



ฟิลิปปินส์: ตลาดดาวรุ่งอาเซียนที่ไทยไม่ควรมองข้าม

CURRENT ISSUE

ปีที่ 23 ฉบับที่ 2887

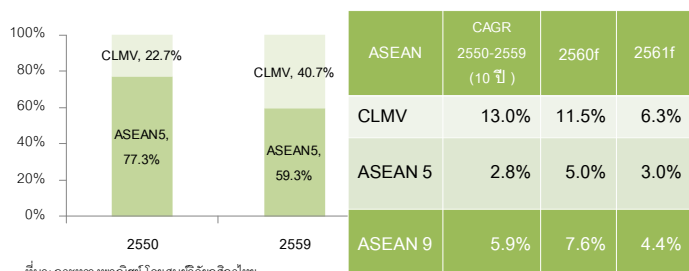
วันที่ 26 ธันวาคม 2560

▶ ประเด็นสำคัญ

- แม้การส่งออกไปยังตลาดอาเซียน-5 ซึ่งมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 59.3 ของการส่งออกไปอาเซียนทั้งหมด 9 ประเทศ จะขยายตัวเฉลี่ยเพียงร้อยละ 2.8 ต่อปี ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2551-2559) แต่กระนั้น การส่งออกส่วนใหญ่เน้นสินค้าชั้นกลางเพื่อป้อนภาคการผลิต ซึ่งโครงสร้างการส่งออกดังกล่าวน่าจะมีความยั่งยืนจากสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากกว่าสินค้าโภคภัณฑ์ซึ่งเป็นสินค้าหลักที่ส่งออกไปยัง CLMV
- ในระยะ 10 ปี ที่ผ่านมา (2551-2559) การส่งออกของไทยไปยังฟิลิปปินส์เติบโตอย่างเห็นได้ชัดที่ร้อยละ 8.7 ต่อปี นอกจากนี้ ในปี 2559 ยังขยายตัวอย่างโดดเด่นกว่าร้อยละ 6.8 เหนือตลาดอื่นๆ ในอาเซียนทั้งหมด ดังนั้น จึงอาจถึงเวลาที่ไทยจะหันมามองฟิลิปปินส์ในฐานะตลาดที่มีศักยภาพทั้งจากการขยายตัวของการส่งออกที่โดดเด่นและการมีโครงสร้างการส่งออกสินค้าที่มีความยั่งยืน
- โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า การส่งออกของไทยไปยังฟิลิปปินส์ในปี 2560 จะเติบโตที่ร้อยละ 8.9 หรือมีมูลค่า 6,966 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี 2561 ยังคงจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 6.0 หรือมีมูลค่า 7,384 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นการขยายตัวสูงเป็นลำดับสองในการส่งออกของไทยไปยังประเทศอาเซียนทั้งหมดรองจากการส่งออกไปยังเวียดนาม
- สำหรับในระยะข้างหน้า การส่งออกของไทยไปยังฟิลิปปินส์ยังคงจะมีแนวโน้มที่ขยายตัวได้ดีจากปัจจัยสนับสนุนสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ บทบาทการเป็นห่วงโซ่การผลิตในภูมิภาคของฟิลิปปินส์ และตลาดขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพของฟิลิปปินส์

อาเซียนนับเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยด้วยสัดส่วนการส่งออกกว่าร้อยละ 25.4 ของการส่งออกของไทยทั้งหมด โดยมีตลาด CLMV ที่ขยายตัวอย่างโดดเด่นที่ร้อยละ 13.0 ต่อปี ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (2551-2559) เป็นแรงผลักดันสำคัญ อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปยังตลาดอาเซียน-5 (มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และบรูไน) ซึ่งมีสัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 59.3 ของการส่งออกไปอาเซียนทั้งหมด 9 ประเทศ กลับขยายตัวเพียงร้อยละ 2.8 ต่อปี แต่กระนั้น การส่งออกของไทยไปยังอาเซียน-5 เน้นการส่งสินค้าชั้นกลางเพื่อป้อนภาคการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ซึ่ง

