

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้า ในตลาดเจ้าพรหม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยพื้นฐานและพฤติกรรมการซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าในตลาดเจ้าพรหม 2) ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าในตลาดเจ้าพรหม และ 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าในตลาดเจ้าพรหม จำแนกตามปัจจัยพื้นฐาน และพฤติกรรมการซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้า ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าของร้านจำหน่ายปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา คิดเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 250 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้ได้ค่า IOC เท่ากับ +1 และนำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชาชน ที่เป็นลูกค้าซื้อปลาน้ำจืดในตลาดแกรนด์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่ได้ถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น (α -Coefficient) ของแบบสอบถาม เท่ากับ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และ มีค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และค่า One-way ANOVA : F-test มีผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้า ในตลาดเจ้าพรหม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 ปีขึ้นไป มีการศึกษาในระดับไม่เกินมัธยมศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท และมีสมาชิกในครอบครัว 4 – 5 คน
2. พฤติกรรมในการซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าในตลาดเจ้าพรหม ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกซื้อปลาน้ำจืดที่ตลาดเจ้าพรหมเพราะมีปลาน้ำจืดที่ตรงตามความต้องการ วัตถุประสงค์ในการซื้อปลาน้ำจืดเพื่อนำไปประกอบอาหารจำหน่าย จำนวนเงินในการซื้อปลาน้ำจืดต่อครั้ง คือ 101 – 200 บาท ช่วงเวลาในการซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม คือ เวลา 03:01 – 05:00 น.

ประเภทของปลาน้ำจืดที่ซื้ออยู่ในปัจจุบัน คือ ปลานิล และการบริการของร้านปลาน้ำจืดให้ลูกค้าในปัจจุบัน คือ การบริการหั่นปลาเป็นชิ้น

3. ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหมโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อในระดับมาก

4. ผลเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าที่ซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหมจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่ซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม สรุปผลการเปรียบเทียบได้ ดังนี้

4.1 ลูกค้าที่ซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหมที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสมาชิกในครอบครัว ต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน

4.2 ลูกค้าที่ซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหมที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน แต่ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหมด้านราคาแตกต่างกัน

5. ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าที่ซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหมจำแนกตามพฤติกรรมในการซื้อปลาน้ำจืด มีเหตุผลที่เลือกซื้อปลาน้ำจืดวัตถุประสงค์ในการซื้อปลาน้ำจืด จำนวนเงินในการซื้อปลาน้ำจืดต่อครั้ง ช่วงเวลาในการซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม ประเภทของปลาน้ำจืดที่ซื้ออยู่ในปัจจุบัน และการบริการของร้านปลาน้ำจืดในปัจจุบันต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้า ในตลาดเจ้าพรหม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการเปรียบเทียบตามสมมติฐาน เฉพาะประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้

1. พฤติกรรมในการซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้า ในตลาดเจ้าพรหม พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม มีเหตุผลที่เลือกซื้อปลาน้ำจืดแห่งนี้ เพราะมีปลาน้ำจืดที่ตรงตาม

