

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดและโอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเก็บข้อมูลผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพจำนวน 21 ร้านและผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจำนวน 210 ราย สามารถแสดง สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะเป็น 3 ส่วนดังนี้ คือ 1. สรุปผล 2. อภิปรายผล 3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดและโอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี การศึกษาวิจัยนี้ใช้แบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวางโดยวัดครั้งเดียว ณ เวลาใดเวลาหนึ่งที่ศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยออกแบบสอบถามในลักษณะของคำถามแบบปิด (Close-Ended Question) และคำถามแบบเปิด (Open-Ended Question) โดยมีแบบสอบถาม 2 ชุด แต่ละชุดจะมี 4 ส่วน โดยชุดแรกสำหรับสอบถามผู้ประกอบการ โดยแต่ละชุดจะมี 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ แบบสอบถามส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพและส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ลักษณะปัญหา, อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ชุดที่ 2 สำหรับสอบถามผู้บริโภค มี 4 ส่วนเช่นกัน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการและส่วนที่ 4 แบบสอบถามลักษณะปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

และสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพื้นฐาน จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์สมมติฐานโดยเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค จะใช้สถิติไคสแควร์ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ด้านผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ด้านผู้ประกอบการ พบว่า

ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 36-45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ 1-5 ปี มีธุรกิจเป็นแบบห้างหุ้นส่วนบุคคลธรรมดาและไม่เคยรับการศึกษาความรู้ทางธุรกิจเลยแต่ปีตามารดาเคยประกอบธุรกิจอาหารมาก่อน ใช้แหล่งเงินทุนส่วนตัวในการประกอบธุรกิจ มีระยะเวลาการดำเนินกิจการอยู่ระหว่าง 1-5 ปี มีประเภทสถานที่ดำเนินธุรกิจเป็นของตนเอง มียอดขายในการประกอบธุรกิจอยู่ระหว่าง 30,001-60,000 บาทต่อเดือน

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า

ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการและเป็นลูกค้าหลักของร้านอาหารเพื่อสุขภาพเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงาน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการตั้งราคาอาหารเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ด้วยเงินสด ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ช่วงเวลาที่ผู้ประกอบการขายดีที่สุดคือกลางวัน (12.00-14.59 น.) ผู้ประกอบการมีการสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศ มากที่สุด โดยมีผู้จำหน่ายส่งผลิตภัณฑ์ให้ โดยใช้ระยะเวลาการจัดเก็บวัตถุดิบ 1-2 วัน มีการจ้างพ่อครัวรสชาติของอาหารเป็นจุดเด่นที่สำคัญของร้านอาหารมากที่สุด มีจำนวนพนักงาน 1-5 คน ร้านอาหารสามารถรองรับผู้บริโภคได้ 30-40 คน มีผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการในร้านเฉลี่ยวันละ 21-30 คน ผลประกอบการในปี 2550 เทียบกับปี 2549 คงเดิม และผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์คือให้ความสำคัญเรื่องของคุณภาพและรสชาติที่สม่ำเสมอ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์สมมติฐานโดยการเปรียบเทียบยอดขายต่อเดือน และจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ ความรู้ทางธุรกิจ และ ระยะเวลาการดำเนินกิจการ พบว่า

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีประเภทธุรกิจ และความรู้ทางธุรกิจ แตกต่างกัน มียอดขายต่อเดือนอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการแตกต่างกันมียอดขายต่อเดือนแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 1-5 ปี และ

6-10 ปี ส่วนใหญ่มียอดขาย 30,001-60,000 บาท ส่วนผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่มียอดขายต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

2. ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกันมีจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ที่ไม่เคยรับการศึกษาค้นคว้าทางธุรกิจ ได้รับความรู้ทางธุรกิจ และจบการศึกษาโดยตรงทางสายธุรกิจและมีระยะเวลาดำเนินการแตกต่างกัน มีจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

3. ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรีที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน

ด้านผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่า

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 36-45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและชอบรับประทานมื้อเย็น ส่วนใหญ่รับประทาน 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเพราะทานเป็นประจำ ส่วนใหญ่ไปรับประทานอาหารกับครอบครัวมากที่สุด ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเนื่องจากเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัย ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบอาหารมังสวิรัต ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพลักษณะที่เป็นแบบอาหารตามสั่ง ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่เป็นประเภท ต้ม ผัด ทอด ยำ น้ำพริก ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในราคาที่สูงกว่าอาหารทั่วไป ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่มีราคาต่อมื้อ 101-200 บาท ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการรับประทานอาหาร 16-30 นาที ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารทั่วไปที่มีอาหารเพื่อสุขภาพจำหน่าย ส่วนใหญ่ไปรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่มีการติดแอร์ มีห้องกระจก (กัฏฏาคาร) ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในด้านรสชาติและความสะอาด ส่วนใหญ่ชอบโปรโมชันของร้านอาหารเพื่อสุขภาพในด้านบัตรส่วนลดราคาอาหาร