การส่งออกไทยไปยังประเทศอาเซียน ระหว่างปี 2550-2559

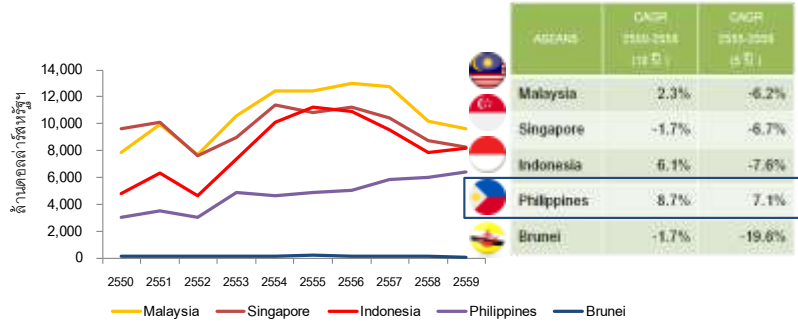


โครงสร้างการส่งออกดังกล่าวจะมีความยั่งยืนจากสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากกว่าสินค้าโภคภัณฑ์ที่มีความผันผวนทางด้านราคาซึ่งเป็นสินค้าหลักในการส่งออกของไทยไปยัง CLMV

ทั้งนี้ ท่ามกลางแนวโน้ม

การส่งออกของไทยไปยังอาเซียน-5 ที่ขยายตัวลดลง ทว่า การส่งออกไปยังฟิลิปปินส์ซึ่งเป็นตลาดส่งออกอันดับ 4 ในอาเซียน-5 กลับเติบโตสวนทางกับประเทศอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด โดยในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (2551-2559) ขยายตัวเฉลี่ยที่ร้อยละ 8.7 ต่อปี

การส่งออกไทยไปยังประเทศอาเซียน 5 ระหว่างปี 2550-2559



ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

นอกจากนี้ ในปี 2559 ยังขยายตัวอย่างโดดเด่นกว่าร้อยละ 6.8 เหนือตลาดอื่นๆ ในอาเซียนทั้งหมด **ดังนั้น จึงอาจถึงเวลาที่ไทยจะหันมามองฟิลิปปินส์ในฐานะตลาดที่มีศักยภาพทั้งจากการขยายตัวของ การส่งออกที่โดดเด่นและการมีโครงสร้างการส่งออกสินค้าที่มีความยั่งยืน**

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า การส่งออกของไทยไปยังฟิลิปปินส์ในปี 2560 น่าจะเติบโตที่ร้อยละ 8.9 หรือมีมูลค่า 6,966 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และยังคงเติบโตต่อเนื่องที่ร้อยละ 6.0 หรือมีมูลค่า 7,384 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561 โดยเป็นการขยายตัวสูงเป็นลำดับที่สองในการส่งออกของไทยไปยังอาเซียนทั้งหมด รองจากเวียดนามที่คาดว่าจะเติบโตที่ร้อยละ 10.5 ในปีเดียวกันตามลำดับ

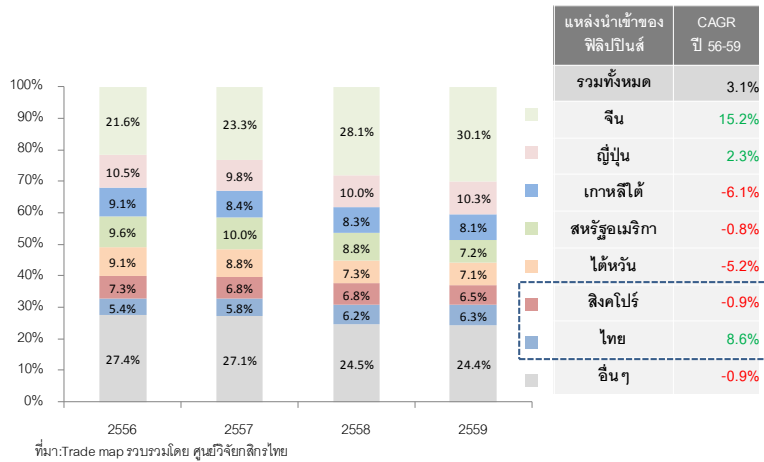
โครงสร้างการส่งออกของไทยที่สอดคล้องกับความต้องการของฟิลิปปินส์...

