

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัญหาของผู้พักอาศัยในการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์บ้านจัดสรร ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 274 ตัวอย่าง ซึ่งรวบรวมโดยใช้การเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวกจากผู้พักอาศัยในบ้านจัดสรร ที่มีเนื้อที่ตั้งแต่ 75 ตารางวาขึ้นไป และอยู่ในโครงการที่มีจำนวนบ้านภายในโครงการมากกว่า 100 หลังคาเรือน ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.07 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ร้อยละ 39.78 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 85.04 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 36.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 81.02 รายได้ประจำต่อเดือนของครอบครัว 40,001 – 60,000 บาท ร้อยละ 37.23 จำนวนสมาชิกในบ้าน 3 – 4 คน ร้อยละ 65.33 มีเนื้อที่ทั้งหมดของบ้าน 101 – 150 ตารางวา ร้อยละ 41.24 และมีเนื้อที่ของสวน/สนาม ไม่เกิน 100 ตารางเมตร ร้อยละ 71.17

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ของผู้พักอาศัยในบ้านจัดสรรอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการตัดหญ้า ร้อยละ 94.20 เลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการ เนื่องจากได้รับความสะดวกสบายจากการรับบริการ ร้อยละ 74.45 ใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 38.69 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 300 – 500 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 71.17 ชำระค่าบริการในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ ร้อยละ 56.93 เลือกใช้บริการในช่วงเวลา 08.00 – 12.00 น. ร้อยละ 37.23 สะดวกที่จะใช้บริการในวันอาทิตย์ ร้อยละ 37.59 แหล่ง/ช่องทางที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการได้มา

จากเพื่อนร่วมงาน/เพื่อนบ้าน ร้อยละ 63.87 ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการด้วยตัวเอง ร้อยละ 62.41 โดยพิจารณาจากคุณภาพงานบริการ ร้อยละ 39.05 ใช้บริการจากผู้ให้บริการรายเดียวประจำ คิดเป็น ร้อยละ 68.25 ที่เหลือเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการหลายราย เนื่องจากคุณภาพหรือราคาของผู้ให้บริการปัจจุบันไม่ถูกใจ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้พักอาศัยในการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ จำแนกตามเพศ รายได้ และขนาดเนื้อที่สวน/สนาม

3.1 ตารางแสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้พักอาศัยในการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้บริการตัดหญ้าจากผู้ให้บริการเลือกใช้บริการ เนื่องจากได้รับความสะดวกสบายจากการรับบริการ ใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 300 - 500 บาทต่อครั้ง เลือกชำระเงินในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ สะดวกที่จะใช้บริการในวันอาทิตย์ เลือกผู้ให้บริการ โดยพิจารณาจากคุณภาพงานบริการมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เลือกใช้บริการในช่วงเวลา 08.00 - 12.00 น. ขณะที่เพศหญิง เลือกใช้บริการในช่วงหลัง 16.00 น. เป็นต้นไปมากที่สุด

3.2 ตารางแสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้พักอาศัยในการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ จำแนกตามรายได้

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงใช้บริการตัดหญ้าจากผู้ให้บริการมากที่สุด เลือกใช้บริการเนื่องจากได้รับความสะดวกสบายจากการรับบริการมากที่สุด

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 40,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ใช้บริการเดือนละ 1 ครั้งมากที่สุด ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 - 60,000 บาท ใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้งมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 300 - 500 บาท ต่อครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 40,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกชำระเงินในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ในช่วง 40,001 - 60,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกชำระเงินเป็นรายเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 40,000 บาทและ 40,001 – 60,000 บาท เลือกใช้บริการในช่วงหลัง 16.00 น. เป็นต้นไปมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 60,001 ขึ้นไปส่วนใหญ่เลือกใช้บริการในช่วงเวลา 08.00 – 12.00 น.

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 40,000 บาท สะดวกที่จะใช้บริการในวันอาทิตย์มากที่สุด ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป สะดวกที่จะใช้บริการในวันจันทร์ – ศุกร์มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 40,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโดยพิจารณาจากคุณภาพงานบริการ ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ในช่วง 40,001 – 60,000 บาท พิจารณาจากราคามากที่สุด

3.3 ตารางแสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้พักอาศัยในการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ จำแนกตามขนาดเนื้อของสวน/สนาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเนื้อที่ของสวน/สนามทุกขนาดเนื้อที่ ที่ใช้บริการตัดหญ้าจากผู้ให้บริการมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเนื้อที่ของสวน/สนามไม่เกิน 100 ตารางเมตร และ 101 - 150 ตารางเมตรส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการเนื่องจากได้รับความสะดวกสบายจากการรับบริการ ขณะที่ผู้ที่มีเนื้อที่ของสวน/สนาม 151 ตารางเมตรขึ้นไป เลือกใช้บริการเนื่องจากไม่มีเวลาดูแลด้วยตัวเอง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเนื้อที่ของสวน/สนามไม่เกิน 100 ตารางเมตร ใช้บริการเดือนละ 1 ครั้งมากที่สุด ขณะที่ผู้ที่มีเนื้อที่ของสวน/สนาม 101 - 150 ตารางเมตร ใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ส่วนผู้ที่มีเนื้อที่ของสวน/สนาม 151 ตารางเมตรขึ้นไป ใช้บริการเดือนละ 2 - 3 ครั้งมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเนื้อที่ของสวน/สนามไม่เกิน 100 ตารางเมตร และ 101 - 150 ตารางเมตรส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 300 - 500 บาทต่อครั้ง ขณะที่ผู้ที่มีเนื้อที่ของสวน/สนาม 151 ตารางเมตรขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 501 – 1,000 บาทต่อครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเนื้อที่ของสวน/สนามไม่เกิน 100 ตารางเมตร และ 151 ตารางเมตรขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกชำระเงินในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ ขณะที่ผู้ที่มีเนื้อที่ของสวน/สนาม 101 - 150 ตารางเมตรส่วนใหญ่ เลือกชำระเป็นรายเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเนื้อที่ของสวน/สนามไม่เกิน 100 ตารางเมตร เลือกใช้บริการในช่วงเวลา 08.00 – 12.00 น. มากที่สุด ขณะที่ผู้ที่มีเนื้อที่ของสวน/สนาม 101 - 150 ตารางเมตร เลือกใช้บริการในช่วงหลัง 16.00 น.เป็นต้นไป ส่วนผู้ที่มีเนื้อที่ของสวน/สนาม 151 ตารางเมตรขึ้นไป เลือกใช้บริการในช่วงเวลา 08.00 – 12.00 น. และ 12.01 – 16.00 น.

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเนื้อที่ของสวน/สนามไม่เกิน 100 ตารางเมตร และ 151 ตารางเมตรขึ้นไป เลือกใช้บริการในวันอาทิตย์มากที่สุด ขณะที่ผู้ที่มีเนื้อที่ 101 – 150 ตารางเมตร เลือกใช้บริการในวันจันทร์ – ศุกร์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเนื้อที่ของสวน/สนามไม่เกิน 100 ตารางเมตร เลือกผู้ให้บริการโดยพิจารณาจากคุณภาพงานบริการมากที่สุด ขณะที่ผู้ที่มีเนื้อที่ 101 – 150 ตารางเมตร เลือกผู้ให้บริการโดยพิจารณาจากความน่าไว้วางใจของผู้ให้บริการ ผู้ที่มีเนื้อที่ของสวน/สนาม 151 ตารางเมตรขึ้นไป เลือกผู้ให้บริการโดยพิจารณาจากราคา คุณภาพงานบริการ และความน่าไว้วางใจของผู้ให้บริการ

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการให้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงบริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการให้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ ในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.39 โดยปัญหาด้านคุณภาพงานไม่ได้มาตรฐาน และไม่มีการรับประกันคุณภาพของงาน พบในระดับปานกลาง ส่วนปัญหาด้านอื่น ๆ พบในระดับน้อย

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการให้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ ในด้านราคาโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.14 โดยปัญหาทุกด้านพบในระดับน้อยเช่นกัน

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการให้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ ในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.26 โดยปัญหาทุกด้านพบในระดับน้อยเช่นกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.00 โดยปัญหาทุกด้านพบในระดับปานกลางเช่นกัน

ด้านพนักงานให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ในด้านพนักงานให้บริการโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.05 โดยปัญหาทุกด้านพบในระดับน้อยเช่นกัน

ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ในด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.21 โดยปัญหาทุกด้านพบในระดับน้อยเช่นกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ในด้านการกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.13 โดยปัญหาทุกด้านพบในระดับน้อยเช่นกัน

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ของผู้พักอาศัยในบ้านจัดสรรอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษา สามารถนำผลที่ได้มาหาคำตอบที่สอดคล้องกับคำถามในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้ง 7 ข้อ ตามแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ได้ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีรายได้ประจำต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์บ้านจัดสรร โดยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการตัดหญ้าจากผู้ให้บริการ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ เนื่องจากได้รับความสะดวกสบายจากการรับบริการ

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับของ วิวรรณ พงษ์เรืองเกียรติ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า การตัดสินใจซื้อนั้น ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ตัวเอง

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วง 08.00 – 12.00 น. ในวันอาทิตย์

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อบริการจากผู้ให้บริการเพียงรายเดียวเป็นประจำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิวรรณ พงษ์เรืองเกียรติ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีผู้ให้บริการประจำ

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อบริการโดยอาศัยแหล่งข้อมูลจากเพื่อนร่วมงาน/เพื่อนบ้าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิวรรณ พงษ์เรืองเกียรติ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ใกล้ตัว คือ บิดา มารดาญาติพี่น้อง คู่สมรส และบุตร

แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ

จากการศึกษาปัญหาที่พบจากการใช้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ของผู้พักอาศัยในบ้านจัดสรร อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (กฤษณา รัตนพฤกษ์, 2545) สามารถอภิปรายผลในประเด็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมในระดับน้อย แต่พบปัญหาด้านคุณภาพงานไม่ได้มาตรฐาน และไม่มีการรับประกันคุณภาพของงานในระดับปานกลางซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ของ สมจิต โยระคง (2541) ที่กล่าวว่า ผู้ขายบริการที่ดีจะต้องมีผลงานที่ประณีต เป็นที่พึงพอใจของผู้รับบริการ รวมทั้งต้องมีคุณภาพงาน ความสม่ำเสมอ เพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงยั่งยืน

ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาแต่ละปัญหา ทั้งด้านค่าบริการไม่สมเหตุสมผล และไม่มีการแข่งขันราคาค่าบริการก่อนลงมือปฏิบัติงาน ก็อยู่ในระดับน้อยเช่นกัน แสดงว่า ค่าบริการของผู้ให้บริการในปัจจุบันมีความเหมาะสม และผู้รับบริการสามารถยอมรับได้ รวมทั้งผู้ให้บริการได้มีการตกลงราคา และแจ้งแก่ผู้รับบริการอย่างชัดเจน จึงพบปัญหาในส่วนนี้น้อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิวรรณ พงษ์เรืองเกียรติ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัญหาที่พบในการใช้บริการมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นกว่าที่กำหนดไว้

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมในระดับน้อย โดยปัญหาในด้านนี้ประการหนึ่งได้แก่ พนักงานไม่มีการเตรียมพร้อม โดยการสวมใส่อุปกรณ์เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำงานซึ่งอยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการเข้าปฏิบัติงานของ สมจิต โยธะคง (2541) ที่กล่าวว่า ก่อน ลงมือทำงาน หัวหน้างานหรือผู้ควบคุมงานต้องชี้แจงงานที่จะต้องปฏิบัติในวันนั้นให้แก่ผู้ปฏิบัติทราบถึงขอบเขตงาน ตลอดจนให้คำนึงถึงความปลอดภัยขณะปฏิบัติงาน

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมในระดับน้อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิวรรณ พงษ์เรืองเกียรติ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการบำรุงรักษาซ่อมแซมบ้าน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัญหาที่พบประการหนึ่งคือ ผู้ให้บริการทำงานไม่ตรงเวลา

ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการใน 3 ลำดับแรกคือ ตัดหญ้า ตัดแต่งกิ่งไม้ และใส่ปุ๋ย ตามลำดับ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการเนื่องจากได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระเงินในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ รองลงมา ชำระค่าบริการเป็นรายเดือน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 40,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่เลือกชำระเงินในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ ขณะที่ผู้ที่มีรายได้ 40,000 – 60,000 บาท เลือกชำระเป็นรายเดือน และทุกช่วงรายได้มีการเลือกชำระเป็นรายปีน้อยมาก
4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการเพียงรายเดียว

5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการด้วยตนเองโดยอาศัยแหล่งข้อมูลจากเพื่อนร่วมงาน/เพื่อนบ้าน รองลงมาคือแหล่งข้อมูลจากการติดต่อจากผู้ให้บริการ

6. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาจากการใช้บริการเกือบทั้งหมดในระดับน้อย ยกเว้นปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และไม่มีส่วนลดพิเศษหรือบริการสำหรับลูกค้าประจำ ซึ่งพบในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. การนำเสนอบริการสำหรับลูกค้าพิเศษ ควรเน้นรายละเอียดการให้บริการที่เป็นการอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้บริการ
2. ผู้ให้บริการควรนำเสนอวิธีการชำระค่าบริการโดยให้มีทางเลือกทั้งแบบชำระเงินในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ และชำระค่าบริการเป็นรายเดือน
3. ลูกค้าส่วนใหญ่มีการใช้บริการจากผู้ให้บริการรายเดียวเป็นประจำ ซึ่งแสดงถึงว่า ลูกค้าพร้อมที่จะใช้บริการจากผู้ให้บริการรายนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง ผู้ให้บริการจึงควรใส่ใจในรายละเอียดและคุณภาพของงาน ในด้านการควบคุมคุณภาพและการรับประกันคุณภาพของงานหลังจากเสร็จสิ้นงานทุกขั้นตอน ผู้ให้บริการควรตรวจสอบงานในระดับหนึ่งก่อนส่งมอบ เพื่อให้ผู้รับบริการตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งหนึ่ง และกรณีที่พบปัญหาหรือข้อบกพร่องจากการทำงาน ผู้ให้บริการต้องให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการในการที่จะเข้าไปแก้ไขในทันที โดยผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม สร้างความสัมพันธ์อันดี เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจก็จะมีคำแนะนำ และบอกต่อไปยังเพื่อนหรือคนที่รู้จักทำให้เกิดการขยายช่องทางเข้าถึงลูกค้าใหม่ ๆ ได้มากขึ้น
4. นอกเหนือจากความสม่ำเสมอในการทำงาน คุณภาพที่ดีของงานและการเข้าหาลูกค้าเป็นประจำอย่างต่อเนื่องแล้ว ผู้ให้บริการควรมีการส่งเสริมการขาย เพื่อช่วยกระตุ้นการใช้บริการของลูกค้าเก่า และขยายฐานลูกค้าใหม่ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับการแนะนำลูกค้าใหม่ การแถมบริการพิเศษสำหรับการรับบริการได้ครบ ตามจำนวนครั้ง หรือยอดเงินที่กำหนด
5. จากการที่เน้นผู้ให้บริการรายเดียว ผู้ให้บริการอาจมีการจัดโปรแกรมการให้บริการระยะยาวไว้เป็นทางเลือก เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าบางกลุ่ม โดยระบุประเภท จำนวนครั้งของการให้บริการ และค่าใช้จ่ายในการบริการ พร้อมส่วนลดพิเศษ ทั้งนี้นอกจากจะเป็นการรักษาลูกค้าเก่าไว้ในระยะยาวแล้ว ยังเป็นการประกันรายได้ที่จะได้รับในอนาคตด้วย เช่น โปรแกรมการให้บริการเป็นแพคเกจ

6. ตัวอย่างแพคเกจ การให้บริการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์ ควรประกอบด้วย

- งานบริการหลัก ได้แก่ ตัดหญ้า ตัดแต่งกิ่ง และใส่ปุ๋ย ส่วนงานบริการอื่น ๆ ตามแต่จะตกลงกัน โดยใช้หลักการคิดค่าบริการตามพื้นที่ และรายละเอียดของงาน
- ความถี่ในการให้บริการ คือ สัปดาห์ละครั้งหรือเดือนละครั้ง แล้วแต่ความเหมาะสมของพื้นที่และปริมาณงาน
- ราคา อยู่ในช่วง 300 – 1,000 บาท ขึ้นกับปริมาณงาน
- การชำระเงินมีให้เลือก 2 รูปแบบ คือ ชำระเป็นรายครั้ง และชำระเป็นรายเดือน
- ใช้บริการในแต่ละโปรแกรมอย่างต่อเนื่อง ครบ 10 ครั้ง ให้บริการฟรี 1 ครั้ง ในมูลค่าที่เท่ากัน
- แนะนำลูกค้าใหม่ มอบส่วนลด 10% สำหรับบริการครั้งต่อไป