

บทที่ 6

สรุปและเสนอแนะ

6.1 สรุป

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ประกอบกับสภาพสังคมในปัจจุบันทำให้อัตราการทานอาหารนอกบ้านสูงขึ้นเป็นอย่างมาก ธุรกิจอาหารจึงเป็นธุรกิจที่เจริญเติบโตเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะสภาพเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไรธุรกิจอาหารก็คงยังเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะธุรกิจนี้ใช้เงินลงทุนไม่มาก ทั้งยังสามารถคืนทุนได้ในเวลาไม่นาน

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าตลอดจนลักษณะพฤติกรรมในการทานอาหารของลูกค้าในศูนย์การค้า Future Mart พระราม 3 และศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารไทยที่ Future Mart พระราม3 โดยทฤษฎีที่ใช้ช่วยในการศึกษาได้แก่

1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ส่วนประสมทางการตลาด
3. การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์
4. การวิเคราะห์ด้านต้นทุน

6.1.1 ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค

ผลการศึกษาพบว่า สำหรับการวิเคราะห์ในส่วนของผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 73 ซึ่งมีอิสระในการรับประทานอาหารนอกบ้านมากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว ส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วงวัยทำงาน ช่วง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 55 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71 ถือได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ของ Future Mart พระราม 3 เป็นผู้มีการศึกษาดี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 58 ส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลาง คืออยู่ในช่วงระหว่าง 5,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61

สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารใน Future Mart พระราม 3 จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา พบว่า ช่วงระยะเวลาต่างๆ จำนวนคนในกลุ่มของผู้บริโภค รวมถึงความถี่ในการใช้บริการของร้านอาหารใน Future Mart พระราม 3 โดยเฉลี่ยต่อเดือน ถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดรูปแบบของโครงการสวนอาหารและเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาด จากแบบสอบถาม จำนวนผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเที่ยง ตั้งแต่เวลา 11.00น.-13.00น. จำนวนคนในกลุ่มของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มย่อย ประมาณ 2-3 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาคือ 4-6 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ทำให้โครงการสามารถจัดเตรียมโต๊ะและเก้าอี้ได้อย่างเหมาะสม ส่วนมากเป็นการจัดโต๊ะสำหรับบริการ 4-6 คน และ 2 คน อย่างไรก็ตาม การจัดวางโต๊ะสามารถนำมาต่อกันเพื่อใช้งานในลักษณะต่างๆและให้เหมาะสมกับจำนวนผู้บริโภคของแต่ละกลุ่ม ในส่วนของจุดประสงค์ในการเดินทางมา Future Mart พระราม 3 นั้น ส่วนใหญ่ก็คือเพื่อเลือกซื้อสินค้าร้อยละ 41 ทำงานร้อยละ 29 และรับประทานอาหารร้อยละ 15 ในส่วนของค่าใช้จ่ายในแต่ละมื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยินดีจ่ายค่าอาหารสำหรับมื้อเที่ยงเฉลี่ยต่อหัวอยู่ในช่วง 31-100 บาท ร้อยละ 79 โดยค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ผู้เลือกใช้บริการยินดีจ่ายสำหรับมื้อกลางวันเท่ากับ 62 บาท ในส่วนของมื้อเย็น ส่วนใหญ่ยินดีจ่ายในช่วง 31-100 ร้อยละ 69 โดยมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ผู้เลือกใช้บริการยินดีจ่ายสำหรับมื้อเย็นเท่ากับ 98 บาท ส่วนของการบริการจัดส่งถึงที่ มีผู้สนใจใช้บริการร้อยละ 59

6.1.2 ผลการศึกษาทางด้านอุปทาน

ปัจจุบันใน Future Mart พระราม 3 มีร้านที่ให้บริการด้านอาหารอยู่ 2 ประเภท คือ ศูนย์อาหารที่อยู่ใน Max Value ซึ่งก็จะมีที่นั่งประมาณ 80 ที่นั่ง และมีร้านอาหารดังนี้คือ ร้านขนมปังปัง ร้านชาหมู อาหารตามสั่ง ร้านข้าวแกง บะหมี่หมูแดง ก๋วยเตี๋ยวเย็นตาโฟ ก๋วยเตี๋ยวเรือ และข้าวมันไก่ ซึ่งราคาอาหารเฉลี่ยจะอยู่ที่จานละ 40 บาท ส่วนร้านที่ให้บริการอาหารอีกประเภทคือ ร้านสุกี้ เอ็ม เค ซึ่งจะอยู่ชั้น G มีที่นั่งประมาณ 150 ที่นั่ง ดังนั้นใน Future Mart พระราม 3 จึงมีอุปทานของร้านอาหารที่จะรองรับลูกค้าได้เพียง 230 ที่นั่ง ซึ่งเมื่อเทียบกับอุปสงค์จากการประมาณการลูกค้าเฉลี่ยต่อวันของ Future Mart พระราม 3 ที่มีประมาณ 10,000 คน และจากแบบสอบถามมีผู้มา Future Mart พระราม 3 เพื่อรับประทานอาหารอยู่ร้อยละ 14 ซึ่งอนุมานได้ว่ามีลูกค้า Future Mart พระราม 3 มีจุดประสงค์ในการมาเพื่อรับประทานอาหารอยู่ร้อยละ 14 จากทั้งหมด 10,000 คน หรือประมาณ 1,400 คน ซึ่งยังไม่รวมกับลูกค้าที่มีจุดประสงค์เพื่อมา

ทำงานอีกร้อยละ 29 ซึ่งอย่างน้อยต้องทานอาหารกลางวันอยู่แล้ว จึงทำให้ Future Mart พระราม 3 ยังมีความต้องการร้านอาหารอยู่มาก

6.1.3 ผลวิเคราะห์ทางการเงิน

ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการร้านอาหารใน Future Mart พระราม 3 สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ทางการเงินทั้ง 3 กรณี

ด้วยอัตราส่วนลดเดียวกันที่อัตราร้อยละ 6.75 โดยเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนตามข้อกำหนดทางการเงิน สรุปได้ดังนี้

(1) *กรณียอดขายดีที่สุด* การลงทุนให้ผลตอบแทนสูง โดยโครงการให้ผลตอบแทนจากเงินลงทุน (IRR) ร้อยละ 41.17 และการลงทุนในโครงการยังทำให้มีกำไรสุทธิเมื่อแปลงค่าเป็นมูลค่าปัจจุบัน เท่ากับ 4.65 ล้านบาท ดัชนีทำกำไรเท่ากับ 7.25% ซึ่งมีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่า ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้จะมากกว่าค่าของทุนที่ร้านอาหารได้ใช้ในการลดค่า คือ ร้อยละ 6.75 ประกอบกับวงจรระยะเวลาดำเนินทุนสั้นเพียง 1.68 ปี

(2) *กรณียอดขายทั่วไป* การลงทุนก็ยังให้ผลตอบแทนที่ดี โดยโครงการให้ผลตอบแทนจากเงินลงทุน (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 25.56 และการลงทุนในโครงการยังทำให้มีกำไรสุทธิเมื่อแปลงค่าเป็นมูลค่าปัจจุบัน เท่ากับ 2.52 ล้านบาท ดัชนีทำกำไรเท่ากับ 5.46% ซึ่งมีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่า ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้จะมากกว่าค่าของทุนที่ร้านอาหารได้ใช้ในการลดค่า คือ ร้อยละ 6.75 ประกอบกับวงจรระยะเวลาดำเนินทุนสั้นเพียง 2.27 ปี

(3) *กรณียอดขายต่ำที่สุด* จากการวิเคราะห์โครงการให้ผลตอบแทนจากเงินลงทุน (IRR) ก็ยังอยู่ในเกณฑ์เท่ากับ ร้อยละ -9.89 และการลงทุนในโครงการทำให้ขาดทุนสุทธิเมื่อแปลงค่าเป็นมูลค่าปัจจุบัน เท่ากับ -2.16 ล้านบาท ดัชนีทำกำไรเท่ากับ -0.7% ซึ่งมีค่าน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่า ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้จะน้อยกว่าค่าของทุนที่ร้านอาหารได้ใช้ในการลดค่า คือ ร้อยละ 6.75 ประกอบกับวงจรระยะเวลาดำเนินทุนยาวกว่าระยะโครงการคือเท่ากับ 3.33 ปี

6.2 การตัดสินใจจากผลการวิเคราะห์

จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการทานอาหารของลูกค้า Future Mart พระราม 3 จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของความต้องการใช้บริการร้านอาหารในวันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) และ วันหยุด (เสาร์ – อาทิตย์) โดยในวันธรรมดามีความต้องการใช้ร้านอาหารสูงกว่าวันหยุด โดยเฉพาะช่วงเวลา 11.00 – 13.00 ซึ่งเป็นช่วงเวลาพักทานอาหารของลูกค้า Future Mart พระราม 3 ที่ทำงานอยู่ในนั้น ข้อมูลนี้จะช่วยในเรื่องของการจัดเตรียมอาหาร วัตถุดิบต่างๆ ให้เหมาะสมกับจำนวนลูกค้า

ประเด็นที่สองคือเรื่องของค่าอาหารเฉลี่ยต่อมือที่ลูกค้า Future Mart พระราม 3 ยินดีจ่าย จากการศึกษพบว่าค่าอาหารเฉลี่ยต่อมือที่ลูกค้า Future Mart พระราม 3 ยินดีจ่ายในมือเย็นจะสูงกว่าในมือกลางวัน โดยในมือเย็นจะมีค่าอาหารเฉลี่ยต่อมือต่อหัวที่ 98 บาท และมือกลางวัน 62 บาท ดังนั้นการจัดเมนูอาหาร รายการส่งเสริมการขายต่างๆ ต้องนำค่าใช้จ่ายนี้มาพิจารณาด้วย

ประเด็นที่สามคือเรื่องอุปสงค์และอุปทานของร้านอาหารใน Future Mart พระราม 3 จากการศึกษพบว่ายังมีอุปสงค์ส่วนเกินของร้านอาหารใน Future Mart พระราม 3 อยู่มาก ซึ่งปัจจุบันอุปทานร้านอาหารใน Future Mart พระราม 3 มีสองแห่งคือ ศูนย์อาหารบริเวณ Max Value และ เอ็ม เค สุกี้ ซึ่งมีที่นั่งรวมประมาณ 230 ที่นั่ง เมื่อเปรียบเทียบกับลูกค้าที่ทำงานอยู่ใน Future Mart พระราม 3 ประมาณ 800 คน ที่จำเป็นต้องทานอาหารในตอนเที่ยงบริเวณที่ใกล้ที่ทำงานเนื่องจากมีระยะเวลาค่อนข้างจำกัด และจากแบบสอบถามถึงจุดประสงค์การมา Future Mart พระราม 3 เพื่อรับประทานอาหารเช้า ร้อยละ 14 จากลูกค้าเฉลี่ยวันละ 10,000คน จึงทำให้การลงทุนร้านอาหารไทยในศูนย์การค้า Future Mart พระราม 3 มีความเป็นไปได้สูง

ประเด็นที่สี่เรื่องผลวิเคราะห์ทางการเงินถึงแม้สถานะเศรษฐกิจช่วงนี้จะมีแต่ปัจจัยลบไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวถึงติดลบในบางประเทศ ตลอดจนปัญหาการว่างงานที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้การวิเคราะห์ยอดขายดูเหมือนจะเป็นกรณียอดขายต่ำที่สุด แต่เมื่อวิเคราะห์ปริมาณของอุปสงค์และอุปทานของร้านอาหารใน Future Mart พระราม 3 จะเห็นว่ายังมีอุปสงค์ส่วนเกินอยู่ในปริมาณมาก ประกอบกับผลการแจกแบบสอบถามจะเห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือกลุ่มที่ทำงานใน Future Mart พระราม 3 ซึ่งมีความจำเป็นต้องทานอาหารในตอนเที่ยงบริเวณใกล้ๆ ที่ทำงานเนื่องจากเวลาอันมีจำกัด จะเห็นว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจน่าจะมีผลกระทบต่อยอดขายของโครงการน้อยมาก หรือแม้แต่ในกรณียอดขายต่ำสุดจะมีวงระยะเวลาคืนทุนยาวกว่า

