

ภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
Sportscape Factors Affecting the Revisit Intention for Badminton Courts
in Surat Thani Province

ณัฐมณี โรจน์สุจิตร์^{1,*} และ วรณวิชญ์ ทองอินทราน²

Nattamani Rodesujit^{1,*} and Wanwichanee Tongintarad²

Received 21 November 2025
Revised 15 March 2026
Accepted 1 May 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับภูมิทัศน์กีฬา การใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีอยู่ในระดับมาก และภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (X_1) ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง (X_3) ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) และด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (X_5) ผลการวิจัยนี้สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการต่อไป

คำสำคัญ: ภูมิทัศน์กีฬา, การใช้บริการซ้ำ, สนามแบดมินตัน

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

¹M.B.A., Student in Business Administration, Surat Thani Rajabhat University.

*Corresponding author, e-mail : Nattamani.r@gmail.com

²ปร.ด. การจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2557. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สังกัดสาขาวิชาการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

²Ph.D. Logistics Management, Burapha University, 2014. Assistant Professor for Master of Business Management program, Faculty of Management Sciences, Surat Thani Rajabhat University.

Abstract

This research aimed to investigate the sportscape factors affecting the revisit intention for badminton court services in Surat Thani. The sample consisted of 385 respondents. This study employed a quantitative research design, using a structured questionnaire to collect data from badminton court users in Surat Thani Province. Statistical methods used for data analysis included mean, standard deviation, and multiple linear regression analysis. The research findings revealed that the perceptions of badminton court users in Surat Thani regarding sportscape and revisit intention were at a high level. Furthermore, the sportscape factors that significantly affected the revisit intention of badminton court services in Surat Thani were stadium access (X_1), seating comfort (X_3), ambient conditions (X_4), and spatial layout (X_5). These findings can be utilized to develop strategies to enhance the competitive capabilities of business operators.

Keywords: Sportscape, Revisit Intention, Badminton Courts

บทนำ

ปัจจุบันกีฬาและกิจกรรมทางกายได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระดับโลก เนื่องจากบทบาทของกีฬาที่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการเสริมสร้างสุขภาพทางกายเท่านั้น หากแต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจและสังคมในภาพรวม โดยกีฬาแบดมินตันถือเป็นหนึ่งในกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงในระดับนานาชาติ มีผู้เล่นและผู้สนใจจำนวนมากทั่วโลก โดยมีจำนวนผู้เล่นประมาณ 339 ล้านคน และมีผู้ที่ชื่นชอบกีฬาประเภทนี้ทั่วโลกประมาณ 735 ล้านคน (Brixen. Online. 2023) ทั้งนี้แบดมินตันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในทวีปเอเชีย ที่มีประเทศที่เล่นแบดมินตันมากที่สุด 7 ใน 10 ประเทศ (Mikkelsen. Online. 2023) ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและธุรกิจกีฬาประเภทแบดมินตันอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจสนามแบดมินตันมีการขยายตัว และมีการแข่งขันสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ในบริบทของประเทศไทย การส่งเสริมการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา ถูกกำหนดเป็นแผนปฏิรูปประเทศ ด้านสาธารณสุข และแผนพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานี (พ.ศ. 2566-2570) การเพิ่มศักยภาพการกีฬาทุกระดับอยู่ในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ โดยมีประเด็น คือ เสริมสร้างศักยภาพการกีฬาในการสร้างคุณค่าทางสังคมและพัฒนาประเทศ พัฒนาศักยภาพทางกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาอาชีพระดับโลก และจากการสำรวจข้อมูลการออกกำลังกาย เล่นกีฬาและนันทนาการของประชาชนประจำปี 2566 ของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมพลศึกษา. ออนไลน์. 2566.) พบว่า ในประเทศไทย กีฬาแบดมินตันมีความนิยมเป็นอันดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 1.42 ของประชาชนอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไปที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา เมื่อจำแนกตามประเภทกิจกรรม ทั้งนี้ ความนิยมของกีฬาแบดมินตันอาจเนื่องมาจากเป็นกีฬาที่สามารถเล่นได้ทุกเพศและทุกช่วงวัย ประกอบกับการเติบโตของตลาดสถานออกกำลังกายและสถานบริการด้านกีฬาในประเทศไทยส่งผลให้ธุรกิจสนามแบดมินตันมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีลักษณะการแข่งขันที่มีความเข้มข้นมากขึ้น ทั้งนี้จังหวัดสุราษฎร์ธานี ถือเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีจำนวนสนามแบดมินตันมากที่สุดในภาคใต้ จำนวน 18 แห่ง (ศูนย์รวมข้อมูลการแข่งขันแบดมินตัน ภาคเหนือ. ออนไลน์ 2568; สมาคมกีฬาแบดมินตันแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. ออนไลน์.

2568) การเพิ่มขึ้นของจำนวนสนามแบดมินตันดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่สามารถสร้างความแตกต่างและให้ลูกค้าตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

งานวิจัยด้านการตลาดบริการและอุตสาหกรรมกีฬาให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานบริการ หรือที่เรียกว่า ภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) Wakefield, Blodgett and Sloan (1996) กล่าวว่า ภูมิทัศน์กีฬา ประกอบด้วย การจัดแผนผังพื้นที่ การออกแบบภายใน และการออกแบบภายนอก (เช่น สถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม การออกแบบสถานที่) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ส่งผลต่อการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้ใช้บริการ และความตั้งใจในการกลับมาชมกีฬาอีกครั้ง โดยแนวคิดนี้พัฒนาต่อยอดมาจากแนวคิดภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) ของ Bitner (1992) โดยภูมิทัศน์กีฬาเป็นบริบทของการบริการด้านสันทนาการและการชมกีฬาอย่างเหมาะสมที่ส่งผลในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ หากผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดีในครั้งแรกก็จะมีโอกาสกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต (Kotler and Keller. 2006 : 128; Wakefield and Blodgett. 1996 : 23) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจสนามแบดมินตันควรให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่จะสอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศพบว่า ภูมิทัศน์กีฬามีความสัมพันธ์กับการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค ในบริบทของสนามกีฬาและศูนย์ออกกำลังกาย (Jeon, et al. 2021; Lee, Kim and Noh. 2022; Quansah. 2022; Mabasa and Masitenyane. 2024)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณางานวิจัยในบริบทของประเทศไทย พบว่างานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์กีฬา ยังมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะงานวิจัยที่มุ่งศึกษาภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำในธุรกิจสนามแบดมินตันในระดับจังหวัด งานวิจัยส่วนใหญ่ในอดีตมักมุ่งเน้นการศึกษาความพึงพอใจหรือความตั้งใจเชิงทัศนคติ มากกว่าการวิเคราะห์การรับรู้การใช้บริการซ้ำเชิงประจักษ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ด้านการตลาดบริการกีฬาในบริบทท้องถิ่น และนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภูมิทัศน์กีฬาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนของธุรกิจสนามแบดมินตันได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อภูมิทัศน์กีฬา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภูมิทัศน์กับการใช้บริการซ้ำ
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภูมิทัศน์ต่อการใช้บริการซ้ำ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงภูมิทัศน์กีฬาในมุมมองของผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจสนามแบดมินตัน สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจสนามแบดมินตัน เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริการเกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต
2. งานวิจัยนี้สามารถขยายองค์ความรู้ด้านการตลาดบริการกีฬา โดยประยุกต์แนวคิด ภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) มาศึกษาในบริบทของธุรกิจสนามแบดมินตัน ซึ่งเป็นธุรกิจกีฬาระดับท้องถิ่นที่ยังมีงานศึกษาจำกัดในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

1. ภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape)

Wakefield, Blodgett and Sloan (1996 : 17) อธิบายว่า ภูมิทัศน์กีฬา หมายถึง การจัดแผนผังพื้นที่ การออกแบบภายใน และการออกแบบภายนอก (เช่น สถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม การออกแบบสถานที่) ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการตอบสนองทางอารมณ์และความตั้งใจที่จะกลับมาชมกีฬาอีกครั้งของผู้ใช้บริการ คำจำกัดความภูมิทัศน์กีฬานี้เป็นแนวความคิดที่พัฒนามาจากภูมิทัศน์บริการ ของ Bitner (1992) ภูมิทัศน์กีฬา มีอิทธิพลอย่างมากต่อความต้องการของผู้ชมที่จะอยู่ชมและสนับสนุนเกม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นั้นส่งผลต่อการสนับสนุนทางกีฬาที่มากขึ้น และในปัจจุบันมีนักวิจัยหลายท่านได้ศึกษาและให้นิยามภูมิทัศน์กีฬาไว้ เช่น Quansah (2022 : 408-409) และ Lee, Kim and Noh (2022: 16-17) ได้นำเสนอแบบจำลองภูมิทัศน์กีฬาหรือภูมิทัศน์กีฬาในสถานที่เล่นกีฬา โดยอ้างอิงแนวคิดของ Wakefield, Blodgett and Sloan (1996) ซึ่งพัฒนามาต่อยอดมาจากแนวคิด ภูมิทัศน์บริการ ของ Bitner (1992) โดยอธิบายว่า ภูมิทัศน์กีฬา คือ ความสวยงามและการออกแบบของสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจกับคุณภาพเหล่านั้น โดย Quansah (2022 : 408-409) กล่าวเพิ่มเติมว่า ภูมิทัศน์กีฬาเป็นรูปแบบของบริการที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้และสัมผัสได้โดยตรง ซึ่งส่งผลต่อทั้งด้านอารมณ์และสรีรวิทยาของผู้ใช้บริการ โดยผลกระทบนี้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ส่วนภูมิทัศน์บริการนั้น Jeon, et al. (2021 : 2) อธิบายว่า ภูมิทัศน์บริการ เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่าง “การบริการ” และ “ภาพลักษณ์ของสถานที่” ซึ่งหมายถึงสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ โดยแนวคิดนี้ครอบคลุมองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น เงื่อนไขการใช้งาน การจัดวางพื้นที่ ป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งตกแต่งต่าง ๆ ในบริบทของอุตสาหกรรมกีฬาและฟิตเนส แนวคิดดังกล่าวยังรวมถึงสภาพแวดล้อมโดยรวมของสถานที่ การจัดวางเชิงพื้นที่ ความสวยงาม ความสะอาดสบาย และความปลอดภัย ซึ่งล้วนมีผลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ Mabasa and Masitenyane (2024 : 176) ระบุว่า งานวิจัยด้านการบริโภคกีฬามักใช้คำว่า ภูมิทัศน์บริการ และ ภูมิทัศน์กีฬาในความหมายที่เหมือนกันได้ โดยภูมิทัศน์กีฬานั้น หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกของสนามกีฬาที่ช่วยสร้างความเพลิดเพลิน ตลอดจนทัศนียภาพของสนามซึ่งมีผลต่อประสบการณ์ของผู้ชมโดยตรง Jang and Baek (2024 : 2) กล่าวว่า ภูมิทัศน์บริการ เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่าง “การบริการ” (Service) และ “สภาพแวดล้อมของสถานที่” (Landscape) โดยหมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ถูกออกแบบขึ้นเพื่อรองรับการให้บริการแก่ผู้บริโภค แนวคิดนี้มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีของ Bitner (1992) ในขณะที่ ภูมิทัศน์กีฬา จะมุ่งเน้นไปที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่จัดกีฬา ซึ่งประกอบด้วย สภาพแวดล้อมโดยรอบ การจัดสรรพื้นที่และฟังก์ชันการใช้งาน ตลอดจนป้ายสัญลักษณ์ และสิ่งตกแต่งต่าง ๆ ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดนี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยสามารถจำแนกภูมิทัศน์กีฬาได้เป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (Stadium access) ด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility aesthetics) ด้านความสะอาดสบายในการนั่ง (Seating comfort) ด้านสภาพแวดล้อม (Ambient conditions) และด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (Spatial layout) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1. ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (Stadium access) หมายถึง จุดเชื่อมโยงแรกระหว่างผู้ใช้บริการกับภูมิทัศน์กีฬา การเข้าถึงสนามกีฬาประกอบด้วยระยะทางในการเดินทาง ความพร้อมในการใช้งานสนามกีฬา ไปจนถึงการเข้าถึงพื้นที่จอดรถ ซึ่งล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจและประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ต้องการเสียเวลาค้นหาที่จอดรถ หรือเดินเท้าเป็นระยะทางไกลจากจุดจอดรถไปยังสนามกีฬา ดังนั้น การออกแบบลานจอดรถที่ดีจึงควรมีพื้นที่รองรับอย่างเพียงพอ ตลอดจนมีทางเข้า-ออกที่สะดวกสบายและหลากหลายเส้นทาง (Wakefield, Blodgett and Sloan. 1996 : 18-19; Quansah. 2022 : 410) นอกจากนี้ Mabasa and Masitenyane (2024 :

176-177) ยังได้กล่าวเสริมว่า การเข้าถึงสนามกีฬานั้นครอบคลุมรวมไปถึงความสะดวกและง่ายในการเดินทางมายังสนามกีฬาด้วย

1.2 ด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility aesthetics) หมายถึง ความสวยงามเชิงสุนทรียะของสถานที่ ซึ่งเกิดจากการออกแบบสถาปัตยกรรม รวมถึงการออกแบบและตกแต่งภายใน องค์ประกอบเหล่านี้มีส่วนสำคัญในการสร้างความน่าดึงดูดใจของภูมิทัศน์กีฬา เมื่อผู้ใช้บริการเข้าใกล้หรือเข้ามาในบริเวณสนามกีฬา ผู้ใช้บริการมักจะประเมินความน่าดึงดูดใจของสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งการประเมินดังกล่าวส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อสนามกีฬา (Wakefield, Blodgett and Sloan. 1996 : 19; Jeon, et al. 2021 : 3) อีกทั้ง Mabasa and Masitenyane (2024 : 176-177) ยังระบุว่าผู้ใช้บริการมักประเมินองค์ประกอบด้านความสวยงามเหล่านี้ตั้งแต่ช่วงที่กำลังเข้าสู่สนามกีฬา ดังนั้นความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวกจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความน่าดึงดูดใจโดยรวมของสนามกีฬา และสามารถเพิ่มหรือลดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้

1.3 ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง (Seating comfort) หมายถึง การจัดที่นั่งให้เหมาะสมและสะดวกสบาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาการนั่ง ความนุ่มของเบาะ และลักษณะทางกายภาพของที่นั่ง เช่น ระยะห่างระหว่างที่นั่ง หากแคบเกินไปอาจทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกแออัด สภาพที่นั่งชำรุด หรือการจัดวางที่นั่งใกล้กันเกินไป ซึ่งล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับชม อีกทั้งการจัดที่นั่งและความกว้างของทางเดินควรเพียงพอ เพื่อรองรับการเคลื่อนไหวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ใช้บริการในขณะรับชมเกมการแข่งขันกีฬา (Wakefield, Blodgett and Sloan. 1996 : 21; Mabasa and Masitenyane. 2024 : 176-177; Quansah. 2022 : 409)

1.4 ด้านสภาพแวดล้อม (Ambient conditions) หมายถึง องค์ประกอบพื้นฐานของสภาพแวดล้อมภายในสถานบริการ เช่น คุณภาพอากาศ แสง เสียง ดนตรี กลิ่น และอุณหภูมิ ซึ่งล้วนส่งผลต่อการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การรับกลิ่น การรับรส และการสัมผัส (Bitner. 1992 : 65-66; Jeon, et al. 2021 : 3)

1.5 ด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (Spatial layout) หมายถึง การจัดวางพื้นที่ อุปกรณ์ และเฟอร์นิเจอร์ภายในสถานที่ให้บริการ โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ระหว่างผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนไหว (Jeon, et al. 2021 : 3; Jang and Baek. 2024 : 4)

2. การใช้บริการซ้ำ (Revisit intention)

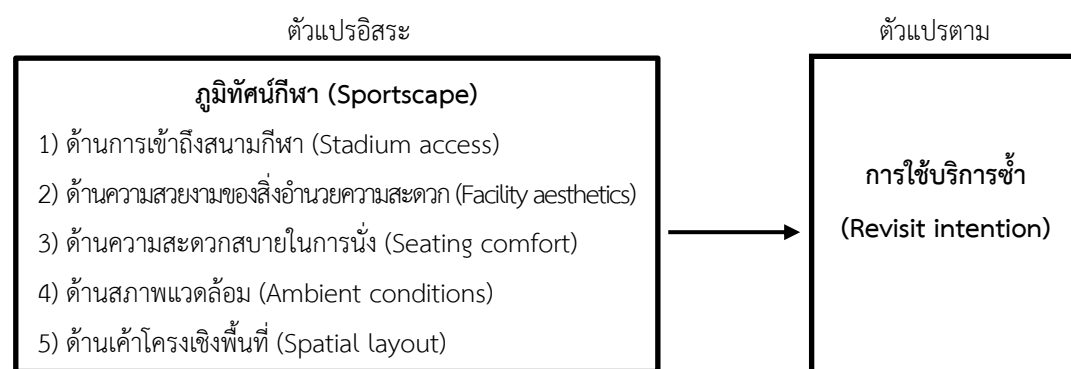
Hellier, et al. (2003 : 1764) กล่าวว่า การใช้บริการซ้ำเป็นความตั้งใจของลูกค้าในการตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยพิจารณาจากทั้งสถานการณ์ปัจจุบันและความเป็นไปได้ในอนาคตของตนเอง นอกจากนี้ความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้าหรือใช้บริการในครั้งแรก ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำ (Kotler and Keller. 2006 : 128; Musskopf, et al. 2021 : 3) เมื่อลูกค้ามีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างจริงจังและต้องการมีส่วนร่วมกับแบรนด์ ก็จะพัฒนาไปสู่ความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการนั้น ๆ ในที่สุด (Setiowati and Puti. 2012 : 157; วสุธิดา นฤตมนต์. 2564 : 14) ซึ่งสอดคล้องกับ Oliver (1999 : 33-34) ที่กล่าวว่า การซื้อซ้ำในสินค้าและบริการ เป็นส่วนหนึ่งของความภักดีต่อตราสินค้า เป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้สึกเชิงบวกของผู้บริโภคและนำไปสู่ความผูกพันอย่างลึกซึ้ง ความภักดีดังกล่าวไม่เพียงทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำ แต่ยังส่งเสริมให้เกิดการบอกต่อ โดยลูกค้าจะแพร่ประสบการณ์หรือประโยชน์ที่ได้รับไปยังผู้อื่นให้มาซื้อหรือใช้บริการต่อไป (Zeithaml, Berry and Parasuraman. 1996 : 31; Setiowati and Puti. 2012 : 157) นอกจากนี้ Wang and Chiu (2023 : 149) ระบุว่า ความตั้งใจในการซื้อซ้ำเป็นหนึ่งในผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมที่สำคัญ

ที่สุด เนื่องจากช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเอื้อต่อการรักษาผลกำไรของธุรกิจในอนาคตบริการ ดังนั้น การกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำของลูกค้าจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการใช้จ่ายของผู้บริโภค (เช่น ค่าธรรมเนียมสมาชิก หรือค่าธรรมเนียมการสอน) ถือเป็นแหล่งรายได้หลักที่สร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ สอดคล้องกับ Musskopf, et al. (2021 : 3) กล่าวไว้ว่า การรักษาลูกค้าเป็นภารกิจสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการรู้จัก ดึงดูด บริการ และจัดการความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ ถือเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ บงกชกร หงษ์สาม (2564 : 66) ยังระบุว่า การใช้บริการซ้ำของลูกค้า หมายถึง การที่ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง หรืออาจจะเป็นการที่ลูกค้ามาใช้บริการแล้ว บอกต่อให้เพื่อน เครือข่าย ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือญาติของตนเองให้มาใช้บริการ

ผู้วิจัยนำแนวคิดภูมิทัศน์กีฬาและการใช้บริการซ้ำมาเป็นกรอบในการศึกษา แม้ว่าการศึกษเกี่ยวกับภูมิทัศน์กีฬาที่ผ่านมาจะเน้นไปที่บริบทของสนามกีฬาสำหรับผู้ชม เช่น สนามฟุตบอล สนามเบสบอล ผู้วิจัยจะนำแนวคิดภูมิทัศน์กีฬาดังกล่าวมาประยุกต์กับบริบทของสนามแบดมินตันโดยเน้นที่สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเล่นกีฬาและประสบการณ์ของผู้ใช้บริการเป็นหลัก โดยพิจารณาจากการเข้าถึงสนามกีฬา ความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกสบายในการนั่ง สภาพแวดล้อมและเค้าโครงเชิงพื้นที่ ที่ผู้ใช้บริการรับรู้ส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้บริการให้เกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำได้

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: สังเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมโดยผู้วิจัย, 2568

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นบุคคลที่ใช้บริการเช่าสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการคำนวณจากสูตร Cochran (1953) และการประมาณการขนาดตัวอย่างใช้ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ที่ระดับความเชื่อมั่น

95% ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เท่ากับ 385 คน ผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบสะดวก โดยกำหนดสัดส่วนตัวอย่างตามพื้นที่ (quota) ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวน 18 แห่ง ภายใต้ 8 อำเภอ (ศูนย์รวมข้อมูลการแข่งขันแบดมินตันภาคเหนือ. ออนไลน์. 2568; สมาคมกีฬาแบดมินตันแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. ออนไลน์. 2568) โดยใช้สูตรคำนวณสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนสนามแบดมินตันจำแนกตามอำเภอในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีจำนวนสนามแบดมินตัน 7 แห่ง คิดเป็น 151 ตัวอย่าง อำเภอพุนพิน มีจำนวนสนามแบดมินตัน 2 แห่ง คิดเป็น 43 ตัวอย่าง อำเภอบ้านนาสาร มีจำนวนสนามแบดมินตัน 1 แห่ง คิดเป็น 21 ตัวอย่าง อำเภอบ้านนาเดิม มีจำนวนสนามแบดมินตัน 1 แห่ง คิดเป็น 21 ตัวอย่าง อำเภอเวียงสระ มีจำนวนสนามแบดมินตัน 1 แห่ง คิดเป็น 21 ตัวอย่าง อำเภอไชยา มีจำนวนสนามแบดมินตัน 1 แห่ง คิดเป็น 21 ตัวอย่าง อำเภอเกาะสมุย มีจำนวนสนามแบดมินตัน 4 แห่ง คิดเป็น 86 ตัวอย่าง และอำเภอเกาะพะงัน มีจำนวนสนามแบดมินตัน 1 แห่ง คิดเป็น 21 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบคำถามคัดกรอง เพื่อระบุกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเท่านั้น ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสนามแบดมินตันที่ใช้บริการบ่อยที่สุดในอำเภอใด ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภูมิทัศนิกภาพ และตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการซ้ำ โดยตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปลายปิด มีตัวเลือกให้ในการตอบ ตอนที่ 3 และ ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายปิดแบบให้คะแนน (Scale question) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เป็นการวัดความคิดเห็น 5 ระดับ

3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากตำรา หนังสือ เอกสาร วารสาร ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศนิกภาพและการใช้บริการซ้ำ เพื่อให้ได้มาซึ่งตัวแปรที่เกี่ยวข้องสำหรับการสร้างแบบสอบถาม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวัดค่าตัวแปรและอ้างอิง

การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง	การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง
ภูมิทัศนิกภาพด้านการเข้าถึงสนามกีฬา		ภูมิทัศนิกภาพด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก	
สนามแบดมินตันมีเส้นทางที่ง่ายต่อการเดินทาง	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996)	สนามแบดมินตันมีการตกแต่ง	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996)
เช่น เส้นทางที่สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย	Quansah (2022)	ภายนอกที่สวยงาม สามารถสร้าง	Jeon, et al. (2021)
ทั้งจากพื้นที่พักอาศัยและสถานที่สำคัญต่าง ๆ	Mabasa and Masitenyane (2024)	บรรยากาศที่น่าสนใจและดึงดูด	Lee, Kim and Noh (2022)
มีการจัดการระบบคมนาคมที่ชัดเจนและสามารถเดินทางได้โดยไม่เกิดความยุ่งยาก		ผู้ใช้บริการได้	
สนามแบดมินตันมีการจัดเตรียมพื้นที่สำหรับจอดรถที่เพียงพอ รองรับจำนวนผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสนามและลดปัญหาการจอดรถ	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996)	ด้วยสีสันทัดตา มีความน่า	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996)
	Quansah (2022)	ตื่นเต้น สามารถเพิ่มความสุขสนาน	Lee, Kim and Noh (2022)
	Mabasa and Masitenyane (2024)	ในระหว่างการแข่งขันและการรับชม	

ตารางที่ 1 การวัดค่าตัวแปรและอ้างอิง (ต่อ)

การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง	การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง
ภูมิทัศน์กีฬาด้านการเข้าถึงสนามกีฬา		ภูมิทัศน์กีฬาด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก	
สนามเบตมินตันมีการออกแบบพื้นที่ให้มีทางเข้า-ออกหลายจุด เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงและออกจากสนามลดความแออัด และอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายผู้ใช้บริการ	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996) Mabasa and Masitenyane (2024)	สนามเบตมินตันมีการออกแบบสถาปัตยกรรมภายนอกที่ทันสมัยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่น่าสนใจและเหมาะสมสำหรับการใช้งาน	Jeon, et al. (2021)
สนามเบตมินตันมีการติดตั้งป้ายที่มีความโดดเด่นและมองเห็นได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาทางเข้าถึงสนามได้สะดวกและรวดเร็ว โดยไม่มีความสับสน	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996)	สนามเบตมินตันมีการตกแต่งภายในอุปกรณ์ที่ใช้มีความกลมกลืนกันเกิดความสวยงามสบายตา	Jeon, et al. (2021) Lee, Kim and Noh (2022)
ภูมิทัศน์กีฬาด้านความสะดวกสบายในการนั่ง		ภูมิทัศน์กีฬาด้านสภาพแวดล้อม	
สนามเบตมินตันมีเก้าอี้ที่มีช่องว่างระหว่างพื้นที่นั่ง ไม่เกิดความรู้สึกอึดอัด เช่น พื้นที่สำหรับเข้า พื้นที่สำหรับตั้งแขน	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996) Quansah (2022) Lee, Kim and Noh (2022)	สนามเบตมินตันมีอุณหภูมิที่เหมาะสม ช่วยให้ผู้เล่นรู้สึกสบายในการแข่งขันและฝึกซ้อม	Bitner (1992) Jeon, et al. (2021) Jang and Baek (2024)
สนามเบตมินตันมีเก้าอี้ที่มีขนาดความกว้างของที่นั่งเหมาะสมสำหรับผู้รับชมและนักกีฬา	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996) Quansah (2022)	สนามเบตมินตันมีแสงสว่างที่เหมาะสมอยู่ในมาตรฐานที่กำหนด มีความสม่ำเสมอทั่วทั้งสนาม สำหรับการมองเห็นของลูกขนไก่และการขยับของคู่แข่งได้อย่างชัดเจน	Bitner (1992) Jeon, et al. (2021) Jang and Baek (2024)
สนามเบตมินตันมีการแยกโซนที่นั่งพักเป็นสัดส่วนสำหรับผู้รับชมและนักกีฬา	Mabasa and Masitenyane (2024)	สนามเบตมินตันมีการระบายอากาศที่ดี ไม่มีกลิ่นอับชื้น จากเหงื่อ รองเท้า พื้นสนาม และอุปกรณ์ต่าง ๆ	Bitner (1992) Jang and Baek (2024) Jeon, et al. (2021) Lee, Kim and Noh (2022)
สนามเบตมินตันมีจำนวนที่นั่งเพียงพอสำหรับผู้รับชมและนักกีฬา	Mabasa and Masitenyane (2024)	สนามเบตมินตันมีการรักษาความสะอาดของพื้นสนาม ค่ายาเยา และอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในสนามให้ปราศจากสิ่งสกปรก ฝุ่น หรือคราบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เล่นสามารถแข่งขันได้อย่างปลอดภัยและมีสุขอนามัยที่ดี	Bitner (1992) Jang and Baek (2024)
ภูมิทัศน์กีฬาด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่		การใช้บริการซ้ำ	
สนามเบตมินตันมีการจัดพื้นที่ตามมาตรฐานสากล มีลักษณะและขนาดที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนตามกฎของสหพันธ์เบตมินตันโลก (BWF) เช่น ขนาดสนาม พื้นที่เสริม เส้นขอบสนาม พื้นสนาม เสาและค้ำยัน	Jeon, et al. (2021)	ท่านตั้งใจกลับมาใช้บริการสนามเบตมินตันเดิมเมื่อมีโอกาส	Wang and Chiu (2023) Quansah (2022) ประทุม ขอบใจ และคณะ (2567) สุขุม อันทอง วัลลภา พัฒนา และพิเชษฐ พรหมใหม่ (2565)

ตารางที่ 1 การวัดค่าตัวแปรและอ้างอิง (ต่อ)

การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง	การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง
ภูมิทัศน์กีฬาต้านเค้าวางแข่งพื้นที่		การใช้บริการซ้ำ	
สนามแบดมินตันมีการจัดวางผังภายใน เหมาะสมกับกิจกรรมที่ใช้	Jeon, et al. (2021) Jang and Baek (2024)	ท่านจะกลับมาใช้บริการสนาม แบดมินตันเดิม แม้ว่าค่าบริการ สนามแบดมินตันจะสูงขึ้นก็ตาม	Huang and Kim (2023)
สนามแบดมินตันมีจำนวนคอร์ตที่เพียงพอต่อ ความต้องการของผู้ใช้บริการ	Jeon, et al. (2021) Jang and Baek (2024)	ท่านยังคงใช้บริการสนาม แบดมินตันเดิม แม้ว่าจะมีสนาม แบดมินตันเปิดใหม่	ประทุม ขอบใจ และคณะ (2567) ลัดดักส์ สารณู โสธยา สุภณ และศิริรัตน์ กองยอด (2564) สุขุม อันทอง, วัลลภา พัฒนา และพิเชษฐ พรหมใหม่ (2565)
สนามแบดมินตันมีการจัดวางพื้นที่ ทำให้การ เคลื่อนที่ของนักกีฬาและผู้ชม เข้าออกได้ง่าย สะดวก	Jeon, et al. (2021)	ท่านจะช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับ ลูกค้าอื่น ๆ ได้มาใช้บริการสนาม แบดมินตัน	Huang and Kim (2023) Jeon, et al. (2021)

จากนั้นนำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ และนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruence: IOC) ผลการคำนวณค่า IOC มี 31 ข้อ อยู่ในช่วง 0.67 - 1 ซึ่งผลการคำนวณมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องสามารถนำไปใช้ได้ (กัลยา วาณิชยปัญญา และฐิตา วาณิชยปัญญา. 2567) และนำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยวิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's coefficient alpha) เท่ากับ 0.96 ซึ่งมีความมากกว่า 0.7 แสดงว่าความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ (Cronbach. 1970)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 385 ชุด โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ แจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดีย และลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ สนามแบดมินตัน โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2568 และเมื่อได้รับการตอบแบบสอบถามครบจำนวนตามสัดส่วนตัวอย่างในแต่ละอำเภอ กำหนดให้คะแนนลำดับของแต่ละข้อเพื่อนำไปวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS Statistics และได้วิเคราะห์ความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากวิธีรวบรวมข้อมูลร่วมกัน (Common Method Bias: CMB) ด้วยวิธี Harman's single factor test มีค่าเท่ากับร้อยละ 45.25 ซึ่งมีความน้อยกว่าร้อยละ 50.00 แสดงว่าแบบสอบถามไม่มีความลำเอียง (Podsakoff, et al. 2003)

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ ส่วนตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบกับการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple linear regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.73 อายุอยู่ในช่วง 22 - 35 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 40.26 วุฒิมัธยมศึกษาปริญญาตรี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.10 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.04 มีความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.56 และใช้บริการสนามแบดมินตันในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.23

2. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของภูมิทัศนิกภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการรับรู้เกี่ยวกับภูมิทัศนิกภาพโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย มีด้านที่อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด จำนวน 2 ข้อ คือ ด้านสภาพแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.58) และด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.21, S.D. = 0.66) และด้านที่อยู่ในระดับการรับรู้มาก จำนวน 3 ข้อ คือ ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.68) ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 0.77) และด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ = 4.06, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

3. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการใช้บริการซ้ำ พบว่า ผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการตั้งใจเกี่ยวกับการใช้บริการซ้ำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณารายข้อคำถามอยู่ในระดับความคิดเห็นมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ข้อคำถามที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ คือ ท่านตั้งใจกลับมาใช้บริการสนามแบดมินตันเดิมเมื่อมีโอกาส ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.71) รองลงมา ท่านจะช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าอื่น ๆ ได้มาใช้บริการสนามแบดมินตัน ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.80) ข้อคำถามที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก จำนวน 2 ข้อ คือ ท่านยังคงใช้บริการสนามแบดมินตันเดิม แม้ว่าจะมีสนามแบดมินตันเปิดใหม่ ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = 0.79) และท่านจะกลับมาใช้บริการสนามแบดมินตันเดิม แม้ว่าค่าบริการสนามแบดมินตันจะสูงขึ้นก็ตาม ($\bar{X}$ = 4.14, S.D. = 0.79) ตามลำดับ

4. แสดงผลการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร ตามวิธี Pearson Correlation Coefficient ระหว่างภูมิทัศนิกภาพ ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านได้แก่ ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (X_1) ด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก (X_2) ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง (X_3) ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) ด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (X_5) กับการใช้บริการซ้ำ (Y) แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร ตามวิธี Pearson correlation coefficient

ตัวแปร	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	Y
X_1	-	0.73*	0.76*	0.71*	0.75*	0.70*
X_2		-	0.77*	0.67*	0.70*	0.62*
X_3			-	0.75*	0.75*	0.70*
X_4				-	0.78*	0.67*
X_5					-	0.69*
Y						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร ตามวิธี Pearson correlation coefficient เพื่อตรวจสอบเงื่อนไขการเกิด Multicollinearity พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรไม่เกิน 0.8 แสดงว่าตัวแปรทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (Hair, et al. 2010) แสดงให้เห็นถึงความเป็นอิสระของตัวแปรทุกตัวแปร ทำให้สามารถนำไปวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple linear regression) ต่อไปได้และเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ผู้วิจัยได้พิจารณา ค่า Tolerance และค่า VIF (Variance inflation factors) ตามที่ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple linear regression) ด้วยวิธี Enter ในการหาค่า Tolerance และค่า VIF เพื่อพิจารณาการเกิด Multicollinearity ดังแสดงผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุด้วยวิธี ENTER เพื่อการตรวจสอบเงื่อนไขการเกิด Multicollinearity

ตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบ	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา	0.30	3.24
ด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก	0.34	2.94
ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง	0.26	3.79
ด้านสภาพแวดล้อม	0.31	3.16
ด้านค่าใช้จ่ายเชิงพื้นที่	0.28	3.52

จากตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุด้วยวิธี ENTER เพื่อการตรวจสอบเงื่อนไขการเกิด Multicollinearity พบว่า ค่า Tolerance ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์มากกว่า 0.2 ซึ่งเป็นค่าที่เหมาะสม (Pedhazur. 1997) และค่า VIF ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระจากกัน (Hair, et al. 2010) ซึ่งทั้งสองค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้

5. จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter พบดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	100.93	5	20.18	109.00	0.00*
Residual	70.18	379	0.18		
Total	171.12	384			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ พบว่า ค่า Sig. < 0.05 แสดงว่าภูมิทัศน์กีฬาส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากนั้นไปวิเคราะห์ผลการทดสอบภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	β		
คงที่ (Constant)	0.68	0.17		3.97	0.00
1. ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (X_1)	0.25	0.05	0.26	4.41	0.00*
2. ด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก (X_2)	0.02	0.04	0.03	0.56	0.57
3. ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง (X_3)	0.18	0.05	0.21	3.42	0.00*
4. ด้านสภาพแวดล้อม (X_4)	0.17	0.06	0.15	2.67	0.00*
5. ด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (X_5)	0.18	0.06	0.18	2.95	0.00*
R = 0.76, R Square = 0.59, Adjusted R Square = 0.58, SE = 0.43, F = 109.00					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานของภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเรียงลำดับด้านที่ส่งผลมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (X_1) ($\beta = 0.26$, Sig. < 0.05) ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง (X_3) ($\beta = 0.21$, Sig. < 0.05) ด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (X_5) ($\beta = 0.18$, Sig. < 0.05) ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) ($\beta = 0.15$, Sig. < 0.05) และด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ($\beta = 0.03$, Sig. > 0.05) สามารถสร้างเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้ $Y = 0.68 + (0.25)X_1 + (0.18)X_3 + (0.18)X_5 + (0.17)X_4$ ซึ่งมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ ร้อยละ 58.00 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE) เท่ากับ 0.43 ซึ่งความคลาดเคลื่อนอาจจะมีปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการซ้ำสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงในการอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาภูมิทัศน์กีฬาของผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการรับรู้เกี่ยวกับภูมิทัศน์กีฬาในเชิงบวก มีค่าเฉลี่ยที่ระดับการรับรู้มาก แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับภูมิทัศน์กีฬามาก

ประเด็นการรับรู้ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jang and Baek (2024) และงานวิจัยของ Lee, Kim and Noh (2022) แต่งานวิจัยทั้ง 2 เรื่องนี้เป็นประเด็นการรับรู้เกี่ยวกับภูมิทัศน์บริการ โดย Jang and Baek (2024 : 6) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้การรับรู้ของภูมิทัศน์บริการสำหรับการปรับปรุงศูนย์ออกกำลังกาย และงานวิจัยของ Lee, Kim and Noh (2022 : 26) พบว่า ผู้บริโภครับรู้ภูมิทัศน์บริการในสนามเบสบอลอาชีพของเกาหลี

2. การศึกษาการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีระดับความตั้งใจใช้บริการซ้ำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang and Chiu (2023 : 155) พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายมีความคิดเห็นในระดับมากต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ และงานวิจัยของประทุม ขอบใจ และคณะ (2567 : 281) พบว่า ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬากรุงเทพมหานคร ภาพรวมจัดอยู่ในระดับมากที่สุด

3. การศึกษาภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า ภูมิทัศน์กีฬาส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะของการเล่นแบดมินตันซึ่งเป็นกิจกรรมกีฬาเพื่อสุขภาพที่สามารถเล่นได้สม่ำเสมอและนิยมเล่นเป็นกลุ่มเพื่อนหรือชุมชนกีฬา และสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมักทำหน้าที่เป็นพื้นที่สำหรับการออกกำลังกายและมีการจัดตั้งกลุ่มหรือชมรมของผู้เล่นกีฬาในท้องถิ่น อาจทำให้เกิดความผูกพันต่อสถานที่ และเกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jeon, et al. (2021 : 11) พบว่า ภูมิทัศน์กีฬาส่งผลต่อการรับรู้การบริการในศูนย์ออกกำลังกายซึ่งช่วยเพิ่มประสบการณ์ด้านอารมณ์ และความคล่องตัวในการใช้พื้นที่ของผู้ใช้บริการ รวมถึงความภักดีโดยอ้อม ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำและบอกต่อผู้อื่น เมื่อพวกเขามีความพึงพอใจในศูนย์ออกกำลังกาย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Quansah (2022 : 418) ที่พบว่าระดับความคิดเห็นต่อภูมิทัศน์กีฬามีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้ชมที่จะเข้าชมเกมการแข่งขันในทั้งสี่ประเทศของแอฟริกาใต้สะฮารา และ Mabasa and Masitenyane (2024 : 178) พบว่า ภูมิทัศน์ของสนามกีฬาส่งผลสูงในด้านความพึงพอใจของผู้ชมภายในสนามกีฬาต่อความเต็มใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ประกอบกับงานวิจัยของ Lee, Kim and Noh (2022 : 26) พบว่า ภูมิทัศน์บริการในสนามเบสบอลอาชีพของเกาหลี ส่งผลอย่างมากต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค

4. ผลการศึกษารายด้านของภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง ด้านสภาพแวดล้อม และด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านการเข้าถึงสนามกีฬาส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจาก ผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับการจัดเตรียมพื้นที่สำหรับการจอดรถที่เพียงพอ รองรับจำนวนผู้ให้บริการได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสนามและลดปัญหาการจอดรถ รวมถึงการมีเส้นทางที่ง่ายต่อการเดินทาง เช่น เส้นทางที่สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่ายทั้งจากพื้นที่พักอาศัยและสถานที่สำคัญต่าง ๆ มีการจัดการระบบคมนาคมที่ชัดเจนและสามารถเดินทางได้โดยไม่เกิดความยุ่งยาก ประกอบกับการติดตั้งป้ายที่มีความโดดเด่นและมองเห็นได้ง่าย เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถค้นหาทางเข้าถึงสนามได้สะดวกและรวดเร็ว โดยไม่มีความสับสน และต้องมีการออกแบบพื้นที่ให้มีทางเข้า-ออกหลายจุดเพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงและออกจากสนาม ลดความแออัด และอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายผู้ให้บริการ ซึ่งส่งผลให้ผู้ให้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mabasa and Masitenyane (2024 : 179) พบว่า ด้านการเข้าถึงสนามกีฬามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ชม ความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างความพึงพอใจของผู้ชมและความเต็มใจที่จะกลับมาชมอีกครั้ง

แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Quansah (2022 : 418) ที่พบว่า ด้านการเข้าถึงสนามกีฬาไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อสนามกีฬา และความตั้งใจที่จะเข้าชมเกม

ด้านความสะดวกสบายในการนั่งส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับจำนวนที่นั่งเพียงพอ เก้าอี้มีขนาดความกว้างที่เหมาะสม มีช่องว่างระหว่างพื้นที่นั่ง ที่ทำให้ไม่เกิดความรู้สึกอึดอัด เช่น พื้นที่สำหรับเข้า พื้นที่สำหรับตั้งแขน โดยมีการแยกโซนที่นั่งพักเป็นสัดส่วนสำหรับผู้รับชมและนักกีฬา ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mabasa and Masitenyane (2024 : 179) พบว่า ด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ชม โดยมีความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างความพึงพอใจของผู้ชม และความเต็มใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Quansah (2022 : 418) ซึ่งพบว่า ความสะดวกสบายของที่นั่ง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้ชมที่จะเข้าชมเกมการแข่งขันของแฟนบอลชาวแอฟริกาใต้ สะท้อนว่า โดยด้านความสะดวกสบายในการนั่งมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญโดยรวมและในทั้งสี่ประเทศที่ทำการศึกษา ซึ่งแตกต่างกับ Lee, Kim and Noh (2022 : 26) พบว่า ความสะดวกสบายในการนั่งไม่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่จะส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ด้านสภาพแวดล้อมส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากผู้ใช้บริการสนามแบดมินตัน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับความสว่างที่เหมาะสมอยู่ในมาตรฐานที่กำหนด มีความเหมาะสมทั่วทั้งสนาม ที่ส่งผลทำให้การมองเห็นของลูกขนไก่และการขยับของคู่แข่งได้อย่างชัดเจน รวมถึงมีการรักษาความสะอาดของพื้นสนาม ตาข่าย เสา และอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในสนามให้ปราศจากสิ่งสกปรก ฝุ่นหรือคราบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถแข่งขันได้อย่างปลอดภัยและมีสุขอนามัยที่ดี โดยต้องมีการระบายอากาศที่ดี ไม่มีกลิ่นอับชื้นจากเหงื่อ รองเท้า พื้นสนาม และอุปกรณ์ต่าง ๆ อีกทั้งอุณหภูมิที่เหมาะสม ช่วยให้ผู้ใช้บริการรู้สึกสบายในการแข่งขันและฝึกซ้อม ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jeon, et al. (2021 : 11) พบว่าการ ผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายต้องการอุณหภูมิ แสงสว่างและสภาพแวดล้อมที่มีความเหมาะสม สภาพแวดล้อมการบริการทางกายภาพเชิงบวกนี้ ช่วยให้ผู้บริโภคในของศูนย์ออกกำลังกาย ได้สัมผัสกับอารมณ์เชิงบวกที่หลากหลายและซึมซับความรู้ความเข้าใจในพื้นที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ได้

ด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับการจัดพื้นที่ตามมาตรฐานสากล มีลักษณะและขนาดที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนตามกฎของสหพันธ์แบดมินตันโลก (BWF) เช่น ขนาดสนาม พื้นที่เสริม เส้นขอบสนาม พื้นสนาม เสาและตาข่าย และการจัดวางผังภายในเหมาะสมกับกิจกรรมที่ใช้งาน โดยต้องมีการจัดวางพื้นที่ ทำให้การเคลื่อนที่ของนักกีฬาและผู้ชม เข้าออกได้ง่าย สะดวก และมีจำนวนคอร์ตที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jeon, et al. (2021 : 11) พบว่า การเคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในศูนย์ออกกำลังกายต้องมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดวางอุปกรณ์ที่มีความเหมาะสม ประกอบกับมีพื้นที่ออกกำลังกายที่กว้างและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ

ด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ ผู้วิจัยพบว่า สนามแข่งขันหรือสนามฝึกซ้อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีหลายแห่งมีการตกแต่งที่เรียบง่าย แม้จะเป็นสนามมาตรฐานระดับประเทศ เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสถานที่เพื่อฝึกซ้อมและแข่งขัน โดยประสิทธิภาพในการเล่นกีฬาหรือการแข่งขันสำคัญกว่าความสวยงาม ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ Mabasa and Masitenyane (2024) และ Lee, Kim and Noh (2022) ที่ศึกษาภูมิทัศน์ของสนามฟุตบอล สนามเบสบอล พบว่าพื้นที่ที่สวยงามส่งผลกระทบต่อ

ความพึงพอใจของผู้บริโภคและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เนื่องจากความสวยงามของสนามฟุตบอลหรือสนามเบสบอล เป็นการดึงดูดการกลับมาใช้บริการซ้ำในบริบทของผู้ชมที่มารับชมการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 จากผลการวิจัยภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นำไปสู่ข้อเสนอแนะที่ส่งผลต่อการวางแผนของผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมาใช้เป็นข้อมูล เพื่อปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจสนามแบดมินตัน เช่น การปรับปรุงพื้นที่สำหรับจอดรถ การจัดการที่นั่งให้มีจำนวนเพียงพอและนั่งได้สะดวกสบาย การจัดความสว่าง พื้นที่ขนาดสนาม พื้นที่เสริม เส้นขอบสนาม พื้นสนาม เสาและตาข่าย ที่เหมาะสมอยู่ในมาตรฐานที่กำหนด รวมถึงความสะอาดของอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดี เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

1.2 ผลการวิจัยในครั้งนี้ช่วยขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) โดยแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ให้บริการกีฬา สามารถส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการได้ โดยเฉพาะในบริบทของสนามแบดมินตันในระดับท้องถิ่น นอกจากนี้งานวิจัยยังช่วยยืนยันแนวคิดที่ว่าสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการกีฬาเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้บริการและการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยในการจัดการธุรกิจกีฬาและการจัดการสถานที่ให้บริการกีฬาในบริบทพื้นที่อื่นต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มประชากรในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อดูความแตกต่างของภูมิทัศน์กีฬาของสนามแบดมินตันที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ

2.2 ควรเพิ่มเติมศึกษาเชิงลึกในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นของเจ้าของธุรกิจและผู้ใช้บริการเกี่ยวกับภูมิทัศน์กีฬาของสนามแบดมินตันที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ

2.3 ควรศึกษาเปรียบเทียบกับตัวอื่น ๆ ควบคู่กับภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันที่จะช่วยนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไป

รายการอ้างอิง

- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมพลศึกษา. (2566). รายงานการสำรวจข้อมูลการออกกำลังกายเล่นกีฬา และ นันทนาการของประชาชน ประจำปี 2566. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.dpe.go.th/page/manual/content/haVznRhiNzu5OVjePuj2BA%253d%253d>. [6 มิถุนายน 2567].
- กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วินิชย์บัญชา. (2567) การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 36. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บงกชกร หงส์สาม. (2564). บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของลูกค้าศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัย การกีฬาแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง

- ประทุม ขอบใจ และคณะ. (พฤศจิกายน-ธันวาคม 2567). “คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬากรุงเทพมหานคร.” *Thai Journal of Health, Physical Education and Recreation*. 50(3) : 275-288.
- ลัดดาวัลย์ สำราญ ไสยา สุภาพล และตรีรัตน์ กองยอด. (พฤศจิกายน-ธันวาคม 2564). “คุณภาพบริการและประสิทธิภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ บริษัท โปรชนียไทย จำกัด.” *วารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการ*. 4(4) : 65-78.
- วสุธิดา นริตมณต์. (กันยายน-ธันวาคม 2564). “การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการซ้ำร้านอาหารญี่ปุ่น.” *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. 11(3) : 11-23.
- ศูนย์รวมข้อมูลการแข่งขันแบดมินตัน ภาคเหนือ. (2568). *สนามแบดมินตันในประเทศไทย แบ่งตามภาค*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://northbadminton.blogspot.com/p/blog-page.html>. [16 สิงหาคม 2568].
- สมาคมกีฬาแบดมินตันแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. (2568). *ประวัติกีฬาแบดมินตันในประเทศไทย*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.badmintonthai.or.th/about/history>. [6 มิถุนายน 2568].
- สุขุม อันทอง วัลลภา พัฒนา และพิเชษฐ พรหมใหม่. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565). “คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำสถานี่รถไฟชุมทางหาดใหญ่.” *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. 4(2) : 25-46.
- Bitner, M. J. (April 1992). “Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees.” *Journal of Marketing*. 56(2) : 57-71.
- Brixen, M. (2023). *The missed business opportunity in badminton*. [Online]. Available : <https://www.abovesports.io/above-blog/the-missed-business-opportunity-in-badminton->. [6 Jun 2024].
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. 3rd ed. New York : Harper And Row.
- Hair, Jnr, J. F, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. New York : Pearson.
- Hellier, P. K., et al. (December 2003). “Customer repurchase intention: a general structural equation model.” *European Journal of marketing*. 37(11-12) : 1762-1800.
- Huang, Y. & Kim, D. (24 August 2023). “How Does Service Quality Improve Consumer Loyalty in Sports Fitness Centers? The Moderating Role of Sport Involvement.” *Sustainability*. 15(17). 1-24.
- Jang, W. Y. & Baek, S. Y. (10 April 2024). “The relative importance of servicescape in fitness center for facility improvement.” *Heliyon*. 10(9) : 1-10.
- Jeon, Y., et al. (4 June 2021). “How Does Service Environment Enhance Consumer Loyalty in the Sport Fitness Industry? The Role of Servicescape, Consumption Motivation, Emotional and Flow Experiences.” *Sustainability*. 13(11) : 1-16.

- Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). **Marketing management**. 12th ed. New Jersey : Pearson Prentice.
- Lee, B., Kim, K. & Noh, Y. (21 December 2022). “The Effect of Servicescape in Professional Baseball Stadium on Spectator’s Satisfaction and Repatronage Intention.” **International Journal of Human Movement Science**. 16(3) : 15-29.
- Mabasa, P. N. & Masitenyane, L. A. (2024). “Sportscape Variables and Spectator Satisfaction Towards Willingness to Return to Designated Professional Women’s Soccer Events. ” **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**. 13(1) : 174-182.
- Mikkelsen, S. (2023). **Badminton's Evolution: A historical glimpse into the sport’s changing face over the decades** [Online]. Available : <https://olympics.com/en/news/badminton-evolution-historical-glimpse-sport-over-decades>. [6 Jun 2024].
- Musskopf, A. G., et al. (20 October 2021). “The Influence of the Constructs ‘Perceived Quality’ and ‘Trust’ for the Repurchase Intention in the Market of Fitness Centers in Southern Brazil.” **Revista Intercontinental de Gestão Desportiva**. 11 : 1-16.
- Oliver, R. L. (October 1999). “Whence consumer loyalty?.” **Journal of Marketing**. 63(4_suppl1): 33-44.
- Pedhazur, E. J. (1997). **Multiple Regression in Behavioral Research: Explanation and Prediction**. New York : CT: Thomson Learning.
- Podsakoff, P. M., et al. (October 2003). “Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies.” **Journal of Applied Psychology**. 88(5) : 879–903.
- Quansah, T. K. (September 2022). “New sports stadia for Africa? The impact of sportscape features on attendance intentions in sub-Saharan African club football.” **European Sport Management Quarterly**. 24(2) : 404-427.
- Setiowati, R. & Putri, A. (December 2012). The Impact of Perceived Value on Customer Satisfaction, Loyalty, Recommendation and Repurchase. An Empirical Study of Spa Industry in Indonesia. In **Proceedings of International Conference on Trade, Tourism and Management (ICTTM'2012)**. (pp.156-161). Bangkok
- Wakefield, K. L. & Blodgett, J. G. (1996). “The effect of servicescapes on customers’ behavioral intentions in leisure service settings.” **Journal of Services Marketing**. 10(6) : 45-61.
- Wakefield, K. L. Blodgett, J. G. & Sloan, H. J. (1996). “Measurement and management of the sportscape.” **Journal of Sport Management**. 10(1) : 15–31.
- Wang F. J. & Chiu, W. (January 2023). “Service encounter and repurchase intention in fitness centers: perceived value as a mediator and service innovativeness as a moderator. ” **International Journal of Sports Marketing and Sponsorship**. 24(1) : 145-167.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (April 1996). “The behavioral consequences of service quality.” **Journal of Marketing**. 60(2) : 31-46.