ความต้องการ เนื่องจากตลาดเจ้าพรหม เป็นตลาดค้าส่ง และค้าปลีกที่มีขนาดใหญ่ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา และมีร้านที่จำหน่ายปลาน้ำจืดจำนวนมาก ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ตาม ความพึงพอใจ และทุกร้านมีประเภทของปลาน้ำจืดให้เลือกจำนวนมาก ซึ่งสามารถตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทันที มีวัตถุประสงค์ในการซื้อปลาน้ำจืด เพื่อนำไปประกอบอาหาร จำหน่าย เนื่องจากการบริโภคอาหารในปัจจุบันจะเน้นเรื่องสุขภาพเป็นหลัก ซึ่งปลาถือเป็นอาหาร ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย จึงมีผู้บริโภคจำนวนมากขึ้น ซึ่งปลาน้ำจืดนั้นหาซื้อได้ง่าย ราคาถูกและ สามารถนำไปประกอบอาหารได้หลายประเภท มีจำนวนเงินในการซื้อปลาน้ำจืดต่อครั้ง คือ 101 – 200 บาท เนื่องจาก ราคาของปลาน้ำจืดมีราคาที่ไม่แพงมากนัก และการซื้อแต่ละครั้งมีจำนวน ไม่มาก เนื่องจากเป็นของสด และนำไปบริโภคทันที ลูกค้าจึงสามารถกลับมาซื้อได้ทันทีเมื่อ ต้องการมีช่วงเวลาในการซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม คือ เวลา 03:01 – 05:00 น. เนื่องจากเป็น ช่วงเวลาที่พ่อค้า-แม่ค้า จัดร้านเสร็จ และเริ่มขายสินค้าประกอบกับลูกค้าต้องการความสะดวกของปลาที่ จะนำไปบริโภค รวมถึงลูกค้าอีกกลุ่มคือร้านค้าปลีกย่อย หรือร้านอาหาร ที่จะมาซื้อปลาน้ำจืดเพื่อ นำไปขายต่อหรือนำไปประกอบอาหารเพื่อจำหน่ายต่อ จึงนิยมที่จะมาซื้อปลาน้ำจืดในช่วงเวลานี้ จำนวนมาก มีประเภทของปลาน้ำจืดที่ซื้ออยู่ในปัจจุบัน คือ ปลานิล เนื่องจาก ปลานิล เป็นปลาน้ำ จืดที่มีรสชาติอร่อยและสามารถนำไปประกอบอาหารได้หลายประเภท และเป็นปลาที่นิยม รับประทานกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ และบริการของร้านปลาน้ำจืดในปัจจุบัน คือ การบริการหั่น ปลาเป็นชิ้น เนื่องจากเพื่อความสะดวกในการนำไปบริโภคหรือจำหน่ายต่อไป โดยที่ลูกค้าไม่ต้องไป หั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เทพรัตน์ อึ้งเศรษฐพันธ์และคณะ (2545 : บทคัดย่อ) เรื่อง โครงการแนวทางการจัดการปัญหาการผลิตและการตลาดปลาน้ำจืด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจุบัน คนนิยมบริโภคปลามากขึ้นจากเดิมมาก โดยปลาที่นิยมบริโภคมาสูงสุด คือ ปลานิล รองลงมาได้แก่ ปลาช่อน ปลาดุก ปลาทับทิม ตามลำดับ เหตุผลในการบริโภคปลาคือ มีรสชาติดี อร่อย มีประโยชน์ หาทานได้ง่ายขึ้น ทำให้การบริโภคปลาแพร่หลายมากขึ้น อีกทั้งราคาที่จำหน่ายในท้องตลาดเป็น ราคาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีความเหมาะสมแล้ว

2. ระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหมของลูกค้าในด้านต่างๆ พบว่า มีดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม อำเภอพระนครศรีอยุธยาของลูกค้าโดยรวมและเป็นรายค้านลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดด้าน ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลูกค้าให้ความสำคัญกับความสะดวก ความใหม่ รวมถึงความหลากหลายของชนิดปลา รวมทั้ง ขนาดของปลาน้ำจืดในมีจำหน่ายในตลาดเจ้าพรหม เมื่อผู้ขายได้จัดหาปลาน้ำจืดไว้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านความหลากหลายของชนิด

และขนาดปลาน้ำจืด และมีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าจึงทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เทพรัตน์ อึ้งเศรษฐพันธ์และคณะ (2545 : บทคัดย่อ) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันคนนิยมบริโภคปลามากขึ้นจากเดิมมาก มีรสชาติดี อร่อย มีประโยชน์หาทานได้ง่ายขึ้น รวมถึงผลิตภัณฑ์จากปลามีหลากหลายมากขึ้น

