong Polytechnic University.
- Snell, S., & Dean, J. W. (1992). Integrated manufacturing and human resource management: A human capital perspective. *Academy of Management Journal*, 35, 467-504.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1996). *Using Multivariate Statistics* (3rd ed.). New York: Harper Collins.
- Tian, S. C. (1999). *Service Quality Dimensions Affecting Nature Tourists' Intentions to Revisit*. Doctoral dissertation, Department of Parks, Recreation, and Tourism. Missouri-Columbia University.
- Uysal, M., & Hagan, L. A. R. (1993). *Motivations of Pleasure Travel and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Wellsource Inc. (1987). *Personal Wellness Profile - Questionnaire*. Oregon: Wellsource Inc.