

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท 2) ศึกษาการตัดสินใจซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท 3) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และ 4) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้า โดยวิธีการเก็บข้อมูลคือ ใช้แบบสอบถามจำนวน 250 ชุด เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาซื้อเหือกและมันจากร้านค้าส่งเหือกและมันในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทีและค่าเอฟ สรุปผลได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 50 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา / มัธยมศึกษา / ปวช.อาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท
2. พฤติกรรมในการซื้อเหือกและมันในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อเหือกและมันที่ตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง ซื้อทั้งเหือกและมันสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง เพื่อนำไปขาย ปริมาณ 51 - 80 กิโลกรัม ซื้อเวลา 15.01-21.00 น. ด้วยเงินสด โดยมาซื้อด้วยตนเอง ด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล แล้วมารับสินค้าเอง
3. การตัดสินใจเลือกซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อในระดับมากทุกด้าน

4. ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีดังนี้

4.1 ลูกค้าที่มีเพศ ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูและมันจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกัน

4.2 ลูกค้าที่มีอายุ ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูและมันจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านราคา ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกัน

4.3 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส อาชีพ ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูและมันจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

4.4 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูและมันจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกัน

4.5 ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูและมันจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกัน

5. ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ มีดังนี้

5.1 ลูกค้าที่มีสถานที่ซื้อสินค้า ประเภทของสินค้าที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อสินค้า เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า ปริมาณในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ การชำระเงิน วิธีการสั่งซื้อ และการขนส่งสินค้า ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูและมันจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

5.2 ลูกค้ำที่มีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาซื้อ ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเผือกและมันจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้ำมีการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกัน

### อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเผือกและมันของลูกค้ำจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท อภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. พฤติกรรมในการซื้อเผือกและมันในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่ซื้อเผือกและมันที่ตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง ซื้อทั้งเผือกและมัน สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง เพื่อนำไปขาย ปริมาณ 51 - 80 กิโลกรัม ซื้อเวลา 15.01-21.00 น. ด้วยเงินสด โดยมาซื้อด้วยตนเอง ด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล แล้วมารับสินค้าเอง เนื่องจากซื้อในปริมาณมาก และต้องคัดเลือกเผือกและมัน เพื่อเป็นการสะดวกในการเดินทางและขนย้าย จึงต้องมีรถยนต์มารับเผือกและมันด้วยตนเอง

2. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกซื้อเผือกและมันของลูกค้ำจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท มีดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาตัดสินใจเลือกซื้อเผือกและมันของลูกค้ำจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท โดยมีค่าเฉลี่ย รวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะลูกค้ำให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของร้านค้า และความสดใหม่ของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ พงศา นวมกรูท (2544, บทคัดย่อ) เนื่องจากให้ความสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ได้กล่าวว่า การมีสินค้าตรงความต้องการ การมีสินค้าจำหน่ายหลายประเภท หลายยี่ห้อ การมีสินค้ามีคุณภาพ ใหม่ สด และสะอาด

2.2 ด้านราคา จากการศึกษาตัดสินใจเลือกซื้อเผือกและมันของลูกค้ำจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท โดยมีค่าเฉลี่ย รวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่ามีผลิตภัณฑ์หลายราคาให้เลือกซื้อ มีราคายุติธรรม มีการปรับราคาขึ้นลงตามภาวะตลาด และมีการต่อรองราคาสินค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ฐิติ ศรีไพศาล (2545, บทคัดย่อ) ได้กล่าวว่า ปัจจัยในด้านราคาที่มีผู้ค้าปลีกใช้ในการเลือกซื้อ คือ ไม่คิดค่าขนส่งเพิ่มในการขนส่งสินค้า และมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเมื่อซื้อเงินสดและซื้อประจำ รวมทั้งมีความยืดหยุ่นในการปรับให้เหมาะสมกับผู้ซื้อแต่ละราย

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาตัดสินใจเลือกซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่า อยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการใช้บริการ และการเดินทางสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ พงศา นวมกรูฑ (2544, บทคัดย่อ) ได้กล่าวว่า สถานที่ตั้งเดินสะดวก การวางผังภายในร้านให้มีความเดินทางเดินกว้าง การสัญจรภายในร้านสะดวก การมีที่จอดรถในที่ร่ม เพียงพอ ปลอดภัยและไม่เสียค่าบริการ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาตัดสินใจเลือกซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะว่า มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ สามารถสอบถามราคาทางโทรศัพท์ได้ มีการให้เครดิตกับลูกค้าและมีการลดราคาสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ จิตติ ศรีไพศาล (2545, บทคัดย่อ) ได้กล่าวว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ซื้อพึงพอใจในส่วนของบริการที่สามารถติดต่อกับทางบริษัทและพนักงานขายได้สะดวก รวมทั้งพึงพอใจกับพนักงานขายที่มีความรู้ เรื่องสินค้าเป็นอย่างดี