2.2 ด้านราคา จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหมอำเภอพระนครศรีอยุธยาของลูกค้า พบว่า โดยรวมและเป็นรายด้านลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปลาน้ำจืดที่มีจำหน่ายในตลาดเจ้าพรหมมีราคาถูกและเหมาะสมกับคุณภาพและขนาดของปลาน้ำจืดที่ลูกค้าต้องการและเลือกซื้อจึงทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เทพรัตน์ อึ้งเศรษฐพันธ์และคณะ (2545 : บทคัดย่อ) ได้กล่าวว่า ราคาปลาน้ำจืดที่จำหน่ายในท้องตลาดเป็นราคาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีความเหมาะสมแล้ว และหากราคาเปลี่ยนแปลงไปก็ยังคงบริโภคต่อไป

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม อำเภอพระนครศรีอยุธยาของลูกค้า พบว่า โดยรวมและเป็นรายด้านลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากร้านจำหน่ายปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหมอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ชัดเจน การเดินทางสะดวก มีการจัดวางภาชนะที่ใส่ปลาน้ำจืดแบ่งตามประเภทของปลาน้ำจืดไว้อย่างชัดเจนเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค จึงทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เทพรัตน์ อึ้งเศรษฐพันธ์และคณะ (2545 : บทคัดย่อ) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันปลาน้ำจืดสามารถหาทานได้ง่ายขึ้นจากอดีต และมีจำหน่ายทั่วไป

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม อำเภอพระนครศรีอยุธยาของลูกค้า พบว่า โดยรวมและเป็นรายด้านลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ขายปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเองกับลูกค้า และเมื่อลูกค้าสั่งปลาน้ำจืดในปริมาณที่มากจะมีบริการจัดส่งปลาน้ำจืดตามจำนวนที่ลูกค้าสั่งทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวก จึงทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพิบูล ทีปะपाल (2545 : บทคัดย่อ) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสาร ไม่ว่าจะโดยวิธีใดก็ตามไปยังตลาดเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้าทราบว่าเรามีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เขาต้องการออกจำหน่ายหรือให้บริการแล้ว ซึ่งลูกค้าจะสามารถหาซื้อเพื่อนำไปสนองความต้องการของเขา ณ ที่ใดได้บ้าง โดยซื้อได้ในราคาที่เหมาะสมยุติธรรม

2.5 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม อำเภอพระนครศรีอยุธยาของลูกค้า พบว่า โดยรวมและเป็นรายด้านลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมและบรรยากาศโดยรวมของร้านที่จำหน่ายปลาน้ำจืด มีการจัดการที่ดี และมีการจัดการของเสียเมื่อขายสินค้าหมด จึงไม่ส่งกลิ่นเหม็นรบกวนจึงทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้กล่าวว่า ควรมีการออกแบบวางผังอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในสำนักงาน ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของบริษัท เนื่องจากลูกค้าเมื่อมาติดต่อจะพบเห็นสิ่งต่างๆ ที่จัดไว้ ซึ่งจะเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านสิ่งเหล่านี้

3. ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

3.1 การเปรียบเทียบเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าในตลาดเจ้าพรหม จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่ซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม พบว่า ลูกค้าที่ซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ หทัยรัตน์ ปลัดสิงห์ (2544 : บทคัดย่อ) เรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์ปลาช่อน และปลานิลในประเทศไทย โดยการศึกษาสภาพทั่วไปการผลิตและการตลาด ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์และวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของราคาขายปลีกที่ตลาดกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ คือ ราคาปลา ราคาสินค้าทดแทน

3.2 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าในตลาดเจ้าพรหม จำแนกตามพฤติกรรมในการซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าในตลาดเจ้าพรหม พบว่า ลูกค้ามีเหตุผลในการเลือกซื้อปลาน้ำจืด วัตถุประสงค์ในการซื้อปลาน้ำจืด จำนวนเงินในการซื้อปลาน้ำจืดต่อครั้ง ช่วงเวลาในการซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม ประเภทของปลาน้ำจืดที่ซื้ออยู่ในปัจจุบัน และการบริการของร้านปลาน้ำจืดในปัจจุบันต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดในตลาดเจ้าพรหม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ การวิจัยโครงการแนวทางการจัดการปัญหาการผลิตและการตลาดปลาน้ำจืด จังหวัดเชียงใหม่ ของเทพรัตน์ อึ้งเศรษฐพันธ์และคณะ (2545 : บทคัดย่อ) พบว่า ปัจจุบันคนนิยมบริโภคปลามากขึ้น โดยปลาที่นิยมบริโภคมากที่สุด คือ ปลานิล รองลงมาได้แก่ ปลาช่อน ปลาดุก ปลาทับทิม ตามลำดับ เหตุผลในการบริโภคปลา คือ มีรสชาติดี อร่อย มีประโยชน์ หาซื้อเพื่อรับประทานได้ง่ายในปัจจุบัน มีจำหน่ายทั่วไปและปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์จากปลาค่อนข้างหลากหลาย มีผลให้คนหันมานิยมบริโภคปลามากขึ้น

ขณะเดียวกันปลาที่บริโภคในปัจจุบันมีราคาที่กำหนดในท้องตลาดเป็นราคาของผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความเห็นว่ามีราคาเหมาะสมแล้ว และถ้าหากมีการปรับเปลี่ยนราคาปลาสูงขึ้นก็จะบริโภคต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ปลาน้ำจืดที่ผู้ขายนำมาจำหน่ายในท้องตลาด หากได้มีการศึกษาถึงพฤติกรรมกรซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าในด้าน ประเภท น้ำหนักปลา ขนาดของปลาน้ำจืดที่ลูกค้านิยมบริโภค และปริมาณ ที่ต้องการ จะเป็นประโยชน์ต่อทั้งลูกค้า ผู้เลี้ยงปลา และ ผู้ขาย ในการจัดหาปลาน้ำจืดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม อันเป็นการใช้ทรัพยากรที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งต่อผู้บริโภคและผู้ขาย

1.2 ด้านราคา งานวิจัยนี้ให้ข้อสรุปที่ชี้ให้ผู้ขายทราบราคาปลาน้ำจืดที่ลูกค้าส่วนใหญ่ มีความต้องการซื้อปลาน้ำจืดในราคาที่ยุติธรรมรวมทั้งคุณภาพและขนาดของปลาน้ำจืดที่เลือกซื้อ ฉะนั้น ในการชั่งน้ำหนักปลาที่ลูกค้าเลือกซื้อ ผู้ขายควรจะให้ลูกค้าได้ทราบน้ำหนักที่แท้จริงจากเครื่องชั่งที่มีมาตรฐานเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าในสินค้าและร้านค้าที่เลือกซื้อ

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ร้านขายปลาน้ำจืด ควรจัดร้านขายปลาน้ำจืดให้ลูกค้า สามารถมองเห็นได้ง่าย และมีทางเดินที่สะดวกในการไปซื้อ และควรแสดงป้ายบอกเวลาเปิดปิดที่ชัดเจน

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ขายควรมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าที่มาซื้อปลาในร้านของตน เช่น มีการทักทาย การยิ้มแย้มที่แจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีการจัดส่งปลา ให้แก่ลูกค้าเมื่อลูกค้าซื้อปลาน้ำจืดในปริมาณที่มาก ตลอดจนการมีความรู้เรื่องปลาน้ำจืดของผู้ขาย เพื่อให้คำแนะนำที่ดีให้แก่ลูกค้า

1.5 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ งานวิจัยนี้ให้ข้อสรุปที่ชี้ว่าด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของบริเวณโดยรอบของร้านที่กำหนดปลาน้ำจืด เช่น การทำความสะอาดร้านขายปลาน้ำจืด ทุกวัน เพื่อไม่ให้มีน้ำขังหรือส่งกลิ่นเหม็นจากเครื่องในหรือเกล็ดปลา และควรตั้งอยู่ในบริเวณหรือทำเลที่มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก และไม่อับชื้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเลี้ยงปลาน้ำจืดตามมาตรฐานขั้นปลอดภัยของเกษตรกร

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาตลาดปลาน้ำจืด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา