

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการที่นั่งโดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ในเที่ยวบินของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาเที่ยวบินพิสัยไกลสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ

Factors Influencing the Service Intentions to Use Ergonomically Designed Airline Seats Among Wellness Tourists: A Case Study of Long-haul Flights on Full-Service Airlines

สุภัค นุนาบี¹ และณัฐพรณ ภูมิฐาน^{2*}

Supak Nunabee¹, and Nuttapun Poomthan^{2*}

Received 19 Sep 2025 | Revised 5 Dec 2025 | Accepted 10 Dec 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะของที่นั่งโดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องการในเส้นทางบินพิสัยไกลของสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบมายังประเทศไทย และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการที่นั่ง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างชาติที่เคยเดินทางมายังประเทศไทยด้วยเที่ยวบินพิสัยไกล จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการถดถอยแบบลำดับขั้น ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ความสำคัญในด้านความสามารถในการปรับเอน ระยะห่างระหว่างเบาะ การรองรับแผ่นหลังส่วนล่าง วัสดุของที่นั่ง และความสะอาดของที่นั่งในระดับมาก รวมทั้งการรับรู้รรถประโยชน์ด้านความสบาย ความผ่อนคลาย ความปลอดภัย และภาพลักษณ์ของสายการบินในระดับสูงเช่นกัน นอกจากนี้ การรับรู้รรถประโยชน์ คุณลักษณะที่นั่ง และลักษณะประชากรศาสตร์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการที่นั่งที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์

ผลการศึกษานี้จะเป็นแนวทางในการออกแบบที่นั่งบนเครื่องบินให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มที่กำลังเติบโตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย การยกระดับคุณภาพของที่นั่งเพื่อสนับสนุนสุขภาวะของผู้โดยสารจะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับบริการบนเครื่องบิน และเสริมความแข็งแกร่งให้ประเทศไทยในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชั้นนำทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก

คำสำคัญ: ความตั้งใจใช้บริการ ที่นั่งโดยสารตามหลักการยศาสตร์ สายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ เที่ยวบินพิสัยไกล การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

¹ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

NIDA Business School, National Institute of Development Administration, Thailand, Email: supak.nun@nida.ac.th

² นักวิจัยอิสระ

Independent Researcher, Thailand, *Corresponding author e-mail: nuttapun.poomthan@gmail.com

Abstract

This study aimed to 1) examine the desired attributes of ergonomically designed airline seats among wellness tourists on long-haul flights with full-service airlines to Thailand, and 2) investigate factors influencing their intention to use such seating. Data were collected via an online questionnaire from 400 international wellness tourists who had previously traveled on long-haul flights to Thailand, using convenience sampling. The data was analyzed using descriptive statistics and hierarchical regression. Findings revealed that wellness tourists highly value seat adjustability, legroom, lumbar support, seat material, and cleanliness. They perceive significant utility in physical comfort, relaxation, safety, and the airline's image. Furthermore, perceived utility, seat attributes, and demographic significantly influenced intention to use ergonomically designed seats.

This study's findings can guide airline seat design to meet the needs of wellness travelers, a growing segment in Thailand tourism. Enhancing seat quality to support passenger well-being can add value to in-flight services and bolster Thailand's status as a top wellness tourism destination regionally and globally.

Keywords: Service Intentions, Ergonomic Seat Design, Full-Service Airlines, Long-Haul Flights, Wellness Tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลก โดยมีมูลค่าเศรษฐกิจสูงถึง 6.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 และคาดว่าจะเติบโตถึง 9 ล้านล้านดอลลาร์ในปี 2571 (Global Wellness Institute, 2021) ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่เพียงจำกัดอยู่แค่บริการปลายทาง เช่น สปา การล้างพิษ หรือโยคะเท่านั้น แต่ยังรวมถึงประสบการณ์ตลอดการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางด้วยเที่ยวบินพิสัยไกล ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสุขภาพของผู้โดยสาร เช่น อาการเมื่อยล้า เจ็ตแล็ก (Jet Lag) หรือความไม่สบายระหว่างนั่งเครื่องบินเป็นเวลานาน (Cohen et al., 2013; Pine & Gilmore, 1999)

ในบริบทของเที่ยวบินพิสัยไกลที่ใช้เวลาเดินทางตั้งแต่ 6–12 ชั่วโมง สายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ ได้มีการพัฒนาคุณภาพของบริการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการออกแบบที่นั่งโดยสารที่สามารถรองรับการเดินทางเป็นเวลานานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การออกแบบที่นั่งตามหลักการยศาสตร์ (Ergonomic Seat Design) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สามารถส่งเสริมประสบการณ์เชิงสุขภาพ (Wellness Experience) ให้แก่ผู้โดยสารในระหว่างเที่ยวบิน ซึ่งรวมถึงคุณสมบัติต่าง ๆ เช่น ระยะห่างระหว่างที่นั่ง ความสามารถในการปรับเอน

ได้ การรองรับบริเวณด้านหลังส่วนล่าง ความสะอาดของเบาะ และวัสดุที่ใช้ในการหุ้มเบาะ (Romli & Aminian, 2018)

แม้ว่าสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบหลายแห่งจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเบาะโดยสารที่ สะดวกสบาย แต่ยังไม่มีการศึกษาที่เจาะจงว่าปัจจัยด้านการออกแบบที่นั่งดังกล่าวมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการของ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อย่างไร โดยเฉพาะในบริบทของเที่ยวบินระยะไกลมายังประเทศไทย ซึ่งเป็นจุดหมาย ปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ที่ให้ ความสำคัญกับประสบการณ์ที่เอื้อต่อสุขภาวะตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง

การวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการที่นั่งโดยสารที่ ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ ของการออกแบบที่ นั่ง ร่วมกับการรับรู้รรถประโยชน์ของผู้โดยสารและปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพื่อให้สายการบินที่ให้บริการ แบบเต็มรูปแบบสามารถพัฒนาบริการบนเที่ยวบินให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของ กลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งสนับสนุนบทบาทของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางชั้นนำด้านการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพในระดับสากล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องการเกี่ยวกับที่นั่งโดยสารที่ออกแบบตามหลักการย ศาสตร์ ในเที่ยวบินพิสัยไกลของสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบมายังประเทศไทย
2. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการที่นั่งโดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ของ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยพิจารณาจากการรับรู้รรถประโยชน์ คุณลักษณะของที่นั่ง และลักษณะ ประชากรศาสตร์