ระยะโครงการคือเท่ากับ 3.33 ปี ถ้าสามารถเจรจาขยายระยะเวลาเช่าให้มากกว่าระยะเวลาคืน
ทุนของโครงการเป็น 5-6 ปีได้ก็จะทำให้โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ประเด็นที่ห้าเรื่องความแตกต่างของร้านอาหารในศูนย์การค้ากับร้านอาหารนอก
ศูนย์การค้า จากการศึกษาพบว่าสถานะเศรษฐกิจจะมีผลกระทบต่อยอดขายของร้านอาหารใน
ศูนย์การค้าน้อยกว่าร้านอาหารนอกศูนย์การค้า เนื่องจากจุดประสงค์ในการมาร้านอาหารใน
ศูนย์การค้าจะมีจุดประสงค์เพื่อทานอาหารมากกว่าร้านอาหารนอกศูนย์การค้า ส่วนจุดประสงค์
ส่วนใหญ่ของลูกค้าที่มาร้านอาหารนอกศูนย์การค้าคือเพื่อสังสรรค์กับเพื่อน ดังนั้นความจำเป็น
ตลอดจนความถี่ในการมาร้านอาหารในศูนย์การค้าจึงมากกว่าร้านอาหารนอกศูนย์การค้า

ในการพิจารณาลงทุนร้านอาหารไทยที่ศูนย์การค้า Future Mart พระราม 3 จึงนับว่า
ยังน่าสนใจ เพราะอาหารไทยก็เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมอย่างสูง เพราะมีรสชาติถูกปากคน
ไทย และสามารถทานได้เป็นประจำทุกวัน เนื่องจากมีเมนูที่หลากหลาย วัตถุดิบที่นำมาใช้ปรุง
อาหารก็สามารถหาได้ง่าย มีราคาถูก และใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก เพราะไม่จำเป็นต้องซื้อแฟรน
ไชส์ร้านอาหารไทยที่มีชื่อเสียง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูง และต้องเสียค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย
ต่างๆตลอดการดำเนินงาน เนื่องจากนิสัยของคนไทยชอบลอง และถ้าอาหารรสชาติดี สะอาด
ราคายุติธรรม ก็จะได้รับคามยอมรับได้ไม่ยาก ส่วนเรื่องบุคลากรในส่วนของร้านอาหารไทยก็
สามารถหาได้ง่าย และประกอบกับศูนย์การค้า Future Mart พระราม 3 ให้โอกาสกับร้านอาหาร
ที่มาเปิดว่าไม่จำเป็นต้องมีชื่อเสียง ซึ่งถ้าเป็นศูนย์การค้าชื่อดังแห่งอื่นๆ จะเห็นได้ว่าจะมีแต่
ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง มีค่าเช่าสูง และมีการแข่งขันกันสูงมากเช่นกัน

ในมุมมองของนักวิจัย เมื่อพิจารณาถึงประเด็นต่างๆ ที่วิเคราะห์มาแล้วข้างต้น จะ
เห็นได้ว่า โครงการร้านอาหารในห้าง Future Mart พระราม 3 มีความน่าสนใจและมีความเป็นไปได้
ในการลงทุน แม้ว่าเมื่อพิจารณาถึงสถานะเศรษฐกิจในช่วงนี้จะดูเหมือนว่า ผลวิเคราะห์ทาง
การเงินมีแนวโน้มที่น่าจะอยู่ในกรณียอดขายต่ำที่สุด แต่เมื่อวิเคราะห์ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่
เป็นกลุ่มคนที่ทำงานอยู่ใน Future Mart พระราม 3 ที่มีความจำเป็นต้องบริโภคอาหารนอกบ้าน
อย่างน้อย 1 มื้อ ได้แก่ มื้อกลางวัน ประกอบกับอุปสงค์ของร้านอาหารที่มียังอยู่สูงกว่าอุปทานของ
ร้านอาหารอยู่มาก ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ผู้ทำการวิจัยจึงเห็นว่า ผลวิเคราะห์ทางการเงินน่าจะเป็น
กรณียอดขายทั่วไปมากกว่ากรณียอดขายต่ำที่สุด ดังนั้น ผู้ทำการวิจัยจึงตัดสินใจว่า โครงการ
ร้านอาหารไทยที่ศูนย์การค้า Future Mart พระราม 3 มีความน่าสนใจและมีความเป็นไปได้ในการ
ลงทุน

6.3 ข้อจำกัดและอุปสรรคในการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า มีข้อจำกัดทางด้านวิธีการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการและผู้บริโภค รวมถึงข้อจำกัดของการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน ดังนี้

1. ข้อจำกัดทางด้านข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม จากการแจกแบบสอบถาม 500 ฉบับ ได้รับการตอบรับกลับแบบสมบูรณ์ประมาณ 324 ฉบับ ซึ่งในส่วนที่เหลือ ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะไม่ค่อยเปิดเผยข้อมูลด้านอายุและรายได้ รวมทั้งกรอกข้อมูลไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังมีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนที่ให้คำตอบไม่สอดคล้องกับคำถามด้วย

2. การเก็บข้อมูลของผู้บริโภคในร้านอาหารที่ Future Mart พระราม 3 การสุ่มตัวอย่างแจกแบบสอบถามในร้านอาหารจะทำให้ได้ผลที่แม่นยำมากยิ่งขึ้นแต่ก็มักจะไม่ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการร้านอาหาร นอกจากนี้การแจกแบบสอบถามใช้ระยะเวลาเพียงหนึ่งเดือน ส่งผลให้ข้อมูลที่ได้จึงเป็นการศึกษาเฉพาะช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งตามปกติยอดขายของร้านอาหารในแต่ละช่วงเดือนมักจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ เช่น เดือนที่มีฝนตกค่อนข้างบ่อย จะมียอดขายต่ำกว่าเดือนที่มีอากาศหนาว ฝนตกน้อย หรือในช่วงสิ้นปีหรือปีใหม่ จะเป็นช่วงที่มีการจับจ่ายใช้สอยสูงเนื่องจากเป็นช่วงเทศกาลและมีวันหยุดหลายวัน ก็อาจจะส่งผลให้มียอดขายที่สูงกว่า

3. ผลการวิเคราะห์ทางการเงินอาจคลาดเคลื่อนได้ เมื่อพิจารณาจากข้อจำกัดต่างๆ เหล่านี้

ก) การประมาณยอดขายเฉลี่ยต่อคนต่อมือ เป็นการประมาณการณ์ค่าเฉลี่ยจากผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนของถ้ามีร้านอาหารใน Future Mart พระราม 3 ผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีความยินดีในการจ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อมือที่เท่าไร ซึ่งในส่วนนี้อาจมีการคลาดเคลื่อนเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนยังไม่ทราบว่าคุณลักษณะของร้านอาหารมีการตกแต่งร้านและเมนูอาหารเป็นอย่างไร ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญที่จะมีผลต่อค่าเฉลี่ยในการจ่ายค่าอาหารต่อคนต่อมือ

ข) การประมาณยอดผู้บริโภครต่อวันโดยการสังเกตการณ์ศูนย์อาหารใน Future Mart พระราม 3 โดยใช้ตัวเลขจำนวนผู้มาใช้บริการในแต่ละช่วงเวลาเปรียบเทียบกับจำนวนที่นั่งทั้งหมดและมาประมาณการณ์จำนวนยอดผู้บริโภครต่อวันอาจคลาดเคลื่อนได้เพราะรูปแบบทางธุรกิจของร้านอาหารและศูนย์อาหารนั้นมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง ศูนย์อาหารจะมีเมนูอาหารให้เลือกหลากหลายมากกว่า และระยะเวลาที่ผู้บริโภครแต่ละคนใช้บริการในแต่ละครั้งนั้นสั้นกว่า จึงอาจทำ

ให้เกิดการหมุนเวียนของผู้มาใช้บริการในช่วงเวลาที่มีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสูง เช่น ในช่วงเที่ยงของวันจันทร์ – ศุกร์ เป็นต้น

6.4 ข้อเสนอแนะ

สำหรับบทบาทของภาครัฐ ก็มีส่วนในการสนับสนุนและเสริมสร้างเสถียรภาพให้กับธุรกิจบริการด้านอาหารไทย เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในปัจจุบันยังคงจำเป็นต้องอาศัยระบบและขั้นตอนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น ธนาคารหรือสถาบันทางการเงิน หน่วยงานของสรรพากร และกรุงเทพมหานคร เป็นต้น และด้วยสถานะเศรษฐกิจเช่นในปัจจุบัน รัฐบาลควรมีมาตรการในการปล่อยสินเชื่อจากธนาคารของรัฐ และควรลดขั้นตอนความยุ่งยากในการขอสินเชื่อเพื่อนำมาประกอบธุรกิจร้านอาหาร รวมถึงภาครัฐควรให้การสนับสนุนและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการลงทุนร้านอาหารไทย และจัดให้มีการอบรมเพื่อพัฒนาฝีมือบุคลากรไทยที่มีความสนใจในอาชีพประกอบอาหาร อีกทั้งภาครัฐควรเป็นสื่อกลางในการจัดหางานให้กับบุคลากรในธุรกิจร้านอาหารให้แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจร้านอาหารไทยเติบโตยิ่งขึ้นไปอีก เนื่องจากในปัจจุบัน มีผู้ให้ความสนใจในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยเป็นจำนวนมาก แต่ต้องประสบกับปัญหาการขาดความรู้และบุคลากรที่มีฝีมือ นอกจากนี้ ภาครัฐควรมีการตรวจสอบและกวดขันอย่างจริงจังในการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจบริการด้านอาหารทุกประเภท เพื่อให้ได้สถานประกอบการที่มีคุณภาพ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์และความปลอดภัยของผู้บริโภค

ในส่วนของข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อ ปัจจุบัน อาหารไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับของคนทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของรสชาติที่เผ็ดร้อน กลิ่นหอมของเครื่องเทศ ความหลากหลาย การตกแต่งอาหารที่มีความสวยงามน่ารับประทาน รวมทั้งมีคุณค่าทางโภชนาการ สำหรับในส่วนของร้านอาหาร ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จก็คือ บุคลากร ดังนั้น หากเราสามารถพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะ และมาตรฐานในการทำอาหาร ก็จะทำให้อาหารไทยได้รับความนิยมนิยมจากคนทั่วโลก ดังเช่น อาหารญี่ปุ่น ดังนั้น ผู้ทำการวิจัยจึงมีความเห็นว่าการศึกษาต่อ ที่จะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทยก็คือ แนวทางในการพัฒนาฝีมือบุคลากรในธุรกิจร้านอาหารไทย

ในส่วนของการเสนอแนะในการศึกษาต่ออีกประเด็นก็คือ การนำเอางานวิจัยขึ้นไปประยุกต์เป็นแนวทางในการศึกษาต่อในธุรกิจอาหารประเภทอื่น อาทิเช่น ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านเบเกอรี่ ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านไอศกรีม เป็นต้น

สุดท้ายการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ธุรกิจร้านอาหารในศูนย์การค้าเป็นกรณีตัวอย่าง ในปัจจุบัน การบริโภคอาหารนอกบ้านค่อนข้างมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การบริโภคอาหารเป็นเรื่องของรสนิยมและรายได้ของผู้บริโภคแต่ละคน ซึ่งในส่วนของรายได้เป็นส่วนที่วิเคราะห์ได้ไม่ยาก แต่ในส่วนของรสนิยม เป็นส่วนที่วิเคราะห์ค่อนข้างยาก เพราะต้องพิจารณาว่ารสนิยมนั้นเป็นเรื่องของการเลียนแบบ (Demonstration) หรือไม่ เพราะถ้าเป็นรสนิยมที่เกิดจากกระแสนิยม ก็เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งหากนำปัจจัยตัวนี้มาประมาณยอดขายกับโครงการที่มีระยะเวลายาว ก็จะทำให้มีโอกาสในการตลาดเคลื่อนไ้มามาก ดังนั้นหากโครงการที่จะดำเนินธุรกิจในด้านนี้แล้ว ก็ควรจะศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เพื่อให้ได้โครงการที่เหมาะสมและดีที่สุด