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า

6. ผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านสาเหตุการมาใช้บริการที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ รูปแบบการเลือกรับประทานอาหาร ด้านราคา ด้านระยะเวลาในการนั่งรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และด้านสถานที่ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

ผู้ประกอบการ

ผลการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและโอกาสประสบความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านผู้ประกอบการ พบว่า จำนวนยอดขายต่อเดือนและจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการต่อวันของผู้ประกอบการประเภทธุรกิจร้านอาหารที่เป็นห้างหุ้นส่วนบุคคลธรรมดา หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้คำนึงถึงการจดทะเบียนของธุรกิจร้านอาหาร แต่มองในด้านของคุณภาพและรสชาติที่สม่ำเสมอของอาหารมากกว่า ส่วนในเรื่องของความรู้ทางธุรกิจของการประกอบการระหว่างผู้ที่จบทางด้านธุรกิจโดยตรงกับผู้ที่ไม่เคยได้รับความรู้ทางธุรกิจเลยนั้น ผู้ที่เคยได้รับความรู้ทางธุรกิจจะได้เปรียบกว่า เพราะมีเทคนิคและวิธีการจูงใจผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการได้ดีกว่าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dube and Renaghan (1994) ได้วิจัยเรื่อง Measuring Customer Satisfaction for Strategic Management พบว่าเหตุแห่งความพอใจของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารนั้นพบว่ามีหลายสาเหตุร่วมกัน คือ คุณภาพของอาหาร รสชาติที่สม่ำเสมอ ความหลากหลายของรายการอาหาร บรรยากาศ และระยะเวลาที่รอ ซึ่งผู้บริหารจะต้องนำพัฒนา มาตรฐานการบริหารงานเพื่อให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการเท่านั้น

เรื่องของระยะเวลาการดำเนินงานนั้นมีความแตกต่างกัน พบว่า กิจการที่ดำเนินกิจการไม่เกิน 10 ปีจะมียอดขายสูงกว่ากิจการที่ดำเนินกิจการมาเกิน 10 ปี อาจเป็นเพราะกิจการที่ดำเนิน กิจการไม่เกิน 10 ปี มีรูปแบบของอาหาร บรรยากาศ และสถานที่ประกอบการที่แปลกใหม่มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wakefield and Blodgett (1994) ได้วิจัยเรื่อง The Importance of Servicescapes in Leisure Service Setting พบว่า อิทธิพลของบรรยากาศ สภาพของสถานที่ มีผลต่อ ความพึงพอใจ และการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงควรสนใจถึงส่วนประกอบ ทั้งหมดของการให้บริการ ไม่เพียงแต่วิธีการให้บริการเท่านั้น

ผู้บริโภค

ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคใช้บริการร้านอาหารที่ดำเนินกิจการไม่เกิน 10 ปีมากกว่า กิจการที่ดำเนินกิจการมาแล้วมากกว่า 10 ปี เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการเปลี่ยนแปลงไปตาม

ปัจจัยต่างๆ จึงไม่มีความภักดีต่อตรากิจการร้านค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Straube (1997) ได้วิจัยเรื่อง Why Customer Satisfaction May Not Mean Loyalty พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสัตยนั้นได้ สร้างความรู้สึกรู้สึกผูกพัน เกี่ยวข้องกันเป็นส่วนตัวกับเจ้าของกิจการร้านอาหารและพนักงานที่ให้บริการ

ส่วนการเลือกใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคนั้น จะให้ความสำคัญกับตัวผลิตภัณฑ์มากกว่าการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ผู้บริโภคเพศหญิงมีความถี่ต่อการใช้บริการร้านอาหารและการเลือกรูปแบบอาหารมากกว่า เนื่องจากเพศหญิงจะให้ระดับความสำคัญกับการเลือกรับประทานอาหารมากกว่าเพศชาย ในด้านอายุพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปีจะให้ความสำคัญและมีความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากกว่าช่วงอายุอื่นๆ นอกจากนี้ยังคำนึงถึงราคา สถานที่ในการรับประทานอาหาร รวมถึงระยะเวลาในการใช้เวลาในการรับประทานอาหารด้วย

ส่วนระดับการศึกษาของผู้บริโภคนั้น ไม่ส่งผลต่อการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณวิไล ถักขณาเดช (2544) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคอาหารทั่วไปมาเป็นอาหารชีวจิต พบว่า การศึกษาระดับปริญญาตรีมีส่วนสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารชีวจิตซึ่งในปัจจุบัน ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่สูงหรือผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาน้อยต่างก็ให้ความสำคัญกับสุขภาพ จึงหันมาเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น

ส่วนด้านอาชีพ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันอาจมีการรับรู้ข่าวสารและทัศนคติเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพในด้านที่แตกต่างกัน จึงส่งผลต่อการใช้บริการในเรื่องของความถี่ในการบริโภค สาเหตุการมาใช้บริการ รูปแบบการเลือกรับประทานอาหาร และสถานที่ในการรับประทานอาหาร โดยเฉพาะพนักงานบริษัทต่างๆ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ทำงานหนักจึงต้องให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพมากกว่ากลุ่มคนอาชีพอื่นเพราะอาหารเพื่อสุขภาพมีประโยชน์ต่อร่างกายและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี เมืองแก้ว (2540) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การแสวงหาข่าวสารทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีความแตกต่างกันตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ และระดับการดูแลสุขภาพ แต่ไม่แตกต่างกันตามอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาและสภาวะสุขภาพ ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพได้แก่ ข่าวสารประเภทวิชาการ การค้า บันเทิง และสื่อประเภทสื่อมวลชน สื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ส่วนด้านสถานภาพ พบว่า สถานภาพของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมีความแตกต่างกันในทุกด้าน โดยเฉพาะกลุ่มคนโสด เนื่องจากกลุ่มคนโสดจะมีเวลาในการดูแลตัวเองมากกว่ากลุ่มคนที่แต่งงานแล้ว เพราะกลุ่มคนที่แต่งงานแล้วจะให้ความสำคัญกับครอบครัวมาก จนแทบจะไม่มีเวลาดูแลตนเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณวิไล ลักษณะเดช (2544) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคอาหารทั่วไปมาเป็นอาหารชีวจิต พบว่า สถานภาพของผู้บริโภคที่สมรสแล้ว มีส่วนสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารชีวจิต ผู้บริโภคที่สมรสแล้วเลือกรับประทานอาหารชีวจิตมากกว่าผู้บริโภคที่ยังไม่สมรสและมีวัตถุประสงค์ในการเลือกบริโภคอาหารชีวจิต ก็เพื่อให้ร่างกายมีสุขภาพที่ดี

และเรื่องของรายได้ พบว่า รายได้ของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะผู้บริโภคที่มีรายได้สูงย่อมมีกำลังในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีและจำนวนมาก มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย และเชื่อว่าการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจะช่วยให้ร่างกายแข็งแรงและบรรเทาอาการของโรคบางชนิดได้ และราคาอาหารจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมารับประทาน รวมถึงสถานที่ในการรับประทานอาหารและระยะเวลาในการรับประทานอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dube and Renaghan (1994) ได้วิจัยเรื่อง Measuring Customer Satisfaction for Strategic Management พบว่า เหตุแห่งความพอใจของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารนั้น พบว่า มีหลายสาเหตุร่วมกัน คือ คุณภาพของอาหาร รสชาติที่สม่ำเสมอ ความหลากหลายของรายการอาหาร บรรยากาศ และระยะเวลาที่รอ พบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูงย่อมสามารถเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาดยา จิงสุวดี (2542)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทางด้านเนื้อหา

จากการศึกษางานวิจัย พบว่า กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหาร หรือเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และเชื่อว่ามีผลทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจึงทำให้เกิดข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้ คือ

1. ผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาด้านภาษาและประโยชน์ทางโภชนาการให้กับพนักงาน เพื่อการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อถือต่อผู้บริโภค

2. ผู้ประกอบการควรมีการจัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องของการทำโปรโมชันให้กับผู้บริโภค เช่นการเป็นสมาชิก หรือมีส่วนลดราคาอาหาร เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และทำให้ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการสม่ำเสมอ

3. ผู้ประกอบการควรมีการประเมินผลการดำเนินงานกิจการทุก ๆ 6 เดือน หรือทุก ๆ 1 ปี เพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการดำเนินกิจการต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัญหา และอุปสรรคในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ
2. ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความจงรักภักดีของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อจะได้ทราบถึงสิ่งที่ส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีต่อไป
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบความต้องการของผู้บริโภคในด้านของความสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการสม่ำเสมอ
4. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในเขตจังหวัดชลบุรี เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาให้มีการครอบคลุมพื้นที่ที่มีความกว้างขึ้น มีการขยายผลสู่พื้นที่อื่น ๆ รวมถึงการเพิ่มขนาดตัวอย่างเพื่อจะได้ผลการศึกษามีความถูกต้องมากขึ้น