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

ด้านความตั้งใจในการใช้งาน

ความเต็มใจของผู้บริโภคในการยอมรับและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการหนึ่ง (Jin & Kim, 2022; Sathye, 1999) โดยพฤติกรรมดังกล่าวเริ่มต้นจากกระบวนการรับรู้ข้อมูลซึ่งนำไปสู่การเกิดความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติในเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น จนเกิดเป็นแรงผลักดันทางความคิดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ งานจริง ในปัจจุบันแนวคิดเรื่องความตั้งใจในการใช้งานมักถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะในการยอมรับผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ ซึ่งมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการ คาดการณ์แนวโน้มการใช้งานผลิตภัณฑ์ ระบบหรือบริการดิจิทัลของกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดเรื่องความตั้งใจในการ ใช้งานมีรากฐานจากทฤษฎีด้านจิตวิทยาหลายแขนง เช่น ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ซึ่งเสนอว่าพฤติกรรมของมนุษย์มีที่มาจากความตั้งใจโดยแรงขับเคลื่อนหลัก ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมนั้น ๆ และอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง เมื่อบริบทเปลี่ยนเข้าสู่สังคมที่ใช้เทคโนโลยี

เป็นหลัก นักวิจัยจึงได้พัฒนาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความตั้งใจของผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับความรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน และความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีนั้น

ด้านแนวคิดเรื่องการรับรู้สรรพประโยชน์ (Perceived Value)

แนวคิดที่ใช้วิเคราะห์คุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้จากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยเฉพาะในมุมมองของผู้ใช้งานที่มุ่งหวังประสบการณ์ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังและความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งคุณค่านี้สามารถประเมินได้จากระดับความพึงพอใจและความรู้สึกว่าคุณค่าผลิตภัณฑ์นั้นมีประโยชน์จริง เช่น หากผู้โดยสารรู้สึกว่าการโดยสารให้ความสบาย ลดความเมื่อยล้า และสนับสนุนสุขภาพระหว่างการเดินทาง ก็จะมีแนวโน้มที่จะเกิดความตั้งใจใช้บริการเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากคุณค่าที่รับรู้ไม่สอดคล้องกับความต้องการ เช่น ที่นั่งคับแคบ ปรับเอนไม่ได้ หรือไม่มีการรองรับหลังอย่างเหมาะสม ผู้โดยสารก็จะมีความต้องการใช้บริการที่น้อยลงเช่นกัน (Romli & Aminian, 2018; Aminian & Romli, 2024; Porta et al., 2019; Wang et al., 2021) การรับรู้สรรพประโยชน์มีความเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ส่วนบุคคล ความรู้สึกทางกายภาพ และทัศนคติของผู้โดยสารต่อคุณภาพของที่นั่งโดยสาร ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้านหลัก ได้แก่ 1) สรรพประโยชน์ด้านการใช้งาน (Utilitarian Value) คือ การรับรู้ว่าการนั่งช่วยให้การเดินทางเป็นไปอย่างราบรื่น เช่น มีพื้นที่วางขากว้างพอ เบาะสามารถปรับเอนได้ รองรับศีรษะได้เหมาะสม และ 2) สรรพประโยชน์ด้านความพึงพอใจ (Hedonic Value) คือความรู้สึกผ่อนคลาย ความสบาย และความสุขที่ได้รับจากการนั่งที่ออกแบบมาอย่างเหมาะสมกับสภาพร่างกายและระยะเวลาการเดินทาง (Babin et al., 1994; Mehmood & Hanaysha, 2015)

เมื่อพิจารณาในบริบทของอุตสาหกรรมการบินระยะไกล โดยเฉพาะเที่ยวบินที่ใช้เวลานานกว่า 6 ชั่วโมง การออกแบบที่นั่งโดยสารตามหลักการยศาสตร์มีความสำคัญอย่างยิ่ง ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมเพิ่มเติมและพบว่าปัจจัยด้านการควบคุมการใช้งาน เช่น การปรับเอนได้ด้วยตนเอง ความรู้สึกถึงอิสระในพื้นที่ส่วนตัว ความไว้วางใจในประสิทธิภาพของระบบปรับเอน และความรู้สึกเพลิดเพลินจากความสบายของที่นั่ง เช่นการมีที่รองขา ที่พนักศีรษะ หรือระบบรองรับหลัง ต่างเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการของผู้โดยสาร (ทนิพัทธ์ รอดจากภัย, 2564; Romli & Aminian, 2018; Chiu et al., 2014; Hanzae & Rezaeyeh, 2013; Maczyński, 2024; Porta et al., 2019)

ด้านคุณลักษณะของที่นั่งในห้องโดยสารตามหลักการยศาสตร์

การออกแบบที่นั่งในห้องโดยสารของอากาศยานมีบทบาทสำคัญต่อประสบการณ์ของผู้โดยสาร โดยเฉพาะในเที่ยวบินพิสัยไกลที่ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางต่อเนื่องเป็นเวลานาน หลักการยศาสตร์ (Ergonomics) ถูกนำมาใช้ในการออกแบบที่นั่งโดยสารเพื่อให้สามารถรองรับสรีระและพฤติกรรมการนั่งของมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม ช่วยลดความเมื่อยล้า เพิ่มความสบาย และลดผลกระทบต่อนิสัยของผู้โดยสาร เช่น อาการปวดหลัง ความล้ากล้ามเนื้อ หรือปัญหาเกี่ยวกับระบบไหลเวียนโลหิต ทั้งนี้ตามแนวทางขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) และการศึกษาด้านการยศาสตร์ในอุตสาหกรรมการขนส่งทางอากาศ คุณลักษณะสำคัญของที่นั่งในห้องโดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์สามารถแบ่งออกได้เป็นองค์ประกอบหลัก ดังนี้

1) ระยะห่างระหว่างที่นั่ง (Seat pitch) และพื้นที่วางขา (Legroom) โดยระยะห่างระหว่างที่นั่งเป็นตัวชี้วัดหลักของพื้นที่วางขา ซึ่งมีผลโดยตรงต่อระดับความสบายของผู้โดยสาร ยิ่งระยะห่างมากเท่าใด ผู้โดยสารยิ่งสามารถยืดเหยียดขาได้ดี ช่วยลดอาการเมื่อยล้าในระหว่างเที่ยวบิน (Adiatmika, 2009; Romli & Aminian, 2018; Aminian & Romli, 2024)

2) ที่นั่งควรสามารถปรับเอน (Seat Recline and Adjustability) ที่นั่งควรสามารถปรับเอนได้เพื่อเปลี่ยนองศาของกระดูกสันหลัง รองรับการพักผ่อนระหว่างการเดินทาง และลดแรงกดบริเวณเอว การปรับเอนควรมีความนุ่มนวลและควบคุมได้ด้วยตนเองโดยไม่รบกวนผู้โดยสารด้านหลัง (Adiatmika, 2009; Romli & Aminian, 2018; Aminian & Romli, 2024)

3) ระบบรองรับแผ่นหลังส่วนล่าง (Lumbar Support) เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยลดความตึงเครียดของกล้ามเนื้อหลัง โดยเฉพาะในบริเวณกระดูกสันหลังช่วงล่าง ซึ่งเป็นตำแหน่งที่ผู้โดยสารมักมีอาการปวดเมื่อยจากการนั่งนานโดยไม่มีการเคลื่อนไหว (Bridger, 2008)