ปัจจัยหลักสนับสนุนการส่งออกของไทย

ฟิลิปปินส์มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่โดดเด่น โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (2555-2559) ขยายตัวเฉลี่ยที่ร้อยละ 6.6 ต่อปี สูงเป็นอันดับที่หนึ่งในภูมิภาคอาเซียน-5 หลักๆ ได้รับแรงหนุนจากการบริโภคภายในประเทศและการลงทุนเป็นหลัก โดยฟิลิปปินส์มีกำลังซื้อภายในประเทศที่สูงจากประชากรจำนวนกว่า 103 คน ประกอบกับการส่งออกแรงงานไปยังต่างประเทศที่ทำให้มีเงินโอนไหลกลับมายังครอบครัวของแรงงานเหล่านั้น ส่งผลให้เศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ถูกขับเคลื่อนโดยตลาดภายในประเทศ สะท้อนได้จากการบริโภคภาคเอกชนที่คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 60 ของ GDP นอกจากนี้ แรงงานในประเทศยังมีทักษะภาษาอังกฤษที่ดีและมีค่าแรงที่ต่ำซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ดึงดูดเม็ดเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ให้เข้ามาสู่ฟิลิปปินส์ โดยการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของฟิลิปปินส์ระหว่างปี 2555-2559 เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 29.8 ต่อปี ทั้งในภาคการบริการโดยเฉพาะการรับจ้างบริการธุรกิจ (Business Process Outsourcing : BPO) อย่างบริการข้อมูลลูกค้าทางโทรศัพท์ (Call Center) และการพัฒนาซอฟต์แวร์ (Software Development) รวมถึงภาคการผลิตสินค้าอย่างอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งประกอบด้วยการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์อย่างแผงวงจรรวม (HS 8542) ชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ (HS 847170 และ HS 8473) และชิ้นส่วนอุปกรณ์ถ่ายภาพ (HS 90) เป็นอุตสาหกรรมส่งออกหลัก

ของฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกแผงวงจรรวม ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 25 ของการส่งออกสินค้าทั้งหมด

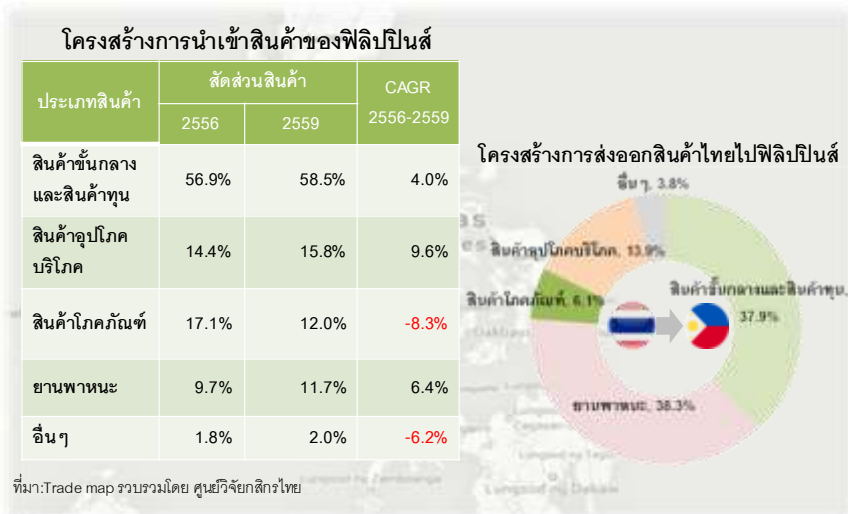
สัดส่วนแหล่งนำเข้าสินค้าของฟิลิปปินส์จําแนกรายประเทศ 7 อันดับแรก



