



ธุรกิจขนส่งสินค้า Cold-chain แบบ B2C ปี 65 คาดขยายตัว 15-20% ท่ามกลางต้นทุนและการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มขึ้น

CURRENT ISSUE

ปีที่ 28 ฉบับที่ 3308

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2565

▶ ประเด็นสำคัญ

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า ในปี 2565 ธุรกิจขนส่งสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (Cold-chain Logistics) ที่เน้นเจาะกลุ่ม B2C จะมีมูลค่าราว 2.9-3.0 พันล้านบาท ซึ่งจะเติบโตในกรอบ 15-20% (YoY) ชะลอจากปีก่อนหน้าที่คาดว่าจะขยายตัวราว 40-45% (YoY) ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากฐานสูงและปัจจัยเร่งชั่วคราวจากการล็อกดาวน์หมดลง อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมา ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และเคยชินกับการใช้บริการขนส่งควบคุมอุณหภูมิเพิ่มขึ้นในวงกว้าง จึงคาดว่าความต้องการใช้บริการยังคงขยายตัว โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าอาหารสด อาหารปรุงสำเร็จ
- อย่างไรก็ตาม ในระยะข้างหน้า ธุรกิจ Cold-chain แบบ B2C ยังต้องเผชิญกับความท้าทายต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ ที่อาจทำให้การขนส่งสินค้าในบางพื้นที่ต้องหยุดชะงัก และยังมีแรงกดดันจากราคาน้ำมันที่มีความผันผวนและปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงทั้งในมิติของจำนวนผู้เล่นที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและการแข่งขันด้านราคา จากการใช้ผู้ประกอบการขนส่งสินค้ารายใหญ่หลายรายเริ่มหันมารุกตลาดมากขึ้น
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ผู้ประกอบการควรเน้นไปที่การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ เช่น การลดระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า การลดความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการขนส่ง นอกจากนี้ ควรเร่งสร้างเครือข่ายผ่านการทำสัญญาระยะยาวกับผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่ใช้บริการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ เช่น ธุรกิจร้านอาหาร เพื่อที่จะสามารถบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาและเลือกใช้เทคโนโลยีในการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Green Logistics) เช่น การหันไปใช้รถยนต์พลังงานไฟฟ้า การพัฒนาและส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ เป็นต้น

ธุรกิจขนส่งสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (Cold-chain Logistics) เดิมจะเน้นเจาะกลุ่ม B2B (Business to Business) เป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เช่น โรงพยาบาล และธุรกิจร้านยาและเวชภัณฑ์ เนื่องจาก มีปริมาณคำสั่งซื้อที่เพียงพอที่จะคุ้มทุนในการจัดส่งแต่ละรอบ อย่างไรก็ตาม ในช่วงโควิด-19 ธุรกิจขนส่งสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (Cold-chain

Disclaimer

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏจะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาชญากรรมความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือสนใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยวิจารณญาณและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงถึงความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ตัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ

Logistics) ที่เน้นเจาะกลุ่ม B2C (Business to Consumer) มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายรายหันมาขยายการให้บริการในกลุ่มดังกล่าวมากขึ้น โดยการเติบโตในช่วงที่ผ่านมาได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ E-commerce ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้ออาหารสด และอาหารแช่เย็นแช่แข็ง ผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น จากที่ส่วนใหญ่จะเน้นซื้อสินค้ากึ่งคงทน ประกอบกับมีปัจจัยเร่งจากการจำกัดการเดินทางระหว่างจังหวัดในช่วงล็อกดาวน์ ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหารพยายามปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยการเพิ่มการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ทำการตลาดและขยายการจัดส่งไปยังพื้นที่ต่างจังหวัดมากขึ้น ขณะเดียวกัน ปัจจัยดังกล่าวยังเร่งให้ผู้บริโภครายใหม่เข้ามาทดลองใช้และเกิดการยอมรับการใช้บริการขนส่งควบคุมอุณหภูมิเพิ่มขึ้น

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า ในปี 2565 ธุรกิจขนส่งสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ ที่เน้นเจาะกลุ่ม B2C จะมีมูลค่าราว 2.9-3.0 พันล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนราว 5% ของมูลค่าธุรกิจขนส่งสินค้าออนไลน์ (Last mile Delivery: B2C) ซึ่งจะเติบโตในกรอบ 15-20% (YoY) ชะลอจากปีก่อนหน้า ที่คาดว่าจะขยายตัวราว 40-45% (YoY) ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากฐานสูงและปัจจัยเร่งชั่วคราวจากการล็อกดาวน์หมดไป ผู้คนบางส่วนสามารถกลับไปเดินทางและรับประทานอาหารนอกบ้านได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม คาดว่าความต้องการของผู้บริโภคยังคงเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย¹ ที่พบว่าผู้บริโภคที่เคยใช้บริการมาก่อนราว 42% มีแนวโน้มที่จะใช้บริการขนส่งควบคุมอุณหภูมิเพิ่มขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมา ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในวงกว้างและมีความเคยชินมากขึ้น นอกจากนี้ จากผลการสำรวจยังพบว่า ในปี 2565 ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้ากลุ่มอาหารสด โดยเฉพาะอาหารทะเล ผักผลไม้ รวมไปถึงอาหารปรุงสำเร็จ อาหารแช่เย็นแช่แข็ง ผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นเป็นอันดับที่สอง รองจากสินค้ากลุ่มแฟชั่น

ในระแยะข้างหน้า ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ธุรกิจขนส่งสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ ยังมีความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ที่อาจทำให้การขนส่งสินค้าในบางพื้นที่ต้องหยุดชะงัก ตลอดจนยังต้องเผชิญกับความท้าทายอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น



¹ การสำรวจการเลือกใช้บริการแพลตฟอร์ม E-commerce และธุรกิจขนส่งสินค้าควบคุมอุณหภูมิ (Cold-chain Logistics) ของผู้บริโภค โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (15-20 ก.พ. 65)

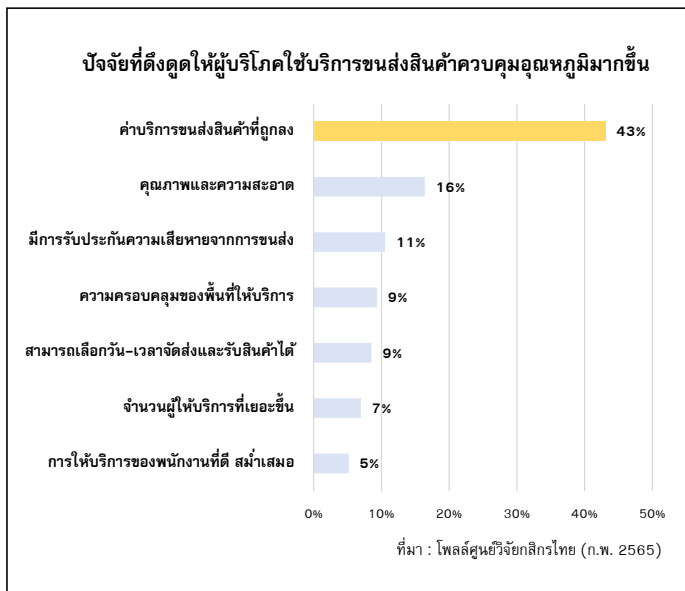
Disclaimer

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏจะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้อำนาจ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยคามระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงถึงความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ตัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ

- **ราคาน้ำมันที่มีความผันผวนและปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบระหว่างรัสเซียและยูเครน รวมถึงความไม่สมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน** ซึ่งจะกระทบต่อต้นทุนของธุรกิจขนส่งโดยตรง เนื่องจากมีสัดส่วนค่าน้ำมันสูงราว 30-40% ของต้นทุนทั้งหมด ทั้งนี้ การปรับเพิ่มค่าบริการอาจทำได้ยาก หรือทำได้ในกรอบที่ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากการแข่งขันด้านราคาที่ค่อนข้างรุนแรง ประกอบกับจากผลการสำรวจพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ค่อนข้างให้ความสำคัญและมีความอ่อนไหวต่อราคาค่าบริการ โดยปกติค่าขนส่งควบคุมอุณหภูมิค่อนข้างสูง (ราคาเริ่มต้น 100 บาท) เมื่อเทียบกับค่าขนส่งสินค้าปกติ (ราคาเริ่มต้น 19 บาท) ขณะที่กำลังซื้อของผู้บริโภคในปัจจุบันยังไม่ฟื้นตัวดีนัก หากมีการปรับราคาขึ้น ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเลื่อนการใช้บริการออกไป โดยผู้ประกอบการอาจจำเป็นต้องแบกรับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นต่อไปอีกระยะหนึ่ง
- **การแข่งขันในตลาดขนส่งสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ทั้งในประเด็นของจำนวนผู้เล่นที่ปัจจุบันมีผู้เล่นหลัก ๆ ประมาณ 6 ราย และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกราว 2-3 ราย** โดยอาจจะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้ารายใหญ่ รวมถึงผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่เล็งเห็นโอกาสในการเติบโต ซึ่งน่าจะเป็นการร่วมทุนกับธุรกิจขนส่งสินค้าควบคุมอุณหภูมิแบบ B2B/ธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม/ธุรกิจค้าปลีก เป็นต้น โดยเห็นได้จากช่วงปลายปีที่ผ่านมา มีผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าวให้ความสนใจและหันมารุกตลาดนี้ ยิ่งจะทำให้การแข่งขันในปี 2565 ทวีความรุนแรงมากขึ้น **รวมไปถึงประเด็นการแข่งขันกันลดราคา** เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และจงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ มีเครือข่ายฐานลูกค้าเดิม รวมถึงมีช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ตลอดจนมีเงินทุนเพียงพอที่จะแข่งขันด้านราคาและพัฒนาเทคโนโลยีในบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพน่าจะเป็นกลุ่มที่ได้เปรียบ



ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องติดตามประเด็นต่างๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างทันทั่วถึงที่ จากผลสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่าปัจจัยสำคัญที่จะดึงดูดให้ผู้บริโภคใช้บริการในวงกว้างมากขึ้น คือ ราคาค่าบริการขนส่งสินค้าที่ถูกลง อย่างไรก็ตาม การทำกลยุทธ์ด้านราคาอาจจะไม่ยั่งยืนในระยะยาว รวมไปถึงยังมีความเสี่ยงจากการปรับเพิ่มของราคาน้ำมันและค่าจ้างขั้นต่ำ ผู้ประกอบการจึงควรเน้นไปที่การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการ

Disclaimer

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏจะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำหรือมุ่งใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงถึงความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ตัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ

ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็น การลดระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า โดยขยายการให้บริการรูปแบบ Same Day เพิ่มขึ้น การลดความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการขนส่ง สามารถรักษามาตรฐานการขนส่งที่คงความสดใหม่ของสินค้าจนถึงมือผู้บริโภค และมีการรับประกันสินค้าหากเสียหายอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินการ ตลอดจนการควบคุมคุณภาพของการให้บริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังควรเร่งขยายการให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ มากขึ้น โดยเฉพาะในหัวเมืองหลัก เช่น สงขลา ขอนแก่น นครราชสีมา เชียงใหม่ พื้นที่จังหวัด EEC (ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง) รวมไปถึงพื้นที่ที่ยังไม่มีการให้บริการ เช่น พื้นที่ห่างไกลและบริเวณเกาะต่างๆ และที่สำคัญ ท่ามกลางสถานการณ์น้ำมันแพง ผู้ประกอบการควรวางแผนเส้นทางการขนส่งและจัดการออเดอร์ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด อาจกำหนดวันและรอบจัดส่งที่มีความยืดหยุ่นและเหมาะสมในแต่ละพื้นที่เพื่อความคุ้มค่า

ขณะเดียวกัน **ควรเร่งสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการต่างๆ ที่ให้บริการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ** ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงร้านค้าออนไลน์ต่างๆ อาจจะเป็นไปในรูปแบบการทำสัญญาระยะยาวแลกกับบริการเฉพาะและส่วนลดต่างๆ เพื่อที่จะสามารถบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีรายได้ที่ค่อนข้างแน่นอน

นอกจากนี้ ในปัจจุบัน **ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญและคำนึงถึงประเด็นสิ่งแวดล้อมมากขึ้น** ซึ่งการขนส่งสินค้า โดยเฉพาะการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิเป็นหนึ่งในธุรกิจที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็น ชะบะบรจุภัณฑ์ มลพิษทางอากาศ **ผู้ประกอบการควรเร่งพัฒนาและเลือกใช้เทคโนโลยีที่ช่วยลดปัญหาดังกล่าวตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Green Logistics)** อาจจะเป็นในรูปแบบการหันไปใช้รถยนต์พลังงานไฟฟ้า การปรับเส้นทางขนส่งให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การลดการขนส่งเที่ยวเปล่า ตลอดจนการพัฒนาและส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ โดยอาจจะตั้งจุดให้บริการสำหรับรีไซเคิล นอกเหนือจากการช่วยรักษาสีสิ่งแวดล้อมยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อไป



Disclaimer

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่าจะมีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏจะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำหรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยคามระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงถึงความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ตัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)