4) วัสดุที่ใช้บุเบาะ (Cushioning and Seat Materials) ควรมีคุณสมบัติในการรองรับแรงกด กระจายน้ำหนัก และระบายอากาศได้ดี ทั้งนี้วัสดุที่มีคุณสมบัติหนุนรองรับแบบ Memory Foam หรือ Adaptive Cushioning System ได้รับการยอมรับว่าส่งเสริมความสบายระยะยาว (Helander & Zhang, 1997) และความสะอาดของที่นั่ง (Cleanliness and Hygiene Perception) รวมถึงวัสดุที่ไม่อมฝุ่นหรือไม่ดูดซับเหงื่อ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ด้านสุขอนามัย โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ให้ความสำคัญกับความสะอาดเป็นพิเศษ (Jin & Kim, 2022)

5) พนักพิงศีรษะและที่เท้า (Headrest and Footrest) โดยการออกแบบพนักพิงศีรษะที่สามารถปรับระดับได้จะช่วยรองรับศีรษะและคอ ลดแรงตึงบริเวณกล้ามเนื้อคอ ในขณะที่ที่เท้าจะช่วยปรับสมดุลท่านั่ง และลดความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะลิ่มเลือดอุดตันหลอดเลือดดำส่วนลึก (Deep Vein Thrombosis: DVT) โดยเฉพาะในผู้โดยสารเที่ยวบินยาว (Hitos et al., 2007)

ด้านประชากรศาสตร์

การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่เน้นความสอดคล้องกับความต้องการเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourists) ซึ่งมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาวะทางกายและใจตลอดระยะเวลาการเดินทาง

ข้อมูลประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การเดินทาง เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการจำแนกกลุ่มผู้โดยสารที่มีลักษณะเฉพาะ และช่วยให้สามารถออกแบบบริการที่ตรงกับความต้องการเฉพาะบุคคลได้มากยิ่งขึ้น (พิไลพร ลอยสงวน และวนิชย์ ไซยแสง, 2566) นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการวางแผนกลยุทธ์ในอุตสาหกรรมการบิน โดยเฉพาะสายการบินที่ต้องการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดเที่ยวบินระยะไกล จากผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง พิไลพร ลอยสงวน และวนิชย์ ไซยแสง (2566) พบว่า ความแตกต่างในด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุ ระดับการศึกษา หรือรายได้ มีผลต่อการเลือกใช้บริการในรูปแบบต่าง ๆ และยังมีอิทธิพลต่อทัศนคติและความคาดหวังของผู้บริโภคในการประเมินคุณค่า

ของบริการ ซึ่งสอดคล้องกับณรงค์พร จรรย์โลงบุตร (2564) ที่ระบุว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ และสถานภาพทางสังคม มีผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจในการใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ

ในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นไปที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทยด้วยเที่ยวบินพลัสไกล โดยสายการบินแบบให้บริการเต็มรูปแบบ ซึ่งเคยมีประสบการณ์เดินทางที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น เพื่อเข้าร่วมโปรแกรมสุขภาพแบบองค์รวม หรือพักผ่อนในรีสอร์ทเพื่อฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ ทั้งนี้ การทำความเข้าใจลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการที่นั้โดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์ระหว่างการเดินทางทางอากาศ

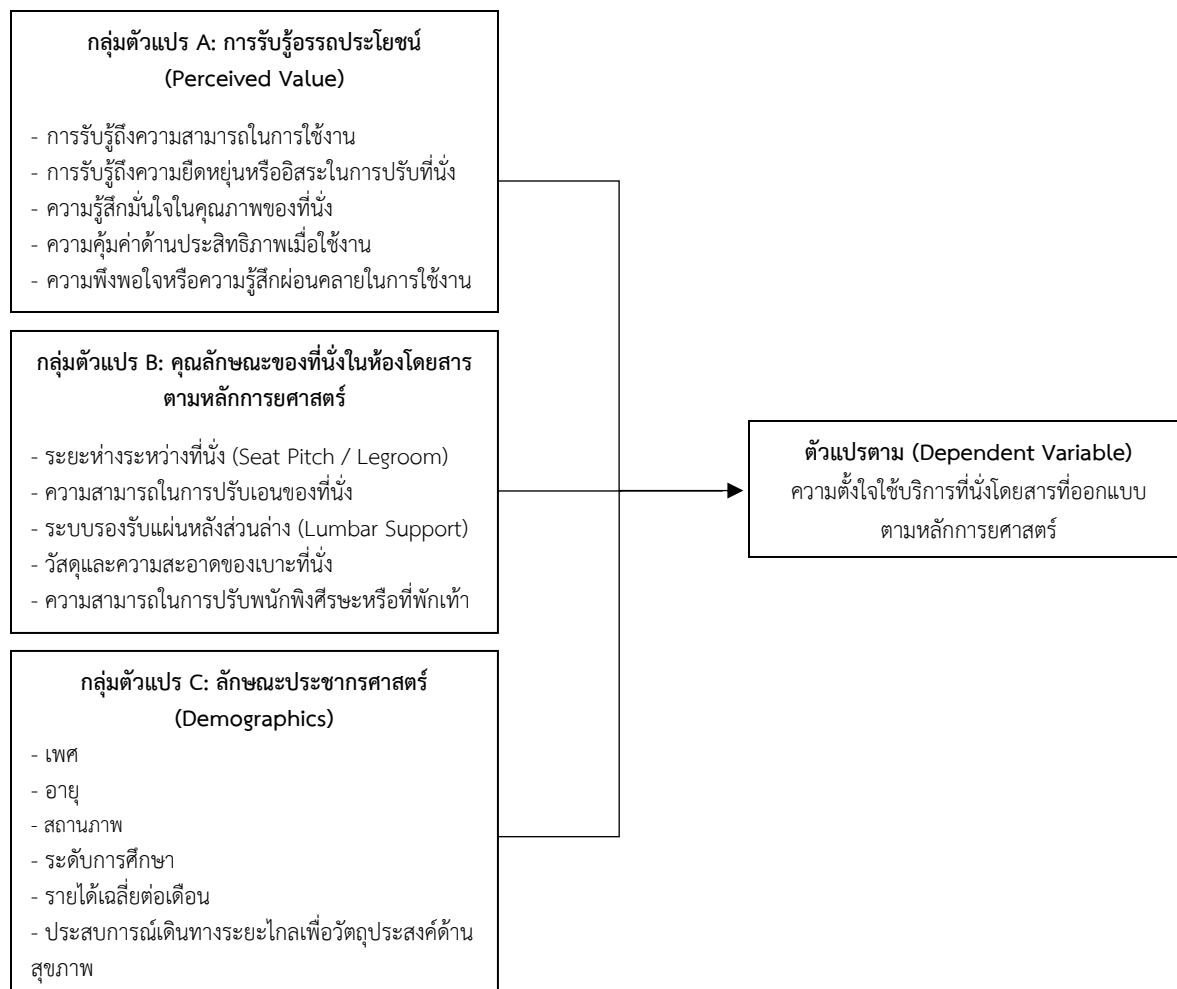
วิธีดำเนินการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการที่นั้โดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ในเที่ยวบินของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกรณีศึกษาเที่ยวบินพลัสไกลสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ ซึ่งสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังภาพที่ 1