2.5 ด้านบุคลากรให้บริการ จากการศึกษาตัดสินใจเลือกซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่า พนักงานมีการให้บริการที่ดี และพนักงานมีจำนวนเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับ จิตติ ศรีไพศาล (2545, บทคัดย่อ) ได้กล่าวว่า พึงพอใจกับพนักงานขายที่มีความรู้ เรื่องสินค้าเป็นอย่างดี

2.6 ด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาตัดสินใจเลือกซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่า มีการให้บริการที่รวดเร็ว และการรับและทอนเงินรวดเร็ว ชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ จิตติ ศรีไพศาล (2545, บทคัดย่อ) ได้กล่าวว่า ผู้ซื้อไม่ได้รับความสะดวกในขั้นตอนการซื้อควรรนำเทคโนโลยีมาช่วยในการออกไปเสร็จ

### 3. ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

3.1 การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเหือกและมันจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พิบูลย์ ก้อนทอง (2553, บทคัดย่อ) ในเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก้อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์โฮเต็ล อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านพนักงานแตกต่างกัน

3.2 การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเนื้ออกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเนื้ออกและมันจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พิบูลย์ ก้อนทอง (2553, บทคัดย่อ) ในเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก้อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์ จำกัด อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงานแตกต่างกัน และสอดคล้องกับ นุชนาถ มีสมพีชน์ (2552, บทคัดย่อ) ในเรื่อง พฤติกรรม การซื้อของลูกค้าและการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ และระดับการศึกษา ต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และลูกค้าที่มีรายได้ ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

3.3 การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเนื้ออกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ พบว่า ลูกค้าที่มีสถานที่ซื้อสินค้า ประเภทของสินค้าที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อสินค้า เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า ปริมาณในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ การชำระเงิน วิธีการสั่งซื้อ และการขนส่งสินค้า ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเนื้ออกและมันจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะลูกค้ามีวัตถุประสงค์ในการมาซื้อเหมือนกัน และเป็นร้านค้าปลีกประเภทเดียวกัน จึงมีการตัดสินใจซื้อในด้านต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

3.4 การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเนื้ออกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ พบว่า ลูกค้าที่มีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาซื้อ ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเนื้ออกและมันจากร้านค้าส่ง ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะซื้อเนื้ออกและมันในปริมาณมาก ลูกค้าที่มีพาหนะที่ใช้ในการขนส่งเองนั้น ทางร้านจึงไม่ต้องมาคอยดูแลมาก ซึ่งต่างจากลูกค้าที่ไม่มีพาหนะในการขนส่งเอง ทางร้านต้องคอยดูแล และอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้น จึงทำให้เกิดความแตกต่างบ้าง

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกซื้อเผือกและมันจากร้านค้าปลีก - ส่งที่มีความน่าเชื่อถือ และมีการหมุนเวียนของสินค้าในแต่ละวันอยู่ตลอดเวลา

1.2 ด้านราคา ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการสินค้าที่มีราคาถูก และเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งอาจมีการต่อรองราคาสินค้าบ้าง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับได้ และพอใจกันทั้งสองฝ่าย

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกซื้อเผือกและมันจากร้านค้าปลีก - ส่งที่อยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการให้บริการ

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ขายควรมีการลดราคา และให้เครดิตกับลูกค้าที่ซื้อประจำ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจในการมาซื้อเผือกและมันที่ร้าน

1.5 ด้านบุคลากรให้บริการ พนักงานควรมีอัธยาศัยที่ดี มีความสุภาพ และมีมารยาทในการต้อนรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจกับการมาซื้อเผือกและมันที่ร้าน

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกซื้อเผือกและมันจากร้านค้าปลีก - ส่งที่มีพนักงานคอยให้บริการอย่างเพียงพอ และให้บริการที่ดี

### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อเผือกและมันของลูกค้าเพื่อพัฒนาระบบร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท

2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มของตลาด และสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเผือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท