

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่มุ่งเน้นศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดและโอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 210 คนและผู้ประกอบการ จำนวน 21 ราย ซึ่งผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน จำนวนตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน คะแนนเฉลี่ย
SD	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
χ^2	แทน ค่าไคสแควร์
SS	แทน ผลรวมของคะแนนยกกำลังสอง
MS	แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสอง
df	แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ
F	แทน ค่าที่ใช้พิจารณา F-distribution
t	แทน ค่าที่ใช้พิจารณา t-distribution
*	แทน แสดงความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05
**	แทน แสดงความมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

ด้านผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบยอดขายต่อเดือน และจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ร้านอาหาร เพื่อสุขภาพ ของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ ความรู้ทางธุรกิจ และ ระยะเวลาการ ดำเนินกิจการ

ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับ ธุรกิจร้านอาหาร

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอ เมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ความรู้ทางธุรกิจ แหล่งเงินทุนในการดำเนิน ธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	8	38.1
	หญิง	13	61.9
อายุ	26-35 ปี	3	14.3
	36-45 ปี	18	85.7
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	3	14.3
	อนุปริญญาตรี	6	28.6
	ปริญญาตรี	12	57.1
ประสบการณ์การทำงาน	น้อยกว่า 1 ปี	2	9.5
	1-5 ปี	13	61.9
	6 ปี ขึ้นไป	6	28.6
	รวม	21	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.9 เพศชาย ร้อยละ 38.1 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 85.7 รองลงมา คือ อายุ 26-35 ปี ร้อยละ 14.3 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ อนุปริญญาตรี และมีมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 28.6 และ 14.3 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ 1-5 ปี ร้อยละ 61.9 รองลงมา คือ 6 ปี ขึ้นไป และน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 28.6 และ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไป จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ห้างหุ้นส่วนบุคคลธรรมดา	20	95.2
ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล	1	4.8
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่มีธุรกิจเป็นแบบห้างหุ้นส่วนบุคคลธรรมดา ร้อยละ 95.2 และ เป็นห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลร้อยละ 4.8

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไป จำแนกตามความรู้ทางธุรกิจ

ความรู้ทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยรับการศึกษาความรู้ทางธุรกิจ	12	57.2
ได้รับความรู้ทางธุรกิจ	7	33.3
จบการศึกษาโดยตรงทางสายธุรกิจ	2	9.5
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่ไม่เคยรับการศึกษาความรู้ทางธุรกิจ ร้อยละ 57.2 รองลงมาคือ ได้รับความรู้ทางธุรกิจ ร้อยละ 33.3 และ จบการศึกษาโดยตรงทางสายธุรกิจ ร้อยละ 9.5

ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไป จำแนกตามบิดามารดาประกอบธุรกิจอาหารหรือไม่

การประกอบธุรกิจอาหารของบิดามารดา	จำนวน	ร้อยละ
เคย	15	71.4
ไม่เคย	6	28.6
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่มีบิดามารดาประกอบธุรกิจอาหารมาก่อน ร้อยละ 71.4 และบิดามารดาไม่ได้ประกอบธุรกิจอาหาร ร้อยละ 28.6

ตารางที่ 5 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไป จำแนกตามแหล่งเงินทุน

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนส่วนตัว	21	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่ใช้แหล่งเงินทุนส่วนตัวในการประกอบธุรกิจ คิดเป็น ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการ

ระยะเวลาการดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	18	85.7
6-10 ปี	2	9.5
มากกว่า 10 ปี	1	4.8
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่มีระยะเวลาการดำเนินการอยู่ระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ 6-10 ปี และ มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 9.5 และ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไป จำแนกตามประเภทสถานที่ดำเนินธุรกิจ

ประเภทสถานที่ดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นของตัวเอง	17	81.0
เช่า	4	19.0
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่มีประเภทสถานที่ดำเนินธุรกิจเป็นของตนเอง ร้อยละ 81.0 และเช่า ร้อยละ 19.0

ตารางที่ 8 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไป จำแนกตามรายได้ในการประกอบธุรกิจ

รายได้ในการประกอบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	1	4.8
10,001-30,000 บาท	3	14.3
30,001-60,000 บาท	15	71.4
มากกว่า 60,000 บาท	2	9.5
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่มีรายได้ในการประกอบธุรกิจอยู่ระหว่าง 30,001-60,000 บาท ร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ 10,001-30,000 บาท มากกว่า 60,000 บาท และ ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 14.3 9.5 และ 4.8 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.51	.425	มากที่สุด	1
2. ด้านราคา	4.43	.585	มากที่สุด	2
3. ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง	4.34	.402	มากที่สุด	3
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.97	.714	มาก	4
รวม	4.30	.428	มากที่สุด	

จากตารางที่ 9 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3021 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.5175 รองลงมาคือ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.4381 และ 4.3492 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9707

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
1. ความสำคัญของความสะอาดของอาหาร	4.76	.436	มากที่สุด	1
2. ความสำคัญรสชาติของอาหาร	4.76	.436	มากที่สุด	1
3. ความสำคัญความหลากหลายของรายการอาหาร	4.52	.680	มากที่สุด	7
4. ความสำคัญของความสดของวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร	4.67	.483	มากที่สุด	4
5. ความสำคัญกับมาตรฐานของอาหารทุกรายการ	4.62	.590	มากที่สุด	6

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์(ต่อ)	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
6. ท่านให้ความสำคัญเรื่องเครื่องครัวเพื่อสุขภาพ	4.62	.498	มากที่สุด	5
7. ท่านให้ความสำคัญในด้านการจัดตกแต่งอาหาร	4.38	.740	มากที่สุด	13
8. ท่านให้ความสำคัญในด้านรูปแบบภาชนะที่ใส่อาหาร	4.43	.598	มากที่สุด	11
9. ท่านให้ความสำคัญการตั้งชื่อร้าน	4.43	.676	มากที่สุด	12
10. ท่านให้ความสำคัญกับการตั้งชื่อรายการอาหาร	4.24	.889	มากที่สุด	14
11. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับขั้นตอนการประกอบอาหาร	4.52	.814	มากที่สุด	9
12. ท่านให้ความสำคัญด้านประโยชน์ทางโภชนาการของอาหาร	4.52	.814	มากที่สุด	9
13. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการคิดรายการอาหารใหม่ๆ อยู่เสมอ	4.05	.973	มาก	15
14. ท่านให้ความสำคัญเรื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบอาหาร	4.52	.680	มากที่สุด	7
15. ท่านให้ความสำคัญเรื่องสูตรอาหารเพื่อประโยชน์ในการรักษาโรค	4.71	.561	มากที่สุด	3
รวม	4.51	.425	มากที่สุด	

จากตารางที่ 10 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.5175

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านให้ความสำคัญของความสะอาดของอาหาร และ ท่านให้ความสำคัญรสชาติของอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 เท่ากัน รองลงมาคือ ท่านให้ความสำคัญเรื่องสูตรอาหารเพื่อประโยชน์ในการรักษาโรค และท่านให้ความสำคัญของคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และ 4.67 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านให้ความสำคัญเรื่องการคิดรายการอาหารใหม่ๆ อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร เพื่อสุขภาพ ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
1. ท่านให้ความสำคัญเรื่องราคาที่ยุติธรรมโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก	4.62	.590	มากที่สุด	1
2. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการจัดราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	4.62	.590	มากที่สุด	1
3. ราคาเป็นเงื่อนไขที่สำคัญให้เกิดการให้บริการทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ	4.38	.740	มากที่สุด	3
4. การจัดราคาอาหารเป็นชุดสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้ดีกว่าการตั้งราคาเดี่ยว	4.19	.814	มาก	5
5. ท่านคิดว่าการปรับราคาขึ้น-ลงมีส่วนทำให้ผู้บริโภคเกิดความลังเลใจ	4.38	.865	มากที่สุด	3
รวม	4.43	.585	มากที่สุด	

จากตารางที่ 11 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.4381

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านให้ความสำคัญเรื่องราคาที่ยุติธรรม โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก และ ท่านให้ความสำคัญเรื่องการจัดราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 เท่ากัน รองลงมาคือ ราคาเป็นเงื่อนไขที่สำคัญให้เกิดการให้บริการทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ และท่านคิดว่าการปรับราคาขึ้น-ลงมีส่วนทำให้ผู้บริโภคเกิดความลังเลใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เท่ากัน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การจัดราคาอาหารเป็นชุดสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้ดีกว่าการตั้งราคาเดี่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจ
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
1. ท่านให้ความสำคัญเรื่องสถานที่จอดรถที่ เพียงพอ	3.81	.814	มาก	8
2. ท่านคิดว่าเรื่องความสะดวกภายในร้านมีส่วนทำ ให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ	4.76	.539	มากที่สุด	2
3. ท่านคิดว่าเรื่องการตกแต่งร้านที่สวยงามมีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร	4.57	.676	มากที่สุด	4
4. ท่านคิดว่าจำนวนที่นั่งภายในร้านอาหารมี เพียงพอต่อการเข้ามาใช้บริการของผู้บริโภค	4.48	.680	มากที่สุด	5
5. ท่านให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยภายใน ร้านอาหาร	4.67	.577	มากที่สุด	3
6. ท่านคิดว่าทำเลที่ตั้งของร้านท่านมีความ เหมาะสม	3.86	.854	มาก	7
7. ท่านมีความสนใจเรื่องการบริการจัดส่งอาหาร ถึงบ้าน	3.76	.889	มาก	9
8. ท่านให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกในการ เดินทางมาใช้บริการที่ร้านของท่าน	4.43	.811	มากที่สุด	6
9. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการบริการที่สุภาพและ รวดเร็ว	4.81	.512	มากที่สุด	1
รวม	4.34	.402	มากที่สุด	

จากตารางที่ 12 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์
การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3492

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านให้ความสำคัญเรื่องการ
บริการที่สุภาพและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าเรื่องความสะดวกภายใน
ร้านมีส่วนทำให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ท่านให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย
ภายในร้านอาหาร และท่านคิดว่าเรื่องการตกแต่งร้านที่สวยงามมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 4.67 และ 4.57 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านมีความสนใจเรื่องการบริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจ
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
1. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ	3.71	.902	มาก	11
2. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้ส่วนลดแก่สมาชิก	4.00	.949	มาก	5
3. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการแจกเอกสารแนะนำร้านของท่าน	4.00	1.000	มาก	6
4. ท่านให้ความสำคัญการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง	3.90	.995	มาก	9
5. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของร้านอาหารของท่าน	4.00	1.049	มาก	7
6. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการลดราคาอาหาร	3.95	1.024	มาก	8
7. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการสะสมแต้มเพื่อแลกของสมนาคุณ	3.76	.995	มาก	10
8. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการให้เลขท้ายใบเสร็จจิ้งจอกรางวัล	3.29	.717	ปานกลาง	13
9. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการให้สิ่งจูงใจพนักงาน เช่น โบนัส เงินรางวัล	4.38	.921	มากที่สุด	3
10. ท่านให้ความสำคัญเรื่องเรื่องพนักงานขาย	4.57	.811	มากที่สุด	1
11. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการจัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาล	4.10	.995	มาก	4
12. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการสร้างการจดจำของชื่อร้าน	4.48	.928	มากที่สุด	2
13. ท่านให้ความสำคัญเรื่องการจัดกิจกรรมร่วมกับบัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง	3.48	.814	ปานกลาง	12
รวม	3.97	.714	มาก	