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์เดินทางมายังประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2566–2568 ด้วยเที่ยวบินพลัสไกล (ระยะเวลาบินตั้งแต่ 6–12 ชั่วโมง) โดยสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ กลุ่มประชากรดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะและมีจำนวนรวมที่ไม่ได้ระบุไว้อย่างเป็นทางการ เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กระจายตัวอยู่ในหลายประเทศและเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยด้วยจุดประสงค์ด้านสุขภาพที่หลากหลาย เช่น การพักผ่อนเพื่อฟื้นฟูร่างกาย การเข้าร่วมโปรแกรมสปา การล้างพิษ (detox) หรือโยคะเพื่อสุขภาพ ด้วยเหตุที่ไม่สามารถระบุจำนวนประชากรได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงอาศัยหลักการประมาณการขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1963) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (Margin of Error) เท่ากับ 0.5 ซึ่งคำนวณได้ว่าควรมีกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยจำนวน 384 คน

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ในช่วงวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2568 – 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันปัญหาจากแบบสอบถามที่อาจไม่สมบูรณ์หรือไม่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมให้ครบจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ เช่น กลุ่มบน Facebook เว็บไซต์ของศูนย์สุขภาพ โรงแรมที่พักเชิงสุขภาพ และแพลตฟอร์มด้าน Wellness Tourism ที่มีผู้ใช้บริการจากต่างประเทศที่เคยเดินทางมายังประเทศไทย



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์โดยอ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการนำแบบสอบถามจากงานวิจัยเดิมที่มีเนื้อหาสอดคล้องกันมาปรับปรุงให้เหมาะสมกับบริบทเฉพาะของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมายังประเทศไทยด้วยสายการบินแบบเต็มรูปแบบ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วนหลัก ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การเดินทางระยะไกลเพื่อวัตถุประสงค์ด้านสุขภาพ
2. ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้นั่งโดยสารประกอบด้วยวัตถุประสงค์ของการเลือกใช้นั่งโดยสาร ระดับราคา ลักษณะที่นั่ง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นั่งแบบการยศาสตร์
3. การรับรู้รรถประโยชน์ของที่นั่งโดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ ได้แก่ ความสามารถในการควบคุมการปรับใช้งาน ความรู้สึกเป็นอิสระในการใช้งาน ความคุ้มค่าในการใช้งาน ความไว้วางใจในคุณภาพของที่นั่ง และความรู้สึกเพลิดเพลินหรือผ่อนคลายขณะใช้งาน

4. คุณลักษณะของที่นั่งในห้องโดยสารตามหลักการยศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ เช่น ระยะห่างระหว่างที่นั่ง ความสามารถในการปรับเอน ระบบรองรับแผ่นหลัง ความสะอาดของเบาะที่นั่ง วัสดุของที่นั่ง และอุปกรณ์เสริม เช่น ที่פקเท้าและพนักพิงศีรษะ

5. ระดับความตั้งใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้นั่งโดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ในการเดินทางทางอากาศระยะไกลในอนาคต

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยอาศัยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งดำเนินการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านที่มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่นั่งตามหลักการยศาสตร์และการวิจัยพฤติกรรมผู้โดยสารผลการประเมินพบว่า ข้อคำถามทั้งหมดมีค่าดัชนี IOC สูงกว่า 0.66 ซึ่งอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ตามเกณฑ์ที่จะต้องมียค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 (Hair et al., 2010) และได้ทดลองใช้ (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นจำนวน 30 คน ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรจริง ได้แก่ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีประสบการณ์เดินทางระยะไกลมายังประเทศไทยเพื่อจุดประสงค์ด้านสุขภาพ และได้ตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมือโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

1) ข้อคำถามที่วัดการรับรู้รรถประโยชน์ของที่นั่งโดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ มีค่าความเที่ยงรวมเท่ากับ 0.91

2) ข้อคำถามที่วัดคุณลักษณะของที่นั่งในห้องโดยสารตามหลักการยศาสตร์ มีค่าความเที่ยงรวมเท่ากับ 0.76

3) ข้อคำถามที่วัดระดับความตั้งใจใช้บริการที่นั่งดังกล่าว มีค่าความเที่ยงรวมเท่ากับ 0.90

ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนว่าแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นที่อยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมาก สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ (Hair et al., 2010) การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามในหลายขั้นตอนเพื่อให้มั่นใจในความถูกต้องและเหมาะสมของข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยขั้นตอนแรกเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล ได้แก่ การค้นหาค่าที่ขาดหาย (Missing Values) และการระบุข้อมูลที่น่าสงสัย (Outliers) เพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการใช้งานจริง จากนั้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบสมมติฐานเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น ซึ่งรวมถึงการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง ความเป็นเชิงเส้นตรง (Linearity) การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) และความคงที่ของค่าความคลาดเคลื่อน (Homoscedasticity)

ผลการตรวจสอบพบว่า ชุดข้อมูลที่ใช้มีคุณสมบัติตามเงื่อนไขทางสถิติในระดับที่เหมาะสม สามารถดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการถดถอยเชิงเส้นแบบลำดับขั้น (Hierarchical Linear Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยได้

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางคอมพิวเตอร์เพื่อดำเนินการทั้งในส่วนของสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ดังนี้

1) สำหรับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ระดับการศึกษา และประสบการณ์เดินทาง ผู้วิจัยนำเสนอด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และร้อยละ (Percentage)

2) สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้รรถประโยชน์ของที่นั่งโดยสาร และคุณลักษณะของที่นั่งในห้องโดยสารตามหลักการยศาสตร์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อประเมินระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3) ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจในการเลือกใช้บริการที่นั่งโดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบลำดับขั้น โดยแบ่งกลุ่มตัวแปรตามกรอบแนวคิดวิจัย ได้แก่ ข้อมูลประชากรศาสตร์ การรับรู้รรถประโยชน์ และคุณลักษณะของที่นั่ง เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของแต่ละกลุ่มตัวแปรต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้จะช่วยสนับสนุนข้อเสนอแนะแนวทางการออกแบบที่นั่งในห้องโดยสารที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมการบินระหว่างประเทศ

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73 และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 191 คน อยู่ในช่วงอายุ 40–54 ปี คิดเป็น ร้อยละ 47.75 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนมากที่สุด รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 189 คน อยู่ในช่วงอายุ 24–39 ปี คิดเป็น ร้อยละ 47.25 ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีสถานภาพโสด จำนวน 295 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 73.75 ในด้านระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 และเมื่อพิจารณารายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 306 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 76.50

ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบุคคลวัยทำงานที่มีวุฒิการศึกษาระดับอุดมศึกษา และมีรายได้อยู่ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับคุณภาพการเดินทางและประสบการณ์ที่เอื้อต่อสุขภาพ

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้นั่งโดยสารประกอบด้วยวัตถุประสงค์ของการเลือกใช้นั่งโดยสาร ระดับราคา ลักษณะที่นั่ง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นั่งแบบการยศาสตร์

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า วัตถุประสงค์หลักของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้นั่งโดยสารที่สะดวกสบายและออกแบบตามหลักการยศาสตร์ คือ เพื่อการพักผ่อนและลดความเหนื่อยล้าจากการเดินทาง จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.50 รองลงมาคือ เพื่อเหตุผลด้านสุขภาพเช่น ลดอาการปวดหลังหรืออาการเมื่อยล้าเรื้อรัง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และเพื่อเหตุผลด้านการทำงานจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

สำหรับระดับราคาหรือชั้นโดยสารที่ผู้โดยสารยินดีจ่ายเพื่อแลกกับความสะดวกสบายของที่นั่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มอบรับได้ในช่วงราคาที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากอัตราโดยสารปกติ หากสามารถเลือกที่นั่ง

โดยสารที่สะดวกสบายตามหลักการยศาสตร์เพิ่มขึ้นไม่เกิน 2,000 บาทจากค่าตัวปกติจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมาคือยอมจ่ายเพิ่มในช่วง 2,001-2,500 บาท จำนวน 147 คนและยอมจ่ายเพิ่มระหว่าง 2,501-3,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ในด้านลักษณะที่นั่งที่ได้รับความนิยมมากที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับที่นั่งที่สามารถปรับเอนได้เต็มระยะและรองรับส่วนหลังได้ดี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ ที่นั่งที่มีพื้นที่วางขากว้างและไม่อึดอัด จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และที่นั่งที่มีวัสดุคุณภาพดีและระบายอากาศได้ดี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ชื่นชอบที่นั่งที่มีระบบรองรับศีรษะแบบปรับได้และพนักวางเท้า จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ ความสามารถในการควบคุมระดับความเอนได้ด้วยตนเอง จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.25 การออกแบบที่ช่วยรักษาท่าทางของร่างกาย (posture support) จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และวัสดุเบาะที่มีคุณสมบัติต้านไรฝุ่นและให้ความรู้สึกสะอาด จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5

ในส่วนของการกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นั่งแบบการยศาสตร์ในสายการบินพบว่า การเสนอแพคเกจแบบรวมกับบริการเสริมอื่น ๆ เช่น เลือกที่นั่งและรายการอาหารเพื่อสุขภาพมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมาคือ การร่วมรายการกับบัตรเครดิตเพื่ออัพเกรดรูปแบบที่นั่ง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และการใช้คะแนนสะสมเพื่อแลกกับสิทธิ์เลือกที่นั่ง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25

3. ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้รรถประโยชน์ และความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่นั่งโดยสารตามหลักการยศาสตร์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้ของผู้โดยสารนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมายังประเทศไทยด้วยสายการบินแบบให้บริการเต็มรูปแบบ พบว่าผู้โดยสารมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับ ความคุ้มค่าในการใช้งานของที่นั่งโดยสาร ในระดับสูงที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.764) รองลงมาเป็น ความรู้สึกถึงอิสระในการใช้งาน เช่น การปรับเอน พื้นที่วางขา หรือการควบคุมส่วนต่าง ๆ ของที่นั่งได้ด้วยตนเอง ($\bar{X}$ = 4.18, S.D. = 0.833) ความเพลิดเพลินจากการนั่งที่สะดวกสบายระหว่างการเดินทางระยะยาว ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.820) การรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมตำแหน่งการนั่ง ($\bar{X}$ = 3.88, S.D. = 0.806) และ ความไว้วางใจในประสิทธิภาพของฟังก์ชันที่นั่ง เช่น การลดความปวดเมื่อยหรือความล้าระหว่างการบิน ($\bar{X}$ = 3.70, S.D. = 0.975)

ในส่วนของ ระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของที่นั่งโดยสารที่สอดคล้องกับหลักการยศาสตร์ พบว่าผู้โดยสารให้ความสำคัญสูงสุดกับ การปรับเอนของที่นั่งว่ามีบทบาทสำคัญต่อการกระจายแรงกดและการผ่อนคลายของกล้ามเนื้อโดยมีมุมเอียงของพนักพิงหลังที่ระดับ 100°-120° ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.733) รองลงมาคือ ระยะห่างระหว่างที่นั่ง ผู้โดยสารให้ความเห็นว่าสัดส่วนที่เหมาะสมควรอยู่ระหว่าง 86-102 เซนติเมตร ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.702) และวัสดุคุณภาพและระบายอากาศได้ดี แบบ Memory Foam ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = 0.763) และ ระบบรองรับแผ่นหลังส่วนล่างระหว่าง 15-20 เซนติเมตร ($\bar{X}$ = 3.98, S.D. = 0.770)

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการที่นั้โดยสารตามหลักการยศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบลำดับชั้น (Hierarchical Multiple Regression) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการที่นั้โดยสารตามหลักการยศาสตร์ บนเที่ยวบินระยะไกลของสายการบินแบบให้บริการเต็มรูปแบบในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมายังประเทศไทยมีรายละเอียดดังนี้

ในขั้นตอนแรกของแบบจำลอง เมื่อนำตัวแปรกลุ่ม A ซึ่งได้แก่ การรับรู้ธรรประโยชน์ของผู้โดยสาร เช่น การรับรู้ถึงความสามารถในการใช้งาน การรับรู้ถึงความยืดหยุ่นหรืออิสระในการปรับที่นั้ ความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของที่นั้ ความคุ้มค่าด้านประสิทธิภาพเมื่อใช้งาน และความพึงพอใจหรือความรู้สึกผ่อนคลายในการใช้งาน มาใช้ในการพยากรณ์ระดับความตั้งใจใช้บริการ พบว่าสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการใช้บริการได้ร้อยละ 4 เมื่อเข้าสู่แบบจำลองขั้นที่สอง โดยเพิ่มกลุ่มตัวแปร B ซึ่งเกี่ยวข้องกับ คุณลักษณะของที่นั้ในห้องโดยสารตามหลักการยศาสตร์ ได้แก่ ระยะห่างระหว่างที่นั้ ความสามารถในการปรับเอนของที่นั้ ระบบรองรับแผ่นหลังส่วนล่าง วัสดุและความสะอาดของเบาะที่นั้ และความสามารถในการปรับพนักพิงศีรษะหรือที่พกเท้า พบว่ารูปแบบดังกล่าวสามารถทำนายความตั้งใจใช้บริการได้ถึง ร้อยละ 45.9 ซึ่งเพิ่มขึ้น ร้อยละ 17.4 จากแบบจำลองก่อนหน้า