ดังนั้น ด้วยลักษณะเศรษฐกิจดังกล่าว จึงส่งผลให้โครงสร้างการนำเข้าสินค้าของฟิลิปปินส์เน้นหนักไปที่สินค้าวัตถุดิบชั้นกลางและสินค้าทุนเพื่อผลิตสินค้าบริโภคภายในประเทศและส่งออก โดยมีสินค้านำเข้าหลักได้แก่ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะชิ้นส่วนแผงวงจรรวมและไดโอด (HS 8542 และ HS 8541) จากเกาหลีใต้ ไต้หวัน และสหรัฐอเมริกา ชิ้นส่วน

กล้อง (HS 8525) จากสิงคโปร์ เวียดนาม ฮังการี ชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ (HS 8473) จากญี่ปุ่น สิงคโปร์ และจีน และนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภค อย่างอาหารสำเร็จรูป (เครื่องปรุงรส ชา กาแฟ ผลิตภัณฑ์นม) ยารักษาโรค เฟอร์นิเจอร์ และเครื่องสำอาง เป็นต้น เพื่อป้อนตลาดในประเทศ ทั้งนี้ ปัจจุบันฟิลิปปินส์มีจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เป็นแหล่งนำเข้าสำคัญ 3 อันดับแรก ตามลำดับ

สำหรับไทยนั้น เป็นแหล่งนำเข้าสินค้าลำดับที่ 7 ของฟิลิปปินส์ และเป็นลำดับที่ 2 ของอาเซียนรองจากสิงคโปร์ อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า อัตราการนำเข้าสินค้าของฟิลิปปินส์จากไทยในระยะ 4 ปี ที่ผ่านมา (ปี 2556-2559) ขยายตัวสูงเป็นอันดับที่ 2



รองจากจีน โดยเฉลี่ยถึงร้อยละ 8.6 ต่อปี เหนือการนำเข้าเฉลี่ยของฟิลิปปินส์โดยรวมที่ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.1 ต่อปี ในช่วงเวลาเดียวกัน โดยโครงสร้างการนำเข้าสินค้าของฟิลิปปินส์ และโครงสร้างการส่งออกของไทยไปยังฟิลิปปินส์เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน กล่าวคือ ไทยมีสินค้าส่งออกอันดับหนึ่งอยู่ในกลุ่มยานพาหนะ (รถยนต์และส่วนประกอบ) ซึ่งฟิลิปปินส์มีทิศทางการนำเข้าที่สูงเฉลี่ยร้อยละ 6.4 ในระยะ 4 ปีที่ผ่านมา (2556-2559) ตามความต้องการภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง ไทยยังเน้นส่งออกสินค้าวัตถุดิบชั้นกลาง ซึ่งเป็นสินค้าในกลุ่มที่ฟิลิปปินส์มีการนำเข้าในสัดส่วนมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากไทยและฟิลิปปินส์มีห่วงโซ่อุปทานภูมิภาค (Regional Supply Chain) ร่วมกันในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ในฐานะการเป็นฐานการผลิตของอุตสาหกรรมดังกล่าวเช่นเดียวกัน จึงมีการส่งออก-นำเข้าสินค้าขึ้นส่วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์เพื่อผลิตหรือประกอบก่อนจะส่งออกไปยังตลาดโลกต่อไป

นอกจากนี้ การนำเข้าสินค้ากลุ่มอุปโภคบริโภคของฟิลิปปินส์ใน 4 ปีที่ผ่านมา ยังขยายตัวเฉลี่ยสูงเป็นอันดับหนึ่งที่ร้อยละ 9.6 ต่อปี จากความต้องการอุปโภคภายในประเทศที่เติบโต ซึ่งไทยเองก็ได้มีการส่งออกสินค้าบริโภคอุปโภคในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลและผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปไปยังฟิลิปปินส์อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม **อย่างไรก็ดี สินค้าในกลุ่มดังกล่าวยังคงคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 13.9 ของสินค้าที่ไทยส่งออกไปยังฟิลิปปินส์ทั้งหมด ดังนั้น จากแนวโน้มความต้องการบริโภคสินค้ากลุ่มดังกล่าวของฟิลิปปินส์น่าจะส่งผลให้ไทยสามารถขยายตลาดส่งออกได้อีกมากในอนาคต**

อนึ่ง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของฟิลิปปินส์ ผ่านการลงทุนเมกะโปรเจกต์ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางด้านคมนาคมภายใต้ชื่อโครงการ "Build Build Build" ที่รัฐบาลกำหนดงบประมาณลงทุนไว้ที่ 180,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ที่นอกจากจะก่อให้เกิดบรรยากาศการลงทุนที่คึกคักในระยะข้างหน้าแล้ว ยังจะส่งผลให้ฟิลิปปินส์จะมีความต้องการนำเข้าวัสดุก่อสร้างเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนับเป็นโอกาสในการส่งออกสินค้ากลุ่มวัสดุก่อสร้างของไทยอีกด้วย

สินค้าส่งออกไทยยังคงมีโอกาสอีกมาก ...จากการที่ไทยและฟิลิปปินส์มีห่วงโซ่การผลิตร่วมกัน และจากตลาดที่มีแนวโน้มขยายขนาดขึ้นของฟิลิปปินส์

การส่งออกของไทยไปยังฟิลิปปินส์มีทิศทางที่เติบโต จากพัฒนาการทางเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ที่มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งโครงสร้างสินค้าที่ไทยส่งไปยังฟิลิปปินส์ยังเป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มอย่างในกลุ่มสินค้าวัตถุดิบขั้นกลางและสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งมีความยั่งยืนในแง่ความแน่นอนที่จะไม่ต้องเผชิญกับความผันผวนทางด้านราคาที่เปลี่ยนแปลงไปตามวัฏจักร โดยคาดว่า ในระยะข้างหน้าการส่งออกของไทยไปยังฟิลิปปินส์จะมีแนวโน้มที่ขยายตัวดีขึ้นจากปัจจัยสนับสนุนหลักที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่

1) การเป็นห่วงโซ่การผลิตในภูมิภาคเดียวกันกับฟิลิปปินส์

ไทยและฟิลิปปินส์มีห่วงโซ่การผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ร่วมกัน โดยฟิลิปปินส์เป็นฐานการผลิตฮาร์ดดิสก์ (HS 847170) เพื่อส่งไปยังจีน สหรัฐอเมริกา และฮ่องกง โดยมีไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ (HS 847330) ซึ่งแม้ว่ายังคงมีสัดส่วนการส่งออกที่น้อยเมื่อเทียบกับ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และจีน ที่เป็นผู้ส่งออกหลัก แต่การส่งออกของไทยก็นับได้ว่ามีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

สำหรับในระยะข้างหน้า ไทยมีโอกาสจากการส่งออกผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์อย่างแผงวงจรรวม (HS 8542) ชิ้นส่วนกล่อง (HS 8525) และส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์สำนักงานต่างๆ อย่างชิ้นส่วนโทรทัศน์ (HS 8528 และ HS 8529) หม้อแปลงไฟฟ้า (HS 8504) เพื่อเติมเต็มห่วงโซ่การผลิตในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ขั้นปลายอย่างส่วนประกอบอุปกรณ์ไฟฟ้า (สายไฟ สวิตช์ ฟิวส์) เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้สำนักงาน และกล้องถ่ายภาพ โดยปัจจุบันฟิลิปปินส์ได้มีการนำเข้าแผงวงจรรวมซึ่งมีเทคโนโลยีที่สูง และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ขั้นกลางอื่นๆ เพื่อผลิตส่วนประกอบอุปกรณ์ไฟฟ้าส่งออก รวมถึงเพื่อนำมาผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์สำนักงาน อาทิ กล่องถ่ายรูป เครื่องเล่นดีวีดี เครื่องปรีน เพื่อตอบสนองอุปสงค์ภายในประเทศ โดยอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ขั้นปลายของฟิลิปปินส์อยู่ระหว่างการพัฒนา เห็นได้จากการเข้ามาลงทุนของบริษัทต่างชาติ ซึ่งในระยะข้างหน้า ด้วยศักยภาพด้านอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นภาคการผลิตหลักของฟิลิปปินส์ จึงคาดว่า สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ขั้นปลายน่าจะมีความต้องการส่งออกที่ทวีบทบาทขึ้น ซึ่ง

นับเป็นโอกาสของไทยในการพัฒนาสินค้าขึ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ชั้นกลางที่สอดคล้องกับภาคการผลิตของฟิลิปปินส์ในอนาคต ทั้งนี้ แม้ว่าปัจจุบันฟิลิปปินส์จะมีความสามารถในการส่งออกชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ชั้นกลาง โดยเฉพาะแผงวงจรรวม (HS 8542) แต่กว่าร้อยละ 90 เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกโดยมีตลาดหลักคือ ฮ็องกง สิงคโปร์ จีน และไต้หวัน เนื่องจากเป็นแผงวงจรที่ยังใช้เทคโนโลยีขั้นต่ำในการผลิตซึ่งไม่สอดคล้องกับความต้องการภายในประเทศ

2) ตลาดขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพของฟิลิปปินส์

ธุรกิจค้าปลีกของฟิลิปปินส์มีแนวโน้มขยายตัวเป็นอย่างมาก ตามจำนวนประชากรที่มีรายได้ปานกลางที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้สินค้าผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลและเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งไทยมีศักยภาพในการส่งออกไปยังฟิลิปปินส์อยู่เดิมมีแนวโน้มเป็นที่ต้องการมากขึ้น แต่ทั้งนี้ ภาคการผลิตของฟิลิปปินส์ที่มีการพัฒนาและเติบโตในอัตราที่สูงโดยเฉพาะการผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ ดังนั้น ไทยควรเน้นการส่งออกสินค้าที่มีความเฉพาะเจาะจงเพื่อจับตลาดสำหรับผู้มีรายได้สูงซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสให้สินค้าไทยในระยะข้างหน้าได้

อย่างไรก็ดี ไทยยังคงมีจุดแข็งจากความสามารถในการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าอย่างตู้เย็น (HS 8418) เครื่องปรับอากาศ (HS 8415) และเครื่องซักผ้า (HS 8450) อยู่ โดยปัจจุบันไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าทั้ง 3 ประเภทไปยังฟิลิปปินส์เป็นอันดับที่สองรองจากจีนด้วยสัดส่วนร้อยละ 20 25 และ 30 ของการนำเข้าของฟิลิปปินส์ทั้งหมดตามลำดับ จึงน่าจะมีโอกาสในขยายศักยภาพในการส่งออก ท่ามกลางความต้องการของผู้บริโภคฟิลิปปินส์ที่ขยายตัวได้ดี นอกจากนี้ การเกิดภัยธรรมชาติในทุกปียังส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรบางประเภทไม่เพียงพอสำหรับป้อนภาคการผลิตอาหาร ประกอบกับภาคการผลิตอาหารแปรรูปของฟิลิปปินส์ยังมีการพัฒนาไม่มากเท่าที่ควร จึงน่าจะเป็นโอกาสที่ดีหากไทยจะพิจารณาส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปประเภทต่างๆ ไปยังตลาดฟิลิปปินส์ได้

โดยสรุป ตลาดฟิลิปปินส์ยังมีโอกาสที่รอคอยอยู่อีกมากจากทิศทางเศรษฐกิจของประเทศที่ขยายตัวสูง จึงนับเป็นสัญญาณที่ดี หากไทยจะหันไปมองตลาดฟิลิปปินส์และไขว่คว้าโอกาสดังกล่าวไว้ ท่ามกลางความท้าทายในการส่งออกของไทยไปยังตลาดอาเซียนอื่นๆ ในปัจจุบัน ด้วยการเพิ่มศักยภาพในการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าวัตถุดิบชั้นกลางซึ่งเป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและเป็นที่ต้องการของฟิลิปปินส์ อย่างไรก็ตามยังคงต้องศึกษาตลาดฟิลิปปินส์อีกมาก ทั้งในแง่กฎระเบียบทางการค้าที่ค่อนข้างซับซ้อนและในด้านวัฒนธรรมที่จะสะท้อนความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสียหายทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น