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9707

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านให้ความสำคัญเรื่องเรื่องพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมาคือ ท่านให้ความสำคัญเรื่องการสร้างการจดจำของชื่อร้าน ท่านให้ความสำคัญเรื่องการให้สิ่งจูงใจพนักงาน เช่น โบนัส เงินรางวัล และท่านให้ความสำคัญเรื่องการจัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 4.38 และ 4.10 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านให้ความสำคัญเรื่องการใช้เลขท้ายใบเสร็จชิงรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ผลข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 14 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามผู้บริโภคลหลัก

ผู้บริโภคลหลักของร้าน	จำนวน	ร้อยละ
วัยทำงาน	21	100.0
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้บริโภคลหลักของร้านอาหารเพื่อสุขภาพเป็นผู้บริโภคลที่อยู่ในวัยทำงาน ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 15 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามประเภทผู้บริโภคล

ประเภทผู้บริโภคล	จำนวน	ร้อยละ
วัยทำงาน	21	100.0
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้บริโภคลที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพเป็นผู้บริโภคลที่อยู่ในวัยทำงาน ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 16 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามการตั้งราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การตั้งราคา	จำนวน	ร้อยละ
มีการเปรียบเทียบ	21	100.0
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีการตั้งราคาอาหารเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 17 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามการชำระเงิน

การชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	21	100.0
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ของร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีการชำระเงินด้วยเงินสด ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 18 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามผู้บริโภคที่มาใช้บริการ

การชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริโภคเก่า	4	19.0
ผู้บริโภคใหม่	1	4.8
ผู้บริโภคเก่าและผู้บริโภคใหม่	16	76.2
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคเก่าและผู้บริโภคใหม่ ร้อยละ 76.2 รองลงมาคือ ผู้บริโภคเก่า ร้อยละ 19.0 และผู้บริโภคใหม่ ร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามช่วงเวลาที่ขายดี

ช่วงเวลาที่ขายดี	จำนวน	ร้อยละ
เช้า (09.00-11.59 น.)	3	14.3
กลางวัน (12.00-14.59 น.)	16	76.2
เย็น(15.00-17.59 น.)	2	9.5
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าช่วงเวลาที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ขายดีที่สุด คือ กลางวัน (12.00-14.59 น.) ร้อยละ 76.2 รองลงมาคือ เช้า (09.00-11.59 น.) และ เย็น(15.00-17.59 น.) ร้อยละ 14.3 และ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามการสั่งซื้อวัตถุดิบ

การสั่งซื้อวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ
ในประเทศ	21	100.0
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีการสั่งซื้อ วัตถุดิบ ในประเทศ มากที่สุด ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 21 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามลักษณะการจัดซื้อ วัตถุดิบ

การจัดซื้อวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อในตลาดใกล้เคียง	8	38.1
มี Suppler จัดส่งผลิตภัณฑ์ให้	13	61.9
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีลักษณะการตั้งซื้อวัตถุดิบ โดยมีผู้ขายจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ ร้อยละ 61.9 และซื้อในตลาดใกล้เคียง ร้อยละ 38.1

ตารางที่ 22 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามระยะเวลาการจัดเก็บวัตถุดิบ

ระยะเวลาการจัดเก็บ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 วัน	19	90.4
3-4 วัน	1	4.8
5-6 วัน	1	4.8
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีระยะเวลาการจัดเก็บวัตถุดิบ 1-2 วัน ร้อยละ 90.4 รองลงมาคือ 3-4 วัน และ 5-6 วัน ร้อยละ 4.8 เท่ากัน

ตารางที่ 23 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามการจ้างพ่อครัว

การจ้างพ่อครัว	จำนวน	ร้อยละ
มี	17	81.0
ไม่มี	4	19.0
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีการจ้างพ่อครัว ร้อยละ 81.0 และไม่มีการจ้างพ่อครัว ร้อยละ 19.0

ตารางที่ 24 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามจุดเด่นของร้านอาหาร

จุดเด่นของร้านอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
รสชาติของอาหาร	11	52.4
ความสด สะอาดของวัตถุดิบในการประกอบอาหาร	4	19.0
บรรยากาศในการจัดร้านอาหาร	5	23.8
การบริการและความเป็นกันเองของพนักงาน	1	4.8
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีรสชาติของอาหารเป็นจุดเด่นของร้านอาหาร มากที่สุด ร้อยละ 52.4 รองลงมาคือ บรรยากาศในการจัดร้านอาหาร ความสด สะอาดของวัตถุดิบในการประกอบอาหาร และการบริการและความเป็นกันเองของพนักงาน ร้อยละ 23.8 19.0 และ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
จำนวน 1-5 คน	15	71.4
จำนวน 6-10 คน	4	19.0
จำนวน 11-15 คน	1	4.8
มากกว่า 15 คน	1	4.8
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน 1-5 คน ร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ 6-10 คน ร้อยละ 19.0 ส่วนจำนวน 11-15 คน และมากกว่า 15 คน ร้อยละ 4.8 เท่ากัน

ตารางที่ 26 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามความสามารถในการรองรับผู้บริโภคน

ความสามารถในการรองรับผู้บริโภคน	จำนวน	ร้อยละ
10-20 คน	1	4.8
30-40 คน	17	81.0
50-60 คน	2	9.4
มากกว่า 60 คน	1	4.8
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีความสามารถในการรองรับผู้บริโภคน 30-40 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาคือ 50-60 คน ร้อยละ 9.4 ส่วนจำนวน 10-20 คน และมากกว่า 60 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 เท่ากัน

ตารางที่ 27 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามจำนวนผู้บริโภคนเฉลี่ยต่อวัน

จำนวนผู้บริโภคนเฉลี่ยต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
10-20 คน	1	4.8
21-30 คน	19	90.4
มากกว่า 41 คน	1	4.8
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีผู้บริโภคนเข้าใช้บริการในร้านเฉลี่ยวันละ 21-30 คน ร้อยละ 90.4 รองลงมาคือ 10-20 คน และมากกว่า 41 คน ร้อยละ 4.8 เท่ากัน

ตารางที่ 28 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามผลประกอบการในปี 2550 เทียบกับปี 2549

ผลประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	3	14.3
คงเดิม	18	85.7
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีผลประกอบการในปี 2550 เทียบกับปี 2549 คงเดิม คิดเป็นร้อยละ 85.7 และเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 29 จำนวนร้อยละข้อมูลธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามการประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน

การประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
ปานกลาง	7	33.3
มาก	10	47.7
มากที่สุด	4	19.0
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มิมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง และระดับมากที่สุด ร้อยละ 33.3 และ 19.0 ตามลำดับ

**ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบยอดขายต่อเดือน และจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการ
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ ความรู้ทางธุรกิจ
และ ระยะเวลาการดำเนินงาน**

**ตารางที่ 30 เปรียบเทียบยอดขายต่อเดือนของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ
จำแนกตามประเภทธุรกิจ**

ยอดขายต่อเดือน		ประเภทธุรกิจ			χ^2	Sig.
		ห้างหุ้นส่วน	ห้างหุ้นส่วน	รวม		
		บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล			
ต่ำกว่า 10,000 บาท	จำนวน	1	0	1	0.420	0.936
	ร้อยละ	5.0	.0	4.8		
10,001-30,000 บาท	จำนวน	3	0	3		
	ร้อยละ	15.0	.0	14.3		
30,001-60,000 บาท	จำนวน	14	1	15		
	ร้อยละ	70.0	100.0	71.4		
มากกว่า 60,000 บาท	จำนวน	2	0	2		
	ร้อยละ	10.0	.0	9.5		
รวม	จำนวน	20	1	21		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0		

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนบุคคลธรรมดาและห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลส่วนใหญ่มียอดขายต่อเดือน 30,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.0 และ 100.0 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างยอดขายต่อเดือน ของทั้ง 2 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกันมียอดขายต่อเดือนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 31 เปรียบเทียบยอดขายต่อเดือนของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามความรู้ทางธุรกิจ

ยอดขายต่อเดือน		ความรู้ทางธุรกิจ			χ^2	Sig.
		ไม่เคยรับ การศึกษา ความรู้ทาง ธุรกิจ	ได้รับ ความรู้ทาง ธุรกิจ	จบการศึกษา โดยตรงทาง สายธุรกิจ		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	จำนวน	1	0	0	5.575	0.472
	ร้อยละ	8.3	.0	.0		
10,001-30,000 บาท	จำนวน	2	1	0		
	ร้อยละ	16.7	14.3	.0		
30,001-60,000 บาท	จำนวน	8	6	1		
	ร้อยละ	66.7	85.7	50.0		
มากกว่า 60,000 บาท	จำนวน	1	0	1		
	ร้อยละ	8.3	.0	50.0		
รวม	จำนวน	12	7	2		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0		

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีไม่เคยรับการศึกษาความรู้ทางธุรกิจ ได้รับความรู้ทางธุรกิจ และจบการศึกษาโดยตรงทางสายธุรกิจ ส่วนใหญ่มียอดขายต่อเดือน 30,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.7 85.7 และ 50.0 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างยอดขายต่อเดือน ของทั้ง 3 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีความรู้ทางธุรกิจแตกต่างกันมียอดขายต่อเดือนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบยอดขายต่อเดือนของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตาม
ระยะเวลาการดำเนินงาน

ยอดขายต่อเดือน		ระยะเวลาการดำเนินงาน				χ^2	Sig.
		1-5 ปี	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม		
		ปี					
ต่ำกว่า 10,000 บาท	จำนวน	0	0	1	1	21.778**	0.001
	ร้อยละ	.0	.0	100.0	4.8		
10,001-30,000 บาท	จำนวน	3	0	0	3		
	ร้อยละ	16.7	0	0	14.3		
30,001-60,000 บาท	จำนวน	13	2	0	15		
	ร้อยละ	72.2	100.0	.0	71.4		
มากกว่า 60,000 บาท	จำนวน	2	0	0	2		
	ร้อยละ	11.1	.0	.0	9.5		
รวม	จำนวน	18	2	1	21		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 1-5 ปี และ 6-10 ปี ส่วนใหญ่มียอดขายต่อเดือน 30,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 72.2 และ 100.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ มากกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่มียอดขายต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.0 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างยอดขายต่อเดือนของทั้ง 3 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการแตกต่างกันมียอดขายต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 33 เปรียบเทียบจำนวนผู้บริโภคต่อวันที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

จำนวนผู้บริโภคต่อวัน		ประเภทธุรกิจ			χ^2	Sig.
		ห้างหุ้นส่วน	ห้างหุ้นส่วน	รวม		
		บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล			
10-20 คน	จำนวน	1	0	1	0.111	0.946
	ร้อยละ	5.0	.0	4.8		
21-30 คน	จำนวน	18	1	19		
	ร้อยละ	90.0	100.0	90.5		
มากกว่า 41 คน	จำนวน	1	0	1		
	ร้อยละ	5.0	.0	4.8		
รวม	จำนวน	20	1	21		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0		

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนบุคคลธรรมดาและห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลส่วนใหญ่ มีจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อวัน 21-30 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 และ 100.0 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างจำนวนผู้บริโภคต่อวันที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของทั้ง 2 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกันมีจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อวันแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบจำนวนผู้บริโภคต่อวันที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตาม
ความรู้ทางธุรกิจ

จำนวนผู้บริโภคต่อวัน		ความรู้ทางธุรกิจ			χ^2	Sig.
		ไม่เคยรับ การศึกษา ความรู้ทาง ธุรกิจ	ได้รับความรู้ ทางธุรกิจ	จบการศึกษา โดยตรงทาง สายธุรกิจ		
10-20 คน	จำนวน	1	0	0	10.684*	0.030
	ร้อยละ	8.3	.0	.0		
21-30 คน	จำนวน	11	7	1		
	ร้อยละ	91.7	100.0	50.0		
มากกว่า 41 คน	จำนวน	0	0	1		
	ร้อยละ	.0	.0	50.0		
รวม	จำนวน	12	7	2		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีไม่เคยรับการศึกษาความรู้ทางธุรกิจ ได้รับความรู้ทางธุรกิจ และจบการศึกษา โดยตรงทางสายธุรกิจส่วนใหญ่มีจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อวัน จำนวน 21-30 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7 100.0 และ 50.0 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่าง ระหว่างจำนวนผู้บริโภคต่อวันที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 3 กลุ่ม ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีความรู้ทาง ธุรกิจแตกต่างกันมีจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อวันแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 35 เปรียบเทียบจำนวนผู้บริโภคต่อวันที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตาม
ระยะเวลาการดำเนินงาน

จำนวนผู้บริโภคต่อวัน		ระยะเวลาการดำเนินงาน				χ^2	Sig.
		1-5 ปี	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม		
10-20 คน	จำนวน	0	0	1	1	21.123**	.000
	ร้อยละ	.0	.0	100.0	4.8		
21-30 คน	จำนวน	17	2	0	19		
	ร้อยละ	94.4	100.0	.0	90.5		
มากกว่า 41 คน	จำนวน	1	0	0	1		
	ร้อยละ	5.6	.0	.0	4.8		
รวม	จำนวน	18	2	1	21		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 1-5 ปี และ 6-10 ปี ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อวัน 21-30 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4 และ 100.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ มากกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อวัน 10-20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างจำนวนผู้บริโภคต่อวันที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของทั้ง 3 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการแตกต่างกันมีจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพต่อวันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร

ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

กลยุทธ์การตลาด	เพศชาย (n=8)		เพศหญิง (n=13)		t	Sig.
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.57	.412	4.48	.445	.477	.639
2. ด้านราคา	4.27	.500	4.53	.629	-1.002	.329
3. ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง	4.26	.375	4.40	.424	-.754	.460
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.90	.815	4.01	.677	-.329	.746
โดยรวม	4.26	.426	4.32	.444	-.310	.760

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

กลยุทธ์การตลาด	อายุ 26-30 ปี (n=8)		อายุ 31-35 ปี (n=13)		t	Sig.
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.40	.371	4.53	.440	-.507	.618
2. ด้านราคา	4.33	.611	4.45	.597	-.327	.747
3. ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง	4.33	.618	4.35	.381	-.072	.943
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.33	.901	3.91	.691	.947	.356
โดยรวม	4.35	.577	4.29	.419	.232	.819

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

กลยุทธ์การตลาด	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.125	2	.063	.323	.728
	ภายในกลุ่ม	3.491	18	.194		
	รวม	3.617	20			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.326	2	.163	.450	.645
	ภายในกลุ่ม	6.523	18	.362		
	รวม	6.850	20			
3. ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	.176	2	.088	.516	.605
	ภายในกลุ่ม	3.066	18	.170		
	รวม	3.242	20			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.434	2	.217	.399	.677
	ภายในกลุ่ม	9.785	18	.544		
	รวม	10.219	20			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.175	2	.087	.451	.644
	ภายในกลุ่ม	3.493	18	.194		
	รวม	3.668	20			

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร

กลยุทธ์การตลาด	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.441	2	.221	1.250	.310
	ภายในกลุ่ม	3.176	18	.176		
	รวม	3.617	20			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.099	2	.050	.132	.877
	ภายในกลุ่ม	6.750	18	.375		
	รวม	6.850	20			
3. ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	.172	2	.086	.506	.611
	ภายในกลุ่ม	3.069	18	.171		
	รวม	3.242	20			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.074	2	.037	.066	.937
	ภายในกลุ่ม	10.144	18	.564		
	รวม	10.219	20			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.023	2	.012	.058	.944
	ภายในกลุ่ม	3.645	18	.202		
	รวม	3.668	20			

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายรวมถึงสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านผู้บริโภค

ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ตอนที่ 9 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว และ รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ตารางที่ 40 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	53	25.2
	หญิง	157	74.8
อายุ	ต่ำกว่า 26 ปี	51	24.3
	26-35 ปี	61	29.0
	36-45 ปี	71	33.8
	มากกว่า 45 ปี	21	12.9
ระดับการศึกษา			
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า		33	15.7
อนุปริญญาตรี		58	27.7

ตารางที่ 40 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	112	53.3
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	7	3.3
อาชีพ		
นักศึกษา	6	2.9
ข้าราชการ	50	23.8
รัฐวิสาหกิจ	46	21.9
ลูกจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน	98	46.7
ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว	7	3.3
อื่น ๆ	3	1.4
สถานภาพ		
โสด	104	49.5
สมรส	103	49.0
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3	1.5
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	56	26.7
10,001-20,000 บาท	71	33.8
20,001-30,000 บาท	57	21.1
มากกว่า 30,000 บาท	26	12.4
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 74.8 เพศชาย ร้อยละ 25.2 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ อายุ 26-35 ปี อายุต่ำกว่า 26 ปี และมากกว่า 45 ปี ร้อยละ 29.0 24.3 และ 12.9 ตามลำดับ ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ อนุปริญญาตรี มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า และปริญญาโท หรือสูงกว่า ร้อยละ 27.7 15.7 และ 3.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัท ร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว และนักศึกษา ร้อยละ 23.8 21.9 3.3 และ 2.9 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ สมรส และ

หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ร้อยละ 49.0 และ 1.5 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ต่ำกว่า 10,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 21.1 26.7 และ 12.4 ตามลำดับ

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 41 จำนวนร้อยละการเคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	206	98.1
ไม่เคย	4	1.9
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 98.1 ไม่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 42 จำนวนร้อยละการเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

ช่วงเวลาที่สนใจรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
มื้อเช้า(09.00-11.59 น.)	39	18.5
มื้อกลางวัน(12.00-14.59 น.)	44	21.0
มื้อเย็น(15.00-17.59 น.)	121	60.5
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมื้อเย็น(15.00-17.59 น.) ร้อยละ 60.5 รองลงมาคือ มื้อกลางวัน(12.00-14.59 น.) และมื้อเช้า(09.00-11.59 น.) ร้อยละ 21.0 และ 18.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 จำนวนร้อยละความถี่ในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ

ความถี่ในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	76	36.2
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	86	41.0
3-4 ครั้ง/สัปดาห์(ทุกวันพระ)	41	19.5
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	7	3.3
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ ทุกวัน 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ และ 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 36.2 19.5 และ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 จำนวนร้อยละสาเหตุในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ

สาเหตุในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ชอบตั้งใจไป	62	29.6
มีเพื่อนชวนไป	39	18.7
ต้องการทดลอง	16	7.7
รับประทานเป็นประจำ	92	44.0
รวม	209	100.0

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพเพราะ รับประทานเป็นประจำ ร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ ชอบตั้งใจไป มีเพื่อนชวนไป และต้องการ ทดลอง ร้อยละ 29.6 18.7 และ 7.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 จำนวนร้อยละกลุ่มบุคคลที่ไปรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ

กลุ่มบุคคลที่ไปรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนร่วมงาน	45	21.4
ครอบครัว	119	56.7
เพื่อนสนิท	34	16.2
ไปคนเดียว	12	5.7
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไปรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพกับครอบครัวมากที่สุด ร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนสนิท และไปคนเดียว ร้อยละ 21.4 16.2 และ 5.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 จำนวนร้อยละสาเหตุที่เลือกรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ

สาเหตุการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัย	141	67.0
ควบคุมน้ำหนัก	48	22.9
ตามกระแสและค่านิยม	17	8.1
ราคาประหยัด	2	1.0
ชอบรสชาติของอาหาร	2	1.0
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพเนื่องจากเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัย ร้อยละ 67.0 รองลงมาคือควบคุมน้ำหนัก ตามกระแส และค่านิยม ราคาประหยัด และชอบในรสชาติของอาหาร ร้อยละ 22.9 8.1 1.0 และ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 จำนวนร้อยละรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพที่รับประทาน

รูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพที่รับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
อาหารเจ	30	14.3
อาหารชีวจิต	56	26.7
อาหารมังสวิรัต	121	57.6
อื่นๆ	3	1.4
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบอาหารมังสวิรัต ร้อยละ 57.6 รองลงมาคืออาหารชีวจิต อาหารเจ และ อื่นๆ ร้อยละ 26.7 14.3 และ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 จำนวนร้อยละลักษณะอาหารเพื่อสุขภาพที่รับประทาน

ลักษณะอาหารเพื่อสุขภาพที่รับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
อาหารจานเดียว (ราดราดแกง)	63	30.0
อาหารตามสั่ง (ผัด ทอด ต้ม ตูน)	135	64.3
อาหารบุฟเฟ่ต์	12	5.7
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพลักษณะที่เป็นแบบอาหารตามสั่ง ร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ อาหารจานเดียว และอาหารบุฟเฟ่ต์ ร้อยละ 30.0 และ 5.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 จำนวนร้อยละประเภทอาหารเพื่อสุขภาพที่สนใจรับประทาน

ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพที่สนใจรับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
สลัดผัก	52	24.8
ขนม ของว่าง ไอศกรีม ผลไม้	11	5.2
ก๋วยเตี๋ยว ข้าวราด ขนมจีน	15	7.1
น้ำผลไม้ เครื่องดื่มสมุนไพร นมถั่วเหลือง	38	18.1
อาหารประเภท ต้ม ผัด ทอด ยำ น้ำพริก	94	44.8
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่เป็นพวกอาหารประเภท ต้ม ผัด ทอด ยำ น้ำพริก ร้อยละ 44.8 รองลงมาคือสลัดผัก น้ำผลไม้ เครื่องดื่มสมุนไพร นมถั่วเหลือง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวราด ขนมจีน และขนม ของว่าง ไอศกรีม ผลไม้ ร้อยละ 24.8 18.1 7.1 และ 5.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 จำนวนร้อยละราคาอาหารเพื่อสุขภาพที่ควรจะเป็น

ราคาอาหารเพื่อสุขภาพที่ควรจะเป็น	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าอาหารทั่วไป	21	10.0
ระดับเดียวกัน	82	39.0
สูงกว่าอาหารทั่วไป	107	51.0
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคาที่สูงกว่าอาหารทั่วไป ร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ ราคาระดับเดียวกัน และต่ำกว่าอาหารทั่วไป ร้อยละ 39.0 และ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 จำนวนร้อยละราคาอาหารเพื่อสุขภาพในแต่ละมื้อ

ราคาอาหารเพื่อสุขภาพที่รับประทานในแต่ละมื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	61	29.0
101-200 บาท	98	46.8
201-300 บาท	32	15.2
มากกว่า 300 บาท	19	9.0
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่มีราคา 101-200 บาท ร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 100 บาท ระหว่าง 201-300 บาท และมากกว่า 300 บาท ร้อยละ 29.0 15.2 และ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 จำนวนร้อยละระยะเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

ระยะเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 15 นาที	30	14.4
16-30 นาที	103	49.0
31-45 นาที	41	19.5
46-60 นาที	29	13.8
มากกว่า 60 นาที	7	3.3
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นเวลา 16-30 นาที ร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ 31-45 นาที ไม่เกิน 15 นาที 46-60 นาที และมากกว่า 60 นาที ร้อยละ 19.5 14.3 13.8 และ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 จำนวนร้อยละร้านอาหารที่ชอบไปใช้บริการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

ร้านอาหารที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์อาหารต่างๆ	24	11.5
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	72	34.3
ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า	19	9.0
ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพ	92	43.8
อื่นๆ	3	1.4
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด ร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ศูนย์อาหารต่างๆ และห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า ร้อยละ 34.3 11.4 และ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 จำนวนร้อยละรูปแบบร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

รูปแบบร้านอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ติดแอร์ มีห้องกระจก (ภัตตาคาร)	126	60.0
พัดลม มีห้องกระจก (ภัตตาคาร)	42	20.0
ร้านแบบเปิด โล่ง ไม่มีห้องกัน	42	20.0
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่มีรูปแบบร้านอาหารที่มีการติดแอร์ มีห้องกระจก (ภัตตาคาร) ร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ พัดลม มีห้องกระจก (ภัตตาคาร) และร้านแบบเปิด โล่ง ไม่มีห้องกัน ร้อยละ 20.0 เท่ากัน

ตารางที่ 55 จำนวนร้อยละปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยที่มีความสำคัญ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาอาหาร	5	2.4
รสชาติและความสะอาด	167	79.5
บรรยากาศและสถานประกอบการ	22	10.5
ที่จอดรถ	6	2.7
การบริการ	10	4.8
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ในด้านรสชาติและความสะอาด มากที่สุด ร้อยละ 79.5 รองลงมาคือ บรรยากาศและสถานประกอบการ การบริการ ที่จอดรถ และราคาอาหาร ร้อยละ 10.5 4.8 2.7 และ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 จำนวนร้อยละการจัดโปรโมชันของร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ชอบมากที่สุด

การจัดโปรโมชัน	จำนวน	ร้อยละ
บุปเฟ่ต์ราคาประหยัด	36	17.2
บัตรส่วนลดราคาอาหาร	137	65.2
คูปองสะสมคะแนนแลกของรางวัล	16	7.6
น้ำดื่มเพื่อสุขภาพฟรีตลอด	21	10.0
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบการจัดโปรโมชันของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในด้านบัตรส่วนลดราคาอาหารมากที่สุด ร้อยละ 65.2 รองลงมาคือ จัดรายการอาหาร ราคาประหยัด น้ำดื่มเพื่อสุขภาพฟรีตลอด และคูปองสะสมคะแนนแลกของรางวัล ร้อยละ 17.2 10.0 และ 7.6 ตามลำดับ

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 57 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

กลยุทธ์การตลาด	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.33	.393	มากที่สุด	1
2. ด้านราคา	4.06	.541	มาก	3
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.19	.481	มาก	2
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01	.498	มาก	4
รวม	4.18	.401	มาก	

จากตารางที่ 57 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1801

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3364 รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่ายและด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1970 และ 4.0694 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0118

ตารางที่ 58 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
1. อาหารเพื่อสุขภาพมีประโยชน์ต่อร่างกาย	4.82	.454	มากที่สุด	1
2. อาหารเพื่อสุขภาพไม่มีคลอเรสเตอรอล	4.67	.651	มากที่สุด	7
3. อาหารเพื่อสุขภาพมีแคลอรีต่ำ (ไม่อ้วน)	4.70	.619	มากที่สุด	5
4. อาหารเพื่อสุขภาพมีรสชาติที่อร่อย	4.61	.671	มากที่สุด	9
5. อาหารเพื่อสุขภาพมีคุณค่าทางโภชนาการสูง	4.74	.459	มากที่สุด	2
6. อาหารเพื่อสุขภาพสามารถเก็บได้นาน	4.44	.852	มากที่สุด	13

ตารางที่ 58 (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
7. อาหารเพื่อสุขภาพไม่มีโทษต่อร่างกาย	4.70	.658	มากที่สุด	5
8. อาหารเพื่อสุขภาพสามารถรักษาโรคได้	4.61	.725	มากที่สุด	9
9. อาหารเพื่อสุขภาพช่วยระบบขับถ่ายที่ดี	4.74	.556	มากที่สุด	2
10. อาหารเพื่อสุขภาพทำให้อ่อนกว่าวัย	4.60	.772	มากที่สุด	11
11.0 ท่านให้ความสำคัญในด้านภาระที่ใส่อาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด	3.85	.804	มาก	19
12. เครื่องดื่มน้ำสมุนไพรเพื่อสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดึงดูดใจท่านมากน้อยเพียงใด	3.90	.899	มาก	18
13. เครื่องดื่มน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดึงดูดใจท่านมากน้อยเพียงใด	4.56	.705	มากที่สุด	12
14. เครื่องดื่มน้ำผักเพื่อสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดึงดูดใจท่านมากน้อยเพียงใด	4.04	.823	มาก	15
15. ท่านให้ความสำคัญในการตกแต่งอาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด	3.74	.866	มาก	20
16. ชื่อเสียงของร้านอาหารสร้างความมั่นใจในการเลือกใช้บริการของท่านมากน้อยเพียงใด	3.98	.917	มาก	16
17. ท่านให้ความสำคัญกับรสชาติของอาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด	4.21	.821	มาก	14
18. ท่านให้ความสำคัญกับความหลากหลายของรายการอาหารมากน้อยเพียงใด	3.94	.862	มาก	17
19. ท่านให้ความสำคัญกับความสดของวัตถุดิบอาหารมากน้อยเพียงใด	4.62	.585	มากที่สุด	8
20. ท่านให้ความสำคัญกับความสะอาดของอาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด	4.72	.564	มากที่สุด	4
21. ท่านให้ความสำคัญการตั้งชื่อรายการอาหารที่สร้างสรรค์มากน้อยเพียงใด	3.63	.894	มาก	21
22. ท่านให้ความสำคัญการตั้งชื่อร้านที่สร้างสรรค์ จดจำง่ายมากน้อยเพียงใด	3.60	.843	มาก	22
รวม	4.33	.393	มากที่สุด	

จากตารางที่ 58 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3364

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ อาหารเพื่อสุขภาพมีประโยชน์ต่อร่างกายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 รองลงมาคืออาหารเพื่อสุขภาพมีคุณค่าทางโภชนาการสูง อาหารเพื่อสุขภาพช่วยระบบขับถ่ายที่ดี และ ท่านให้ความสำคัญกับความสะอาดของอาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 4.74 และ 4.72 ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าน้อยที่สุดคือ ท่านให้ความสำคัญการตั้งชื่อรายการอาหารที่สร้างสรรค์มากน้อยเพียงใด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ตารางที่ 59 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
1.ราคาขายของอาหารเป็นราคาที่ยุติธรรม	4.15	.720	มาก	4
2. ราคาของอาหารเพื่อสุขภาพแพงกว่าอาหารทั่วไปมากน้อยเพียงใด	3.62	1.034	มาก	7
3. อาหารเป็นชุดถูกกว่าอาหารจานเดียว	3.68	.896	มาก	6
4. ราคาขายต่อหน่วยของอาหารเพื่อสุขภาพมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด	4.10	.695	มาก	5
5. ราคาอาหารเพื่อสุขภาพมีความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	4.23	.667	มากที่สุด	3
6. ราคาเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ	4.45	.725	มากที่สุด	1
7. การปรับราคาขึ้นหรือลงมีส่วนทำให้ผู้บริโภคเกิดการลังเลใจในการเข้ามาใช้บริการมากน้อยเพียงใด	4.26	.832	มากที่สุด	2
รวม	4.06	.541	มาก	

จากตารางที่ 59 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านราคาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0694

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ราคาเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมา คือการปรับราคาขึ้นหรือลงมีส่วนทำให้ผู้บริโภคเกิดการลังเลใจในการเข้ามาใช้บริการมากน้อยเพียงใด และผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาดของอาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด ราคาอาหารเพื่อสุขภาพมีความ

เหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร และราคาขายของอาหารเป็นราคาที่ยุติธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ 4.15 ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ราคาของอาหารเพื่อสุขภาพแพงกว่าอาหารทั่วไปมากน้อยเพียงใด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ตารางที่ 60 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
1. ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารมีความเหมาะสม	4.30	.677	มากที่สุด	4
2. ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ	4.29	.622	มากที่สุด	5
3. จำนวนที่นั่งภายในร้านอาหารมีเพียงพอ	4.16	.651	มาก	7
4. ท่านให้ความสำคัญกับความสะอาดของร้านอาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด	4.41	.622	มากที่สุด	3
5. ท่านให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของร้านอาหารมากน้อยเพียงใด	4.53	.720	มากที่สุด	2
6. คิดว่าความสวยงามของร้านอาหารในการดึงดูดใจผู้บริโภคเพื่อมาใช้บริการในร้านอาหารซ้ำมีมากน้อยเพียงใด	4.00	.798	มาก	8
7. คิดว่าร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีที่จอดรถเหมาะสมมากน้อยเพียงใด	3.86	.804	มาก	11
8. ให้ความสำคัญในเรื่องของการมีบริการจัดส่งอาหารกลับบ้านมากน้อยเพียงใด	3.88	.832	มาก	10
9. การบริการจัดส่งอาหารมีผลทำให้รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพบ่อยขึ้น	3.89	.902	มาก	9
10. การบริการที่รวดเร็วในการจัดส่งอาหารมีผลต่อการสั่งอาหารในครั้งต่อไป	4.21	.828	มากที่สุด	6
11. การบริการที่สุภาพและรวดเร็วมีผลต่อการมาใช้บริการที่ร้านซ้ำอีก	4.60	.707	มากที่สุด	1
รวม	4.19	.481	มาก	

จากตารางที่ 60 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1970

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การบริการที่สุภาพและรวดเร็ว มีผลต่อการมาใช้บริการที่ร้านซ้ำอีก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมาคือ ความสำคัญกับความปลอดภัยของร้านอาหารมากน้อยเพียงใด ความสำคัญกับความสะอาดของร้านอาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด และ ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 4.41 และ 4.30 ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีที่จอดรถเหมาะสมมากน้อยเพียงใด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

ตารางที่ 61 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
1.เคยพบเห็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของร้านอาหารบ่อยมกน้อยเพียงใด	3.53	.908	มาก	17
2. การลดราคาอาหารมีส่วนทำให้ท่านเข้ามาใช้บริการของร้านอาหารซ้ำอีกมากน้อยเพียงใด	3.97	.785	มาก	10
3. การสะสมแต้มเพื่อแลกของสมนาคุณมีส่วนทำให้เข้ามาใช้บริการของร้านอาหารซ้ำอีกมากน้อยเพียงใด	3.71	.888	มาก	15
4. การใช้เลขท้ายใบเสร็จชิงรางวัลมีส่วนทำให้เข้ามาใช้บริการของร้านอาหารซ้ำอีกมากน้อยเพียงใด	3.63	.833	มาก	16
5. พนักงานขายมีความรู้เรื่องอาหารเพื่อสุขภาพเพียงพอ	4.21	.625	มากที่สุด	5
6. พนักงานขายมีทักษะด้านการขายอาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด	4.30	.633	มากที่สุด	3
7. พนักงานขายมีการให้คำปรึกษาในเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพเวลาสั่งอาหาร	4.34	.584	มากที่สุด	2
8. พนักงานขายที่สุภาพมีผลต่อการมาใช้บริการซ้ำ	4.57	.624	มากที่สุด	1

ตารางที่ 61(ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	SD	ความสำคัญ	ลำดับที่
9. การแต่งกายของพนักงานมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร	4.30	.734	มากที่สุด	3
10. การจัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาลมีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ	3.76	.893	มาก	13
11. การสะสมแต้มจำนวนการเข้ามาใช้บริการเพื่อรับส่วนลดอาหารมีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจเข้ามาใช้บริการซ้ำอีก	3.74	.864	มาก	14
12. การให้บัตรสมาชิกฟรีตลอดชีพมีผลให้กลับมาใช้บริการซ้ำอีก	3.86	.958	มาก	12
13. ร้านอาหารมีการสร้างการจดจำของชื่อร้านมากน้อยเพียงใด	4.10	.718	มาก	6
14. การจัดให้ร่วมเล่นเกมสัเพื่อสร้างความเป็นกันเองมีส่วนทำให้เข้ามาใช้บริการของร้านอาหารมากขึ้นหรือสม่ำเสมอ	3.91	.772	มาก	11
15. การแจกเอกสารแนะนำร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยทางร้านมีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจเข้ามาใช้บริการของร้านอาหาร	4.07	.595	มาก	8
16. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องมีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจเข้ามาใช้บริการของร้านอาหาร	4.10	.611	มาก	6
17. การจัดกิจกรรมให้ส่วนลดร่วมกับบัตรเครดิตมีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจเข้ามาใช้บริการของร้านอาหาร	4.03	.637	มาก	9
รวม	4.01	.498	มาก	

จากตารางที่ 61 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0118

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานขายที่สุภาพมีผลต่อการมาใช้บริการซ้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมาคือ พนักงานขายมีการให้คำปรึกษาในเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพเวลาสั่งอาหาร พนักงานขายมีทักษะด้านการขายอาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด และ การแต่งกายของพนักงานมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 4.30

และ 4.30 ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เคยพบเห็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของร้านอาหารบ่อยมากน้อยเพียงใด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ตอนที่ 9 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทาง ครอบครัว และรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 62 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านความถี่
ในการใช้บริการ จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการใช้บริการ		เพศ		χ^2	Sig.
		ชาย	หญิง		
ทุกวัน	จำนวน	5	71	28.189**	.000
	ร้อยละ	9.5	45.2		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	35	51	86	41.0
	ร้อยละ	66.0	32.5		
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	13	28	41	19.5
	ร้อยละ	24.5	17.8		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	0	7	7	3.3
	ร้อยละ	.0	4.5		
รวม	จำนวน	53	157	210	100.0
	ร้อยละ	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีเพศชาย ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 66.0 ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีเพศหญิง ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 45.2 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 2 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 63 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสาเหตุ
ในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ

สาเหตุ		เพศ			χ^2	Sig.
		ชาย	หญิง	รวม		
เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัย	จำนวน	31	110	141	9.032	.060
	ร้อยละ	58.5	70.1	67.1		
ควบคุมน้ำหนัก (ไม่อ้วน)	จำนวน	12	36	48	22.6	22.9
	ร้อยละ	22.6	22.9	22.9		
ตามกระแสและค่านิยม	จำนวน	9	8	17	17.0	5.1
	ร้อยละ	17.0	5.1	8.1		
ราคาประหยัด	จำนวน	1	1	2	1.9	.6
	ร้อยละ	1.9	.6	1.0		
ชอบในรสชาติของอาหาร	จำนวน	0	2	2	.0	1.3
	ร้อยละ	.0	1.3	1.0		
รวม	จำนวน	53	157	210		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0		

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธา จังหวัดชลบุรีที่มีเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่มาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 58.5 และ 70.1 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 2 กลุ่ม ผลปรากฏว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีเพศแตกต่างกันมีสาเหตุในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 64 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ

รูปแบบ		เพศ			χ^2	Sig.
		ชาย	หญิง	รวม		
อาหารเจ	จำนวน	12	18	30	9.012*	0.29
	ร้อยละ	22.6	11.5	14.3		
อาหารชีวจิต	จำนวน	16	40	56		
	ร้อยละ	30.2	25.5	26.7		
อาหารมังสวิรัต	จำนวน	23	98	121		
	ร้อยละ	43.4	62.4	57.6		
อื่นๆ	จำนวน	2	1	3		
	ร้อยละ	3.8	.6	1.4		
รวม	จำนวน	53	157	210		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารมังสวิรัต คิดเป็นร้อยละ 43.4 และ 62.4 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างรูปแบบของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 2 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีเพศแตกต่างกันเลือกรูปแบบอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 65 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านราคาอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ

ราคา		เพศ			χ^2	Sig.
		ชาย	หญิง	รวม		
ต่ำกว่า 100 บาท	จำนวน	20	41	61	3.773	.287
	ร้อยละ	37.7	26.1	29.0		
101-200 บาท	จำนวน	19	79	98		
	ร้อยละ	35.8	50.3	46.7		
201-300 บาท	จำนวน	9	23	32		
	ร้อยละ	17.0	14.6	15.2		

ตารางที่ 65 (ต่อ)

ราคา		เพศ			χ^2	Sig.
		ชาย	Sig.	รวม		
มากกว่า 300 บาท	จำนวน	5	14	19		
	ร้อยละ	9.4	8.9	9.0		
รวม	จำนวน	53	157	210		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีเพศชาย ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคาต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.7 และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีเพศหญิง ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคา 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.3 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างราคาของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 2 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีเพศแตกต่างกันมีการซื้ออาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 66 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ

ระยะเวลา		เพศ			χ^2	Sig.
		ชาย	หญิง	รวม		
ไม่เกิน 15 นาที	จำนวน	9	21	30	5.802	.214
	ร้อยละ	17.0	13.4	14.3		
16-30 นาที	จำนวน	19	84	103		
	ร้อยละ	35.8	53.5	49.0		
31-45 นาที	จำนวน	15	26	41		
	ร้อยละ	28.3	16.6	19.5		
46-60 นาที	จำนวน	8	21	29		
	ร้อยละ	15.1	13.4	13.8		

ตารางที่ 66 (ต่อ)

ระยะเวลา		เพศ			χ^2	Sig.
		ชาย	หญิง	รวม		
มากกว่า 60 นาที	จำนวน	2	5	7		
	ร้อยละ	3.8	3.2	3.3		
รวม	จำนวน	53	157	210		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ 16-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 35.8 และ 53.5 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการรับประทานอาหารเช้าที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพของทั้ง 2 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีเพศแตกต่างกันมีเวลาในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 67 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสถานที่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ

สถานที่		เพศ			χ^2	Sig.
		ชาย	หญิง	รวม		
ศูนย์อาหารต่างๆ	จำนวน	9	15	24	8.294	.081
	ร้อยละ	17.0	9.6	11.4		
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	20	52	72		
	ร้อยละ	37.7	33.1	34.3		
ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า	จำนวน	6	13	19		
	ร้อยละ	11.3	8.3	9.0		
ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	16	76	92		
	ร้อยละ	30.2	48.4	43.8		
อื่นๆ	จำนวน	2	1	3		
	ร้อยละ	3.8	.6	1.4		
รวม	จำนวน	53	157	210		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีเพศชาย ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 37.7 และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีเพศหญิง ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 48.4 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 2 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีเพศแตกต่างกันมีสถานที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 68 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามอายุ

ความถี่		อายุ				χ^2	Sig.
ทุกวัน	จำนวน	ต่ำกว่า 26 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม	
		10	18	37	11	76	32.568 **
	ร้อยละ	19.6	29.5	52.1	40.7	36.2	
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	34	20	23	9	86	
	ร้อยละ	66.7	32.8	32.4	33.3	41.0	
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	6	20	8	7	41	
	ร้อยละ	11.8	32.8	11.3	25.9	19.5	
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	1	3	3	0	7	
	ร้อยละ	2.0	4.9	4.2	.0	3.3	
รวม	จำนวน	51	61	71	27	210	
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 66.7 ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์และ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 32.8 เท่ากัน ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อ

สุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุ 36-45 ปี และมากกว่า 45 ปี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 52.1 และ 40.7 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีอายุแตกต่างกันมีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 69 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสาเหตุในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ

สาเหตุ		อายุ				χ^2	Sig.
		ต่ำกว่า 26 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม	
เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัย	จำนวน	27	40	52	22	141	12.296 .422
	ร้อยละ	52.9	65.6	73.2	81.5	67.1	
ควบคุมน้ำหนัก (ไม่อ้วน)	จำนวน	18	14	12	4	48	22.9
	ร้อยละ	35.3	23.0	16.9	14.8	22.9	
ตามกระแสและค่านิยม	จำนวน	4	6	6	1	17	8.1
	ร้อยละ	7.8	9.8	8.5	3.7	8.1	
ราคาประหยัด	จำนวน	1	1	0	0	2	1.0
	ร้อยละ	2.0	1.6	.0	.0	1.0	
ชอบในรสชาติของอาหาร	จำนวน	1	0	1	0	2	1.0
	ร้อยละ	2.0	.0	1.4	.0	1.0	
รวม	จำนวน	51	61	71	27	210	100.0
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 26-35 ปี 36-45 ปี และมากกว่า 45 ปี ส่วนใหญ่มาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 52.9 , 65.6, 73.2 และ 81.5 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีอายุแตกต่างกันมีสาเหตุในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 70 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ

รูปแบบ		อายุ				χ^2	Sig.
		ต่ำกว่า	26-35	36-45	มากกว่า		
		26 ปี	ปี	ปี	45 ปี		
อาหารเจ	จำนวน	15	6	6	3	15.721	.073
	ร้อยละ	29.4	9.8	8.5	11.1		
อาหารชีวจิต	จำนวน	13	17	18	8	26.7	.001
	ร้อยละ	25.5	27.9	25.4	29.6		
อาหารมังสวิรัต	จำนวน	23	36	46	16	57.6	.000
	ร้อยละ	45.1	59.0	64.8	59.3		
อื่นๆ	จำนวน	0	2	1	0	1.4	.884
	ร้อยละ	.0	3.3	1.4	.0		
รวม	จำนวน	51	61	71	27	210	100.0
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 26-35 ปี 36-45 ปี และมากกว่า 45 ปี ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารมังสวิรัต คิดเป็นร้อยละ 54.1 59.0 64.8 และ 59.3 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างรูปแบบของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 2 กลุ่ม ผลปรากฏว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีอายุแตกต่างกันเลือกรูปแบบอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 71 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านราคา
อาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ

ราคา		อายุ				χ^2	Sig.
		ต่ำกว่า 26 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม	
ต่ำกว่า 100 บาท	จำนวน	25	18	11	7	61	33.417**
	ร้อยละ	49.0	29.5	15.5	25.9	29.0	
101-200 บาท	จำนวน	17	32	43	6	98	46.7
	ร้อยละ	33.3	52.5	60.6	22.2	46.7	
201-300 บาท	จำนวน	4	7	13	8	32	15.2
	ร้อยละ	7.8	11.5	18.3	29.6	15.2	
มากกว่า 300 บาท	จำนวน	5	4	4	6	19	9.0
	ร้อยละ	9.8	6.6	5.6	22.2	9.0	
รวม	จำนวน	51	61	71	27	210	100.0
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคาต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.0 และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุ 26-35 ปี และ 36-45 ปี ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคา 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.5 และ 60.6 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุ มากกว่า 45 ปี ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคา 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.6 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างราคาของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอายุแตกต่างกันมีการซื้ออาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 72 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้าน
ระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ

ระยะเวลา		อายุ				χ^2	Sig.
		ต่ำกว่า 26 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	มากกว่า 45 ปี		
ไม่เกิน 15 นาที	จำนวน	14	10	4	2	50.32**	.000
	ร้อยละ	27.5	16.4	5.6	7.4		
16-30 นาที	จำนวน	17	34	47	5	50.32**	.000
	ร้อยละ	33.3	55.7	66.2	18.5		
31-45 นาที	จำนวน	12	13	10	6	50.32**	.000
	ร้อยละ	23.5	21.3	14.1	22.2		
46-60 นาที	จำนวน	7	2	9	11	50.32**	.000
	ร้อยละ	13.7	3.3	12.7	40.7		
มากกว่า 60 นาที	จำนวน	1	2	1	3	50.32**	.000
	ร้อยละ	2.0	3.3	1.4	11.1		
รวม	จำนวน	51	61	71	27	50.32**	.000
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 26-35 ปี และ 36-45 ปี ส่วนใหญ่เลือกมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ 16-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 33.3 55.7 และ 66.2 ตามลำดับ ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ส่วนใหญ่เลือกมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ 46-60 นาที คิดเป็นร้อยละ 40.7 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอายุแตกต่างกันมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 73 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสถานที่
ที่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ

สถานที่		อายุ				χ^2	Sig.
		ต่ำกว่า 26 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม	
ศูนย์อาหารต่างๆ	จำนวน	11	6	6	1	24	40.602 **
	ร้อยละ	21.6	9.8	8.5	3.7	11.4	
ห้างสรรพสินค้า	จำนวน	13	3	2	1	19	
ศูนย์การค้า	ร้อยละ	25.5	4.9	2.8	3.7	9.0	
ร้านอาหารทั่วไปที่มี อาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	17	24	33	18	92	
	ร้อยละ	33.3	39.3	46.5	66.7	43.8	
อื่นๆ	จำนวน	0	1	1	1	3	
	ร้อยละ	.0	1.6	1.4	3.7	1.4	
รวม	จำนวน	51	61	71	27	210	
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 36-45 ปี และมากกว่า 45 ปี ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 33.3 46.5 และ 66.7 ตามลำดับ และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 44.3 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารเช้าที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอายุแตกต่างกันมีสถานที่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 74 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความถี่		ระดับการศึกษา				χ^2	Sig.
		มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	อนุปริ ญา	ปริญญา ตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	รวม	
ทุกวัน	จำนวน	3	13	58	2	76	42.759** .000
	ร้อยละ	9.1	22.4	51.8	28.6	36.2	
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	25	31	29	1	86	75.8 53.4
	ร้อยละ	75.8	53.4	25.9	14.3	41.0	
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	5	12	21	3	41	15.2 20.7
	ร้อยละ	15.2	20.7	18.8	42.9	19.5	
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	0	2	4	1	7	.0 3.4
	ร้อยละ	.0	3.4	3.6	14.3	3.3	
รวม	จำนวน	33	58	112	7	210	100.0 100.0
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 74 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า และอนุปริญญา ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 75.8 และ 53.4 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่จบการศึกษาระดับ ปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 51.8 และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 42.9 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 75 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสาเหตุ
ในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

สาเหตุ		ระดับการศึกษา				χ^2	Sig.
		มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	อนุปริญา ญา	ปริญญา ตรี	ปริญญา โทหรือสูง กว่า	รวม	
เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ และปลอดภัย	จำนวน	20	28	89	4	141	26.969 **
	ร้อยละ	60.6	48.3	79.5	57.1	67.1	
ควบคุมน้ำหนัก (ไม่อ้วน)	จำนวน	9	20	18	1	48	27.3 16.1 14.3 22.9
	ร้อยละ	27.3	34.5	16.1	14.3	22.9	
ตามกระแสและคำนิยม	จำนวน	3	7	5	2	17	9.1 12.1 4.5 28.6 8.1
	ร้อยละ	9.1	12.1	4.5	28.6	8.1	
ราคาประหยัด	จำนวน	0	2	0	0	2	.0 3.4 .0 .0 1.0
	ร้อยละ	.0	3.4	.0	.0	1.0	
ชอบในรสชาติของอาหาร	จำนวน	1	1	0	0	2	3.0 1.7 .0 .0 1.0
	ร้อยละ	3.0	1.7	.0	.0	1.0	
รวม	จำนวน	33	58	112	7	210	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 0
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา
จังหวัดชลบุรีที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญา ญา ปริญญาตรี และปริญญาโท
หรือสูงกว่าส่วนใหญ่มานิใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและ
ปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 60.6 48.3 79.5 และ 57.1 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาความ
แตกต่างระหว่างสาเหตุที่มารับบริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่า
ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสาเหตุในการใช้บริการร้านอาหาร
เพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 76 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

รูปแบบ		ระดับการศึกษา				χ^2	Sig.
		มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	รวม	
อาหารเจ	จำนวน	13	7	9	1	30	36.997**
	ร้อยละ	39.4	12.1	8.0	14.3	44.3	
อาหารชีวจิต	จำนวน	12	20	21	3	56	26.7
	ร้อยละ	36.4	34.5	18.8	42.9	26.7	
อาหารมังสวิรัต	จำนวน	7	31	80	3	121	57.6
	ร้อยละ	21.2	53.4	71.4	42.9	57.6	
อื่นๆ	จำนวน	1	0	2	0	3	1.4
	ร้อยละ	3.0	.0	1.8	.0	1.4	
รวม	จำนวน	33	58	112	7	210	100.0
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 76 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเจ คิดเป็นร้อยละ 39.4 ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี ที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา และปริญญาตรี ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารมังสวิรัต คิดเป็นร้อยละ 53.4 และ 71.4 ตามลำดับ และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี ที่จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารอาหารชีวจิตและอาหารมังสวิรัต คิดเป็นร้อยละ 42.9 เท่ากัน เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างรูปแบบของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเลือกรูปแบบอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 77 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านราคา
อาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ราคา		ระดับการศึกษา				χ^2	Sig.
		มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	รวม	
ต่ำกว่า 100 บาท	จำนวน	23	19	18	1	61	70.167 **
	ร้อยละ	69.7	32.8	16.1	14.3	29.0	
101-200 บาท	จำนวน	7	18	22	1	98	
	ร้อยละ	21.2	31.0	64.3	14.3	46.7	
201-300 บาท	จำนวน	2	12	17	1	32	
	ร้อยละ	6.1	20.7	15.2	14.3	15.2	
มากกว่า 300 บาท	จำนวน	1	9	5	4	19	
	ร้อยละ	3.0	15.5	4.5	57.1	9.0	
รวม	จำนวน	33	58	112	7	210	
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 77 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า และอนุปริญญา ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคาต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 69.7 และ 32.8 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่จบการศึกษาระดับ ปริญญาตรีส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคา 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.3 และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคา มากกว่า 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.1 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างราคาของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการซื้ออาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 78 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระยะเวลา		ระดับการศึกษา				χ^2	Sig.
		มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	อนุปริญญาโท	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	รวม	
ไม่เกิน 15 นาที	จำนวน	15	10	3	2	30	87.844 **
	ร้อยละ	45.5	17.2	2.7	28.6	14.3	
16-30 นาที	จำนวน	13	21	69	0	103	49.0
	ร้อยละ	39.4	36.2	61.6	.0	49.0	
31-45 นาที	จำนวน	4	14	23	0	41	19.5
	ร้อยละ	12.1	24.1	20.5	.0	19.5	
46-60 นาที	จำนวน	1	10	16	2	29	13.8
	ร้อยละ	3.0	17.2	14.3	28.6	13.8	
มากกว่า 60 นาที	จำนวน	0	3	1	3	7	3.3
	ร้อยละ	.0	5.2	.9	42.9	3.3	
รวม	จำนวน	33	58	112	7	210	100.0 0
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 78 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่เลือกมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 45.5 ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่จบการศึกษาระดับ อนุปริญญาโท และปริญญาตรี ส่วนใหญ่เลือกมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ 16-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 36.2 และ 61.6 ตามลำดับ ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ส่วนใหญ่เลือกมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ มากกว่า 60 นาทีคิดเป็นร้อยละ 42.9 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 79 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสถานที่
รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

สถานที่		ระดับการศึกษา					χ^2	Sig.	
		มัธยมศึกษา		ปริญญา		โทหรือสูง กว่า			รวม
		หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ตรี					
ศูนย์อาหารต่างๆ	จำนวน	5	11	8	0	24	17.223	.141	
	ร้อยละ	15.2	19.0	7.1	.0	11.4			
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	8	17	46	1	72	34.3		
	ร้อยละ	24.2	29.3	41.1	14.3	34.3			
ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า	จำนวน	2	7	9	1	19	9.0		
	ร้อยละ	6.1	12.1	8.0	14.3	9.0			
ร้านอาหารทั่วไปที่มี อาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	17	21	49	5	92	43.8		
	ร้อยละ	51.5	36.2	43.8	71.4	43.8			
อื่นๆ	จำนวน	1	2	0	0	3	1.4		
	ร้อยละ	3.0	3.4	.0	.0	1.4			
รวม	จำนวน	33	58	112	7	210	100.		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	0			

จากตาราง 79 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญญาตรี ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพขาย คิดเป็นร้อยละ 51.5 36.2 43.8 และ 71.4 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการนั่งรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสถานที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างไม่มีความสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 80 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ความถี่		อาชีพ							χ^2	Sig.
		นักศึกษา	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้างพนักงานบริษัท	ค้าขายเจ้าของกิจการธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม		
ทุกวัน	จำนวน	1	7	8	59	1	0	76	54.21**	.000
	ร้อยละ	16.7	14.0	17.4	60.2	14.3	.0	36.2		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	3	29	24	22	6	2	86		
	ร้อยละ	50.0	58.0	52.2	22.4	85.7	66.7	41.0		
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	2	12	13	13	0	1	41		
	ร้อยละ	33.3	24.0	28.3	13.3	.0	33.3	19.5		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	0	2	1	4	0	0	7		
	ร้อยละ	.0	4.0	2.2	4.1	.0	.0	3.3		
รวม	จำนวน	6	50	46	98	7	3	210		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 80 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพนักศึกษา ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างพนักงานบริษัท ค้าขาย/เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 50.0 58.0 52.2 22.4 และ 85.7 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพลูกจ้างพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 60.2 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 6 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 81 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสาเหตุ
ในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอาชีพ

สาเหตุ		อาชีพ						χ^2	Sig.	
		นักศึกษา	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง	เจ้าของกิจการ	รวม			
					พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว				อื่นๆ
เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัย	จำนวน	2	29	27	77	4	2	141	35.42*	.018
	ร้อยละ	33.3	58.0	58.7	78.6	57.1	66.7	67.1		
ควบคุมน้ำหนัก (ไม่อ้วน)	จำนวน	1	15	13	16	2	1	48		
	ร้อยละ	16.7	30.0	28.3	16.3	28.6	33.3	22.9		
ตามกระแสและคำนิยม	จำนวน	2	4	6	4	1	0	17		
	ร้อยละ	33.3	8.0	13.0	4.1	14.3	.0	8.1		
ราคาประหยัด	จำนวน	1	1	0	0	0	0	2		
	ร้อยละ	16.7	2.0	.0	.0	.0	.0	1.0		
ชอบในรสชาติของอาหาร	จำนวน	0	1	0	1	0	0	2		
	ร้อยละ	.0	2.0	.0	1.0	.0	.0	1.0		
รวม	จำนวน	6	50	46	98	7	3	210		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		
							0	0		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 81 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพนักศึกษา ส่วนใหญ่มาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัยและตามกระแสและคำนิยม คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากัน ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง พนักงานบริษัท เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ ส่วนใหญ่มาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 58.0 58.7 78.6 57.1 และ 66.7 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่าง

สาเหตุที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 6 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสาเหตุในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 82 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอาชีพ

รูปแบบ		อาชีพ							χ^2	Sig.
		นักศึกษา กษา	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง พนักงาน บริษัท	ค้าขาย เจ้าของ กิจการ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	รวม		
อาหารเจ	จำนวน	1	10	11	7	1	0	30	27.40*	.026
	ร้อยละ	16.7	20.0	23.9	7.1	14.3	.0	14.3		
อาหารชีวจิต	จำนวน	1	12	16	23	2	2	56	66.7	.026
	ร้อยละ	16.7	24.0	34.8	23.5	28.6	66.7	26.7		
อาหารมังสวิรัต	จำนวน	3	28	19	66	4	1	121	57.1	.026
	ร้อยละ	50.0	56.0	41.3	67.3	57.1	33.3	57.6		
อื่นๆ	จำนวน	1	0	0	2	0	0	3	2.0	.026
	ร้อยละ	16.7	.0	.0	2.0	.0	.0	1.4		
รวม	จำนวน	6	50	46	98	7	3	210	100.0	.026
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 82 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพนักศึกษา ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท และค้าขาย/ เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารมังสวิรัต คิดเป็นร้อยละ 50.0 56.0 41.3 67.3 และ 57.1 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารอาหารชีวจิต คิดเป็นร้อยละ 66.7 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างรูปแบบของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 6 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีอาชีพแตกต่างกันเลือกรูปแบบอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แตกต่างกันเลือกรูปแบบอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 83 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านราคาอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอาชีพ

ราคา		อาชีพ						χ^2	Sig.
		นักศึกษ	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้างพนักงานบริษัท	ค้าขายเจ้าของกิจการธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ		
ต่ำกว่า 100 บาท	จำนวน	2	22	16	18	2	1	61	16.875 .326
	ร้อยละ	33.3	44.0	34.8	18.4	28.6	33.3	29.0	
101-200 บาท	จำนวน	3	18	21	52	3	1	98	50.0 45.7 53.1 42.9 33.3 46.7
	ร้อยละ	50.0	36.0	45.7	53.1	42.9	33.3	46.7	
201-300 บาท	จำนวน	1	4	6	18	2	1	32	16.7 8.0 13.0 18.4 28.6 33.3 15.2
	ร้อยละ	16.7	8.0	13.0	18.4	28.6	33.3	15.2	
มากกว่า 300 บาท	จำนวน	0	6	3	10	0	0	19	.0 12.0 6.5 10.2 .0 .0 9.0
	ร้อยละ	.0	12.0	6.5	10.2	.0	.0	9.0	
รวม	จำนวน	6	50	46	98	7	3	210	100. 100.0 100.0 100.0 100.0 100. 100.
	ร้อยละ	100.	100.0	100.0	100.0	100.0	100.	100.	

จากตารางที่ 83 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพนักศึกษา รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง พนักงานบริษัท ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคา 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 45.7 53.1 และ 42.9 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพข้าราชการ ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคาต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.0 และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคาต่ำกว่า 100 บาท 101-200 บาท และ 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากัน เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างราคาของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ของทั้ง 6 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการซื้ออาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 84 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอาชีพ

ระยะเวลา	อาชีพ							χ^2	Sig.
	นักศึกษา	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง พนักงาน บริษัท	ค้าขาย เจ้าของ กิจการ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	รวม		
ไม่เกิน 15 นาที	จำนวน	0	12	9	5	2	2	30	31.359
	ร้อยละ	.0	24.0	19.6	5.1	28.6	66.7	14.3	
16-30 นาที	จำนวน	4	17	26	52	3	1	103	.051
	ร้อยละ	66.7	34.0	56.5	53.1	42.9	33.3	49.0	
31-45 นาที	จำนวน	2	12	7	18	2	0	41	
	ร้อยละ	33.3	24.0	15.2	18.4	28.6	.0	19.5	
46-60 นาที	จำนวน	0	8	3	18	0	0	29	
	ร้อยละ	.0	16.0	6.5	18.4	.0	.0	13.8	
มากกว่า 60 นาที	จำนวน	0	1	1	5	0	0	7	
	ร้อยละ	.0	2.0	2.2	5.1	.0	.0	3.3	
รวม	จำนวน	6	50	46	98	7	3	210	
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

จากตารางที่ 84 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพนักศึกษา ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง พนักงานบริษัท ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ ส่วนใหญ่เลือกมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ 16-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 66.7 34.0 56.5 53.1 42.9 และ 33.3 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 6 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอาชีพแตกต่างกันมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 85 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสถานที่
รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอาชีพ

สถานที่		อาชีพ						χ^2	Sig.
		ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ		
ศูนย์อาหารต่างๆ	จำนวน	3	12	3	5	1	0	24	66.74**
	ร้อยละ	50.0	24.0	6.5	5.1	14.3	.0	11.4	
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	1	11	24	33	3	0	72	
	ร้อยละ	16.7	22.0	52.2	33.7	42.9	.0	34.3	
ห้างสรรพสินค้า	จำนวน	1	10	1	6	1	0	19	
	ร้อยละ	16.7	20.0	2.2	6.1	14.3	.0	9.0	
ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	1	17	18	52	2	2	92	
	ร้อยละ	16.7	34.0	39.1	53.1	28.6	66.7	43.8	
อื่นๆ	จำนวน	0	0	0	2	0	1	3	
	ร้อยละ	.0	.0	.0	2.0	.0	33.3	1.4	
รวม	จำนวน	6	50	46	98	7	3	210	
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 85 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธยา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพนักศึกษา ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ศูนย์อาหารต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธยา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพข้าราชการ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และอื่นๆ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 34.0 53.1 และ 66.7 ตามลำดับ และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธยา จังหวัดชลบุรีที่ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ และ ค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 52.2 และ 42.9 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 6 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสถานที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 86 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพ

ความถี่		สถานภาพ				χ^2	Sig.
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่	รวม		
ทุกวัน	จำนวน	19	56	1	76	37.114**	.000
	ร้อยละ	18.3	54.4	33.3	36.2		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	57	28	1	86		
	ร้อยละ	54.8	27.2	33.3	41.0		
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	27	13	1	41		
	ร้อยละ	26.0	12.6	33.3	19.5		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	1	6	0	7		
	ร้อยละ	1.0	5.8	.0	3.3		
รวม	จำนวน	104	103	3	210		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 86 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพ โสด ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 54.8 ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 54.4 และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ทุกวัน 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ และ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากัน เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 3 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 87 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสาเหตุ
ในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามสถานภาพ

สาเหตุ		สถานภาพ				χ^2	Sig.
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่	รวม		
เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัย	จำนวน	56	83	2	141	21.601**	.006
	ร้อยละ	53.8	80.6	66.7	67.1		
ควบคุมน้ำหนัก (ไม่อ้วน)	จำนวน	35	13	0	48	22.9	
	ร้อยละ	33.7	12.6	.0	22.9		
ตามกระแสและคำนิยม	จำนวน	10	6	1	17	8.1	
	ร้อยละ	9.6	5.8	33.3	8.1		
ราคา ประหยัด	จำนวน	2	0	0	2	1.0	
	ร้อยละ	1.9	.0	.0	1.0		
ชอบในรสชาติของอาหาร	จำนวน	1	1	0	2	1.0	
	ร้อยละ	1.0	1.0	.0	1.0		
รวม	จำนวน	104	103	3	210	100.0	100.0
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 87 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา
จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพ โสด สมรส และหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่มาใช้บริการที่
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 53.8 80.6
และ 66.7 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อ
สุขภาพ ของทั้ง 3 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมี
สาเหตุในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 88 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามสถานภาพ

รูปแบบ		สถานภาพ				χ^2	Sig.
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่	รวม		
อาหารเจ	จำนวน	21	9	0	30	39.157**	.000
	ร้อยละ	20.2	8.7	.0	14.3		
อาหารชีวจิต	จำนวน	36	19	1	56	33.3	33.3
	ร้อยละ	34.6	18.4	33.3	26.7		
อาหารมังสวิรัต	จำนวน	46	74	1	121	71.8	71.8
	ร้อยละ	44.2	71.8	33.3	57.6		
อื่นๆ	จำนวน	1	1	1	3	1.0	1.0
	ร้อยละ	1.0	1.0	33.3	1.4		
รวม	จำนวน	104	103	3	210	100.0	100.0
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 88 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพ โสด และสมรส ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารมังสวิรัต คิดเป็นร้อยละ 44.2 และ 71.8 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารอาหารชีวจิต มังสวิรัต และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากัน เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างรูปแบบของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 3 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีสถานภาพแตกต่างกันเลือกรูปแบบอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 89 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านราคา
อาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามสถานภาพ

ราคา		สถานภาพ				χ^2	Sig.
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่	รวม		
ต่ำกว่า 100 บาท	จำนวน	42	19	0	61	17.092**	.009
	ร้อยละ	40.4	18.4	.0	29.0		
101-200 บาท	จำนวน	39	57	2	98		
	ร้อยละ	37.5	55.3	66.7	46.7		
201-300 บาท	จำนวน	13	19	0	32		
	ร้อยละ	12.5	18.4	.0	15.2		
มากกว่า 300 บาท	จำนวน	10	8	1	19		
	ร้อยละ	9.6	7.8	33.3	9.0		
รวม	จำนวน	104	103	3	210		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 89 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพ โสด ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคาต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.4 และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพ สมรส และหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคา 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.3 และ 66.7 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างราคาของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 3 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการซื้ออาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 90 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านระยะเวลา
ในการนั่งรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามสถานภาพ

ระยะเวลา		สถานภาพ				χ^2	Sig.
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่	รวม		
ไม่เกิน 15 นาที	จำนวน	21	9	0	30	20.862**	.008
	ร้อยละ	20.2	8.7	0	14.3		
16-30 นาที	จำนวน	43	59	1	103		
	ร้อยละ	41.3	57.3	33.3	49.0		
31-45 นาที	จำนวน	27	14	0	41		
	ร้อยละ	26.0	13.6	0	19.5		
46-60 นาที	จำนวน	10	17	2	29		
	ร้อยละ	9.6	16.5	66.7	13.8		
มากกว่า 60 นาที	จำนวน	3	4	0	7		
	ร้อยละ	2.9	3.9	0	3.3		
รวม	จำนวน	104	103	3	210		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 90 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพ โสด และสมรส ส่วนใหญ่เลือกมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ 16-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 41.3 และ 57.3 ตามลำดับ และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่เลือกมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ 46-60 นาที คิดเป็นร้อยละ 66.7 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 3 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 91 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสถานที่
ที่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ จำแนกตามสถานภาพ

สถานที่		สถานภาพ				χ^2	Sig.
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่	รวม		
ศูนย์อาหารต่างๆ	จำนวน	16	8	0	24	19.841*	.011
	ร้อยละ	15.4	7.8	.0	11.4		
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	36	34	2	72	66.7	.000
	ร้อยละ	34.6	33.0	66.7	34.3		
ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า	จำนวน	15	3	1	19	33.3	.000
	ร้อยละ	14.4	2.9	33.3	9.0		
ร้านอาหารทั่วไปที่มี อาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	36	56	0	92	54.4	.000
	ร้อยละ	34.6	54.4	.0	43.8		
อื่นๆ	จำนวน	1	2	0	3	1.4	.241
	ร้อยละ	1.0	1.9	.0	1.4		
รวม	จำนวน	104	103	3	210	100.0	100.0
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 91 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 34.6 เท่ากัน ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพ สมรส ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 54.4 และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 66.7 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารเช้าที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 3 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีสถานที่รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 92 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความถี่		รายได้ต่อเดือน				χ^2	Sig.
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป		
ทุกวัน	จำนวน	7	25	27	17	33.092**	.000
	ร้อยละ	12.5	35.2	47.4	65.4		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	36	29	18	3		
	ร้อยละ	64.3	40.8	31.6	11.5		
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	12	13	11	5		
	ร้อยละ	21.4	18.3	19.3	19.2		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	1	4	1	1		
	ร้อยละ	1.8	5.6	1.8	3.8		
รวม	จำนวน	56	71	57	26		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 92 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 64.3 และ 40.8 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 47.4 และ 65.4 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 93 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสาเหตุ
ในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

สาเหตุ		รายได้ต่อเดือน				χ^2	Sig.
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป		
เป็นประโยชน์ต่อ	จำนวน					24.440*	.018
สุขภาพและปลอดภัย	ร้อยละ	26	51	41	23		
สารพิษ	ร้อยละ	46.4	71.8	71.9	88.5		
ควบคุมน้ำหนัก	จำนวน	18	17	11	2		
(ไม่อ้วน)	ร้อยละ	32.1	23.9	19.3	7.7		
ความกระแสดและ	จำนวน	9	3	4	1		
ค่านิยม	ร้อยละ	16.1	4.2	7.0	3.8		
ราคาประหยัด	จำนวน	2	0	0	0		
	ร้อยละ	3.6	.0	.0	.0		
ชอบในรสชาติของ	จำนวน	1	0	1	0		
อาหาร	ร้อยละ	1.8	.0	1.8	.0		
รวม	จำนวน	56	71	57	26		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

จากตารางที่ 93 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ระหว่าง 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัยสารพิษ คิดเป็นร้อยละ 46.4 71.8 71.9 และ 88.5 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างสาเหตุที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีสาเหตุในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 94 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รูปแบบ		รายได้ต่อเดือน				χ^2	Sig.
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป		
อาหารเจ	จำนวน	15	6	6	3	26.240**	.002
	ร้อยละ	26.8	8.5	10.5	11.5		
อาหารชีวจิต	จำนวน	20	24	8	4	26.7	.002
	ร้อยละ	35.7	33.8	14.0	15.4		
อาหารมังสวิรัติ	จำนวน	20	41	42	18	57.7	.002
	ร้อยละ	35.7	57.7	73.7	69.2		
อื่นๆ	จำนวน	1	0	1	1	1.8	.002
	ร้อยละ	1.8	.0	1.8	3.8		
รวม	จำนวน	56	71	57	26	210	100.0
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 94 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธยา จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารอาหารชีวจิต และ มังสวิรัติ คิดเป็นร้อยละ 35.7 เท่ากัน ส่วนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธยา จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ระหว่าง 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารมังสวิรัติ คิดเป็นร้อยละ 57.7 73.7 และ 69.2 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างรูปแบบของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันเลือกรูปแบบอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 95 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านราคา
อาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ราคา		รายได้ต่อเดือน				χ^2	Sig.
			10,001- ต่ำกว่า 5,000 บาท	20,001- 20,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป		
		รวม					
ต่ำกว่า 100 บาท	จำนวน	32	18	5	6	43.109**	.000
	ร้อยละ	57.1	25.4	8.8	23.1		
101-200 บาท	จำนวน	14	40	34	10	46.7	
	ร้อยละ	25.0	56.3	59.6	38.5		
201-300 บาท	จำนวน	5	6	14	7	15.2	
	ร้อยละ	8.9	8.5	24.6	26.9		
มากกว่า 300 บาท	จำนวน	5	7	4	3	9.0	
	ร้อยละ	8.9	9.9	7.0	11.5		
รวม	จำนวน	56	71	57	26	210	
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 95 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา
จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ
ในราคาต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.1 และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง
ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 10,001-20,000 บาท
ระหว่าง 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหาร
เพื่อสุขภาพในราคา 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.3 59.6 และ 38.5 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่า
ความแตกต่างระหว่างราคาของอาหารที่เลือกรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม
ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีการซื้ออาหารที่
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 96 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้าน
ระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ระยะเวลา		รายได้ต่อเดือน					χ^2	Sig.
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001-	มากกว่า	รวม		
				30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป			
ไม่เกิน 15 นาที	จำนวน	19	5	3	3	30	38.607	.000
	ร้อยละ	33.9	7.0	5.3	11.5	14.3		
16-30 นาที	จำนวน	22	40	31	10	103		
	ร้อยละ	39.3	56.3	54.4	38.5	49.0		
31-45 นาที	จำนวน	9	19	8	5	41		
	ร้อยละ	16.1	26.8	14.0	19.2	19.5		
46-60 นาที	จำนวน	5	4	13	7	29		
	ร้อยละ	8.9	5.6	22.8	26.9	13.8		
มากกว่า 60 นาที	จำนวน	1	3	2	1	7		
	ร้อยละ	1.8	4.2	3.5	3.8	3.3		
รวม	จำนวน	56	71	57	26	210		
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 96 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา
จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ระหว่าง 20,001-
30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกมีเวลาในการรับประทานอาหารเพื่อ
สุขภาพ 16-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 39.3 56.3 54.4 และ 38.5 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าความ
แตกต่างระหว่างระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผล
ปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเวลาในการรับประทานอาหาร
อาหารเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 97 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสถานที่
รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

สถานที่		รายได้ต่อเดือน				χ^2	Sig.
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป		
ศูนย์อาหารต่างๆ	จำนวน	14	5	4	1	38.286**	.000
	ร้อยละ	25.0	7.0	7.0	3.8		
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	15	29	23	5	34.3	
	ร้อยละ	26.8	40.8	40.4	19.2		
ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า	จำนวน	7	10	2	0	9.0	
	ร้อยละ	12.5	14.1	3.5	.0		
ร้านอาหารทั่วไปที่มี อาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน	20	26	28	18	43.8	
	ร้อยละ	35.7	36.6	49.1	69.2		
อื่นๆ	จำนวน	0	1	0	2	1.4	
	ร้อยละ	.0	1.4	.0	7.7		
รวม	จำนวน	56	71	57	26	210	
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 97 พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธยา จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 35.7 49.1 และ 69.2 ตามลำดับ และผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทธยา จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 40.8 เมื่อพิจารณาค่าความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของทั้ง 4 กลุ่ม ผลปรากฏว่าผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีสถานที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01