ในแบบจำลองขั้นสุดท้าย ได้เพิ่มตัวแปรกลุ่ม C ที่เป็นข้อมูลประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์เดินทางระยะไกลเพื่อวัตถุประสงค์ด้านสุขภาพ พบว่าสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมได้ ร้อยละ 64.2 หรือเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ร้อยละ 0.8 จากขั้นที่สอง ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติพบว่ามี 3 ปัจจัยหลัก ที่มีอิทธิพลต่อระดับความตั้งใจใช้บริการที่นั้โดยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่

- 1) การรับรู้ถึงความสะดวกในการปรับเอนของที่นั้ ($\beta = 0.189$, $t = 4.110$)
- 2) ความกว้างของพื้นที่ส่วนตัวบริเวณที่นั้ ($\beta = 0.174$, $t = 3.820$)
- 3) ความนุ่มและความยืดหยุ่นของวัสดุเบาะ ($\beta = 0.162$, $t = 3.488$)

ทุกปัจจัยข้างต้นส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเลือกที่นั้ตามหลักการยศาสตร์ กล่าวคือ ยิ่งผู้โดยสารรับรู้ปัจจัยเหล่านี้ในเชิงบวกมากเท่าใด ความตั้งใจในการเลือกใช้งานที่นั้รูปแบบดังกล่าวยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น อย่างไรก็ตามมีปัจจัยหนึ่งที่แสดงผลในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่

1) การรับรู้ถึงความไว้วางใจในประสิทธิภาพของที่นั้ในภาพรวมโดยไม่พิจารณารายละเอียดแยกย่อย ($\beta = -0.072$, $t = -2.155$) ซึ่งอาจสะท้อนว่า เมื่อผู้โดยสารเชื่อว่าที่นั้แบบเดิมหรือมาตรฐานเพียงพอแล้ว พวกเขาอาจไม่มีแรงจูงใจในการจ่ายเพิ่มเพื่อเลือกที่นั้ตามหลักการยศาสตร์นอกจากนี้ ยังพบว่า

2) ระดับรายได้ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน โดยผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาท มีแนวโน้มที่จะเลือกที่นั้ตามหลักการยศาสตร์น้อยกว่าผู้โดยสารที่มีรายได้อยู่ในช่วง 15,000–30,000 บาท ($\beta = -0.160$, $t = -2.340$)

อภิปรายผลและสรุป

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการที่นั้งโดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ ในเที่ยวบินของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกรณีศึกษาเที่ยวบินพิเศษไกลสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. สาเหตุที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบที่มีที่นั่งตามหลักการยศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่มักเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบที่ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของที่นั่งซึ่งออกแบบตามหลักการยศาสตร์ เพื่อรองรับระยะเวลาในการเดินทางที่ยาวนาน โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการผ่อนคลายร่างกายและลดความเมื่อยล้าจากการโดยสารเป็นเวลานาน ทั้งนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Kongtaveesawas (2022) ที่ระบุว่า นักเดินทางกลุ่ม Wellness-oriented มักให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเชิงกายภาพของที่นั่ง เช่น การรองรับแนวกระดูกสันหลัง พื้นที่วางขาที่กว้างเพียงพอ และระบบปรับเอนอัตโนมัติที่ช่วยเสริมสร้างความสบาย เช่นเดียวกับการศึกษาของ Kremser et al. (2012) พบว่า ระยะห่างระหว่างที่นั่งมีผลโดยตรงต่อความสบายของผู้โดยสารโดยเฉพาะในเที่ยวบินระยะยาว และ ผลการศึกษาของ Porta et al. (2019) ชี้ให้เห็นว่า ความกว้างของที่นั่งและพื้นที่วางขาที่จำกัดในชั้นประหยัดที่ไม่สอดคล้องกับมิติร่างกายของผู้โดยสารส่งผลให้เกิดความไม่สบายและอาจมีผลต่อสุขภาพโดยรวมระหว่างการเดินทางระยะไกลเช่นกัน

2. ระดับการรับรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของที่นั่ง และความตั้งใจใช้บริการ ผลการศึกษาระดับการรับรู้ของผู้โดยสารเกี่ยวกับคุณลักษณะของที่นั่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุดกับการปรับเอนได้ตามหลักสรีรศาสตร์ รองลงมาคือ พื้นที่วางขาและวางแขนที่เพียงพอ และ วัสดุของเบาะที่สามารถกระจายน้ำหนักและลดแรงกดทับได้อย่างเหมาะสม ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Maczyńska (2024) ที่พบว่า เบาะที่ออกแบบให้สอดคล้องกับโครงสร้างร่างกายมีผลเชิงบวกต่อระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารในเที่ยวบินระยะไกล เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Russo et al. (2023) พบว่า การปรับมิติของที่นั่งให้เหมาะสมกับสรีระของผู้โดยสารช่วยเพิ่มระดับความสบายและลดความไม่สบายทางกายระหว่างการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบที่นั่งตามหลักการยศาสตร์ที่ให้ความสำคัญกับการรองรับสรีระและวัสดุของเบาะ

ในส่วนของความตั้งใจในการใช้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการใช้ที่นั่งที่สบายและผ่อนคลายมีแนวโน้มจะกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือแนะนำบริการดังกล่าวให้กับผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Maczyńska (2024) ที่เน้นว่าการออกแบบที่นั่งที่ดีไม่เพียงแต่สร้างความสะดวกสบาย แต่ยังสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสายการบิน

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบที่มีที่นั่งตามหลักการยศาสตร์ จากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการระบบที่นั่งที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์ ได้แก่

- 1) การรับรู้ถึงความสะดวกในการปรับเอนของที่นั่ง ($\beta = 0.189$, $t = 4.110$)
- 2) ความกว้างของพื้นที่ส่วนตัวบริเวณที่นั่ง ($\beta = 0.174$, $t = 3.820$)
- 3) ความนุ่มและความยืดหยุ่นของวัสดุเบาะ ($\beta = 0.162$, $t = 3.488$)

ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Maczyńska (2024) ซึ่งชี้ว่า ความรู้สึกสบายทางร่างกายระหว่างการเดินทาง โดยเฉพาะการลดอาการปวดเมื่อยจากการนั่งในเที่ยวบินระยะยาว มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินอีกครั้ง และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kongtaveesawas (2022) ที่เสนอว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Wellness tourism ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เน้นสุขภาพและความสะดวกสบายเช่นกัน

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี (Theoretical Implications)

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ความสำคัญกับ “ความสบายเชิงการยศาสตร์” ของที่นั่งในเที่ยวบินระยะไกล ซึ่งสามารถขยายผลเชิงทฤษฎีได้ดังนี้

1. การบูรณาการแนวคิดการยศาสตร์กับพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงสุขภาพ

งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าหลักการยศาสตร์ (Ergonomics) ไม่ได้มีผลเฉพาะด้านกายภาพ แต่ยังมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) และเจตนาในการเลือกใช้บริการของผู้โดยสาร ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดสู่แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมการบินเชิงสุขภาพได้

2. การขยายแนวคิด Wellness Economy สู่ภาคการคมนาคมขนส่ง

ผลลัพธ์นี้สามารถใช้เป็นฐานเชิงทฤษฎีในการพัฒนาแนวคิด “Wellness Travel Experience” ที่ครอบคลุมตั้งแต่ก่อนขึ้นเครื่อง (In-flight) จนถึงหลังการเดินทาง (Post-flight) โดยบูรณาการองค์ประกอบของสุขภาพกาย-ใจและสภาพแวดล้อมที่ผู้โดยสารสัมผัสระหว่างการเดินทางการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Wellness Offers)

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ (Practical Implications)

ด้านการตลาด (Marketing Implications)

จากผลการวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของที่นั่งตามหลักการยศาสตร์ เช่น ความสามารถในการปรับเอน ความกว้างของพื้นที่ส่วนตัว และวัสดุของเบาะที่ช่วยลดแรงกดทับ โดยสายการบินบริการเต็มรูปแบบสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. การพัฒนา “แพคเกจบัตรโดยสารเชิงสุขภาพ” (Wellness Seating Package) สายการบินสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์บัตรโดยสารใหม่ที่ผสมผสานแนวคิดเชิงสุขภาพเข้ากับประสบการณ์การให้บริการในเที่ยวบินโดยไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนโครงสร้างที่นั่งทั้งหมด เช่น การเสนอแพคเกจที่รวมสิทธิ์เลือกที่นั่งที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่า (Extra legroom seat, Bulkhead seat) พร้อมบริการเสริมด้านสุขภาพ เช่น หมอนรองหลังตามสรีระ อาหารเพื่อสุขภาพ และเครื่องดื่มดีท็อกซ์ (Detox) หรือชาออร์แกนิก ผู้โดยสารสามารถเลือกเพิ่มแพคเกจนี้ระหว่างการจองได้คล้ายกับบริการเสริม (Ancillary Service) อื่น ๆ

2. การใช้กลยุทธ์พันธมิตรทางสุขภาพและการท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับโรงแรม สปา หรือคลินิกเชิงสุขภาพเพื่อสร้างแพคเกจ “Wellness Journey” ที่รวมบริการเที่ยวบินที่นั่งตามหลักการยศาสตร์ และโปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพที่ปลายทาง เช่น แพคเกจ “Fly & Rejuvenate” หรือ “Detox in the Sky” ซึ่งช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของสายการบินในฐานะผู้สนับสนุนสุขภาพของผู้โดยสารแบบองค์รวม

3. การใช้กลยุทธ์การตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Wellness Offers) สายการบินสามารถใช้ระบบ CRM (Customer Relation Management) และ AI-based analytics ในการเสนอ “การจัดที่นั่งเฉพาะบุคคล” ได้ เช่น การจัดผังที่นั่ง (Seat Map) แนะนำสำหรับผู้โดยสารที่มีเงื่อนไขสุขภาพเฉพาะ เช่น ผู้มีปัญหาหลังหรือข้อเท้า โดยระบบจะให้คำแนะนำเลือกที่นั่งที่มีพื้นที่ขาเพียงพอ หรือใกล้ทางเดินเพื่อความสะดวกในการยืดเหยียดร่างกาย รวมถึงบริการล่วงหน้า เช่น “Pre-flight Wellness Advice” ผ่านแอปพลิเคชันของสายการบิน เป็นต้น

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ (Product & Service Development)

จากผลการวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของที่นั่งตามหลักการยศาสตร์ เช่น ความสามารถในการปรับเอน ความกว้างของพื้นที่ส่วนตัว และวัสดุของเบาะที่ช่วยลดแรงกดทับ โดยสายการบินบริการเต็มรูปแบบ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. การออกแบบที่นั่งโดยใช้หลักการยศาสตร์แบบองค์รวม สายการบินควรปรับปรุงการออกแบบที่นั่งให้รองรับสรีระของผู้โดยสาร โดยเฉพาะในเที่ยวบินพิสัยไกล เช่น การเลือกใช้วัสดุที่มีความยืดหยุ่นสูง ลดแรงกดทับบริเวณจุดสัมผัสสำคัญ และการออกแบบพนักพิงศีรษะให้สามารถปรับได้ตามลักษณะสรีระของแต่ละบุคคล เพื่อส่งเสริมความผ่อนคลายและลดความเมื่อยล้า

2. พัฒนา “Ergo Seat Class” เป็นบริการเฉพาะกลุ่ม สายการบินควรออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะ “ที่นั่งการยศาสตร์เพื่อสุขภาพ” สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะ ซึ่งอาจอยู่ในชั้นโดยสารใหม่ที่แยกจาก Business Class และ Economy Class เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มผู้โดยสารที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพแต่ไม่ต้องการจ่ายค่าโดยสารในระดับ Premium สูงสุด

3. เพิ่มบริการเสริมเพื่อสุขภาพบนเที่ยวบิน ควรพัฒนา “ชุดบริการเสริมเพื่อสุขภาพ” ที่สนับสนุนการใช้งานที่นั่งการยศาสตร์ เช่น หมอนรองคอแบบ Memory foam ผ้าห่มที่ระบายอากาศได้ดี และคู่มือแนะนำการยืดเหยียดร่างกายในระหว่างเที่ยวบิน ซึ่งจะช่วยให้ผู้โดยสารรู้สึกได้รับการดูแลอย่างรอบด้านตลอดการเดินทาง

4. ปรับปรุงการให้บริการลูกเรือให้สอดคล้องกับแนวคิดการยศาสตร์ การฝึกอบรมลูกเรือให้สามารถแนะนำทำนองที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคล การให้คำแนะนำเรื่องการเปลี่ยนอิริยาบถ และการสื่อสารถึงประโยชน์ของที่นั่งแบบยศาสตร์จะช่วยเสริมประสบการณ์ของผู้โดยสาร และสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสุขภาพให้กับสายการบิน

ข้อจำกัดของการวิจัย (Limitations of the Study)

การศึกษานี้มีข้อจำกัดบางประการที่ควรพิจารณาในการตีความและนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. ข้อจำกัดด้านวิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลดำเนินการผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งอาศัยการตอบโดยสมัครใจของผู้เข้าร่วม จึงไม่สามารถควบคุมสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคหรือทุกช่วงอายุได้อย่างสมบูรณ์ อีกทั้งอาจมีอคติจากการเข้าถึงเทคโนโลยี (Response Bias) เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความคุ้นเคยกับการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มอื่น

2. ข้อจำกัดด้านช่วงเวลาและสถานการณ์การเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลดำเนินการระหว่างเดือนมกราคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2568 ซึ่งเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย อาจส่งผลให้ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามสะท้อนลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางในช่วงฤดูกาลดังกล่าวมากกว่าช่วงอื่นของปี

แผนการวิจัยในอนาคต (Future Research)

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างชาติในการเลือกใช้ที่นั่งโดยสารที่ออกแบบตามหลักการยศาสตร์บนเที่ยวบินพิเศษไกลของสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ ผู้วิจัยเห็นแนวทางต่อยอดการศึกษาในอนาคตได้ดังนี้

1. การขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-Cost Airlines)

เพื่อตรวจสอบความแตกต่างของพฤติกรรมและความคาดหวังด้านความสะดวกสบายระหว่างกลุ่มผู้โดยสารของสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบและสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งอาจให้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบในการออกแบบบริการเสริม (Ancillary Services) ด้านสุขภาพสำหรับผู้โดยสารในแต่ละกลุ่มตลาด

2. การศึกษาเฉพาะกลุ่มนักเดินทางสูงวัย (Senior or Silver Travelers)

เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีความต้องการด้านสุขภาพเฉพาะ เช่น ที่นั่งรองรับแผ่นหลัง ระบบพนักพิงปรับอัตโนมัติ หรือบริการช่วยเหลือพิเศษ การศึกษาต่อยอดในกลุ่มดังกล่าวจะช่วยพัฒนาแนวคิด “Ergonomic-Friendly Cabin Design” ให้ตอบโจทย์สังคมสูงวัยในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ณรงค์พร จรโรลงบุตร. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินการบินไทยสำหรับการให้บริการภายในประเทศเส้นทาง กรุงเทพฯ-เชียงใหม่. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 8(1), 174-186. <https://doi.org/10.14456/jmsnpur.2021.14>
- ธนพันธ์ รอดจากภัย. (2564). *การพัฒนาแบบการป้องกันการบาดเจ็บจากการทำงานแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของแรงงานนอกระบบ: กรณีศึกษากลุ่มผู้ประกอบการอาชีพแปรรูปพลาสติกบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ* [วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. Burapha University Institutional Repository. <https://ir.buu.ac.th/dspace/bitstream/1513/403/1/61810011.pdf>
- พิไลพร ลอยสงวน และวนิชย์ไชยแสง. (2566). ปัจจัยที่ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเขตจังหวัดอุดรธานีช่วงสถานการณ์โควิด-19. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(2), 30-45. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/263336>

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3*
(พ.ศ. 2566 – 2570).

https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article_20230327145011.pdf

Adiatmika, I. P. G. (2009). Total Ergonomic Approach in Decreasing Quality of Fatigue of Metal Crafters. *ANIMA Indonesian Psychological Journal*, 25(1), 71-78.

<https://doi.org/10.24123/aipj.v25i1.4338>

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Aminian, N. O., & Romli, F. I. (2024). Ergonomic Optimization of Airship Passenger Cabin Design Using RULA and Fuzzy Logic Decision Method. *Journal of Aeronautics, Astronautics and Aviation*, 56(15), 393-403. [https://doi.org/10.6125/JoAAA.202403_56\(15\).28](https://doi.org/10.6125/JoAAA.202403_56(15).28)

Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644–656.

<http://www.jstor.org/stable/2489765>

Bridger, R. (2008). *Introduction to ergonomics* (3rd ed.). CRC Press.

Chiu, C.-M., Wang, E. T. G., Fang, Y.-H., & Huang, H.-Y. (2014). Understanding customers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce: The roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk. *Information Systems Journal*, 24(1), 85–114.

<https://doi.org/10.1111/isj.12026>

Cochran, W. G. (1963). *Sampling techniques* (2nd ed.). John Wiley & Sons.

Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2013). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872–909.

<https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>

Global Wellness Institute. (2021). *The global wellness economy: Looking beyond COVID*.

https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2021/11/GWI-WE-Monitor-2021_final-digital.pdf

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Pearson Education.

Hanzaee, K. H., & Rezaeyeh, S. P. (2013). Investigation of the effects of hedonic value and utilitarian value on customer satisfaction and behavioral intentions. *African Journal of Business Management*, 7(10), 818–825.

Helander, M. G., & Zhang, L. (1997). Field studies of comfort and discomfort in sitting.

Ergonomics, 40(9), 895–915. <https://doi.org/10.1080/001401397187739>

- Hitos, K., Cannon, M., Cannon, S., Garth, S., & Fletcher, J. P. (2007). Effect of leg exercises on popliteal venous blood flow during prolonged immobility of seated subjects: Implications for prevention of travel-related deep vein thrombosis. *Journal of Thrombosis and Haemostasis*, 5(9), 1890–1895. <https://doi.org/10.1111/j.1538-7836.2007.02664.x>
- Jin, M.-J., & Kim, J. K. (2022). Customer adoption factors for in-flight entertainment and connectivity. *Research in Transportation Business & Management*, 43, 100759. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2021.100759>
- Kongtaveesawas, N. (2022). *Immersive experience for wellness tourism within Thailand context* [Master's thesis, Chulalongkorn University]. Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD). <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/9966>
- Kremser, F., Guenzkofer, F., Sedlmeier, C., Sabbah, O., & Bengler, K. (2012). Aircraft seating comfort: the influence of seat pitch on passengers' well-being. *Work (Reading, Mass.)*, 41 Suppl 1, 4936–4942. <https://doi.org/10.3233/WOR-2012-0789-4936>
- Maczyńska, P. (2024). *Holistic travel wellness: Designing wearable technologies to improve long-distance flight comfort* [Master's thesis, Malmö University]. DiVA Portal. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:mau:diva-70830>
- Mehmood, K. K., & Hanaysha, J. (2015). The strategic role of hedonic value and utilitarian value in building brand loyalty: Mediating effect of customer satisfaction. *Pakistan Journal of Social Sciences*, 35(2), 1025–1036.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.
- Porta, J., Saco-Ledo, G., & Cabañas, M. D. (2019). The ergonomics of airplane seats: The problem with economy class. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 69, 90–95. <https://doi.org/10.1016/j.ergon.2018.10.003>
- Romli, F. I., & Aminian, N. O. (2018). Ergonomics assessment of current aircraft passenger seat design against Malaysian anthropometry data. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.13), 22–28. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.13.21322>
- Russo, A., Russo, E., Silberschmidt, C., Montini, G., & Blasbalg, J. (2023). Ergonomics and aircraft seats: A study of comfort and well-being for the user. *Revista Ação Ergonômica*, 17, Article e202302. <https://doi.org/10.4322/rae.v17e202302.en>
- Sathye, M. (1999). Adoption of Internet banking by Australian consumers: An empirical investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 17(7), 324–334. <https://doi.org/10.1108/02652329910305689>
- Wang, J., Zhi, J. Y., Du, Y., Xiang, Z. R., Feng, S., & Chen, J. P. (2021). A method identifying key optimisation points for aircraft seat comfort. *Ergonomics*, 64(3), 287–304. <https://doi.org/10.1080/00140139.2020.1834150>