



ผลสำรวจรถพลังงานไฟฟ้าชี้...

ผู้บริโภคปัจจุบันสนใจรถยนต์ Plug-In Hybrid เป็นอันดับหนึ่ง

CURRENT ISSUE

ปีที่ 23 ฉบับที่ 2842

วันที่ 4 พฤษภาคม 2560

ประเด็นสำคัญ

- จากการสำรวจพฤติกรรมการซื้อรถยนต์และความสนใจของผู้บริโภคต่อรถพลังงานไฟฟ้าของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีความสนใจจะซื้อรถในปีนี้มีมองรถพลังงานไฟฟ้าเป็นตัวเลือกหนึ่งหากมีการเข้ามาทำตลาด โดยรถปลั๊กอินไฮบริด ได้รับความสนใจมากที่สุด ถ้าราคาเพิ่มขึ้นไม่สูงเกินกว่า 200,000 บาทเทียบกับรถรุ่นใกล้เคียง
- ทั้งนี้ราคา 200,000 บาท เป็นความเห็นของผู้บริโภคปัจจุบันที่ยังมีมุมมองต่อรถพลังงานไฟฟ้าที่จำกัด และมีโอกาสเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต ขึ้นอยู่กับการนำเสนอฟังก์ชันและสมรรถนะของรถยนต์โดยผู้ประกอบการให้ผู้บริโภคพิจารณา และมองเห็นถึงความคุ้มค่าต่อราคาที่ได้รับ
- เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ณ ปัจจุบันที่ได้จากผลสำรวจ ผู้ประกอบการอาจดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับรถพลังงานไฟฟ้า โดยเน้นไปที่ประเด็นด้านความประหยัดค่าใช้จ่ายพลังงานในระยะยาว ราคาค่าที่ไม่สูงเกินไปเมื่อเทียบกับรุ่นปกติ สมรรถนะในการขับขี่ และความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีประเด็นสำคัญที่เป็นข้อกังวลซึ่งอาจลดทอนความต้องการซื้อรถพลังงานไฟฟ้าลง โดยทางภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือในการพัฒนาต่อไป ได้แก่ ความพร้อมของสถานีชาร์จไฟฟ้าทั้งในแง่ของจำนวนสถานีและระยะเวลาที่ใช้ในการชาร์จต่อครั้ง ความกังวลเรื่องการซ่อมบำรุง ราคารถพลังงานไฟฟ้า และราคาแบตเตอรี่ที่ค่อนข้างสูง

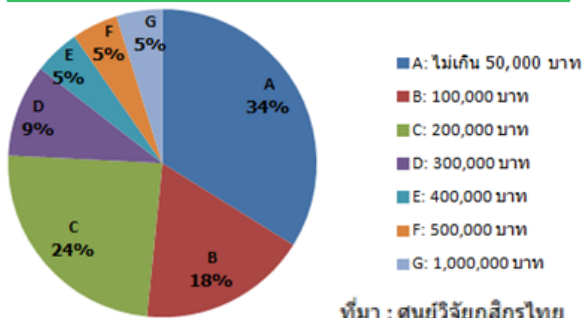
ปัจจุบัน รถยนต์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า¹ เริ่มมีพื้นที่ในการรับรู้ของผู้บริโภคไทยมากขึ้น โดยเฉพาะหลังจากรัฐบาลประกาศแผนสนับสนุนการลงทุนผลิตรถยนต์ประเภทดังกล่าว ซึ่งทำให้ทั้งฝั่งผู้ประกอบการและฝั่งผู้บริโภคเริ่มเห็นภาพตลาดที่ชัดเจนขึ้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จึงได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการซื้อรถยนต์และความสนใจของผู้บริโภคต่อรถยนต์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า เพื่อสะท้อนแนวโน้มความต้องการของตลาด ณ ปัจจุบัน ซึ่งได้ผลสำรวจที่น่าสนใจว่า สำหรับตลาดรถยนต์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า รถยนต์ไฟฟ้าแบบผสมเสียบปลั๊ก (Plug-In Hybrid Electric Vehicle: PHEV) คาดว่าจะเป็นประเภทที่ผู้บริโภคอาจให้ความสนใจมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากราคาส่วนเพิ่มจากรถรุ่นใกล้เคียงไม่สูงเกินกว่า 200,000 บาท (ทั้งนี้ราคาส่วนเพิ่มที่ได้จากการสำรวจดังกล่าว เป็นตัวเลขความคิดเห็นของผู้บริโภคปัจจุบันที่อาจยังไม่ได้สัมผัสรถยนต์ไฟฟ้าโดยตรง ซึ่งตัวเลข

¹ รถยนต์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า หมายถึง รถยนต์ไฟฟ้าแบบผสมที่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงและพลังงานไฟฟ้า หรือไฮบริด (Hybrid Electric Vehicle: HEV) รถยนต์ไฟฟ้าแบบผสมเสียบปลั๊ก (Plug-In Hybrid Electric Vehicle: PHEV) และรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicle: BEV)

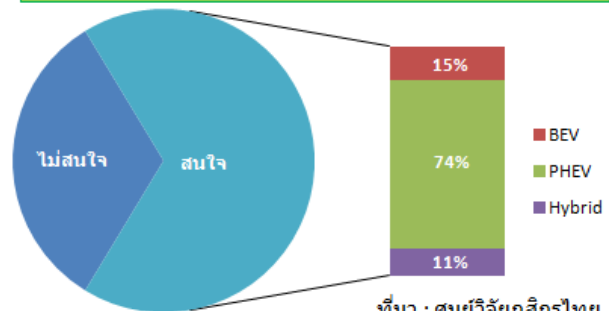
ดังกล่าวอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต หากผู้ประกอบการมีการนำเสนอฟังก์ชันและสมรรถนะของรถพลังงานไฟฟ้าให้ผู้บริโภคพิจารณา และมองเห็นถึงความคุ้มค่าต่อราคาที่ได้รับ) โดยความสนใจต่อรถยนต์ Plug-In Hybrid อาจเนื่องจากรถยนต์ดังกล่าวดูเป็นเรื่องใหม่ที่น่าสนใจในตลาด รวมถึงการที่สามารถเลือกเติมพลังงานในการขับเคลื่อนให้รถยนต์ได้ถึง 2 ประเภท ทำให้สะดวกต่อการใช้งานมากกว่าแบบที่ใช้แบตเตอรี่อย่างเดียว อย่างไรก็ตาม หากมีการพัฒนารถยนต์ประเภทดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นระบบโครงสร้างพื้นฐาน มุมมองของผู้บริโภคต่อประเภทรถที่สนใจอาจเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต

จากผลสำรวจพบกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่ามีแผนจะซื้อรถยนต์ภายในปี 2560 คิดเป็นร้อยละ 29.3 ของทั้งหมด และพบว่า 2 ใน 3 ของผู้ที่คิดจะซื้อรถมีความสนใจนำเอารถยนต์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้ามาเป็นตัวเลือกหนึ่ง หากมีการนำออกมาทำตลาด ซึ่งโดยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 74 แสดงความสนใจในตัวรถยนต์ Plug-In Hybrid ตามด้วยรถยนต์ไฟฟ้าแบตเตอรี่ และรถยนต์ไฮบริดซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันตามลำดับ

สัดส่วนเงินส่วนเพิ่มที่ยอมจ่ายเพื่อซื้อรถพลังงานไฟฟ้า



การให้รถพลังงานไฟฟ้าเป็นตัวเลือกหนึ่งในการตัดสินใจซื้อ

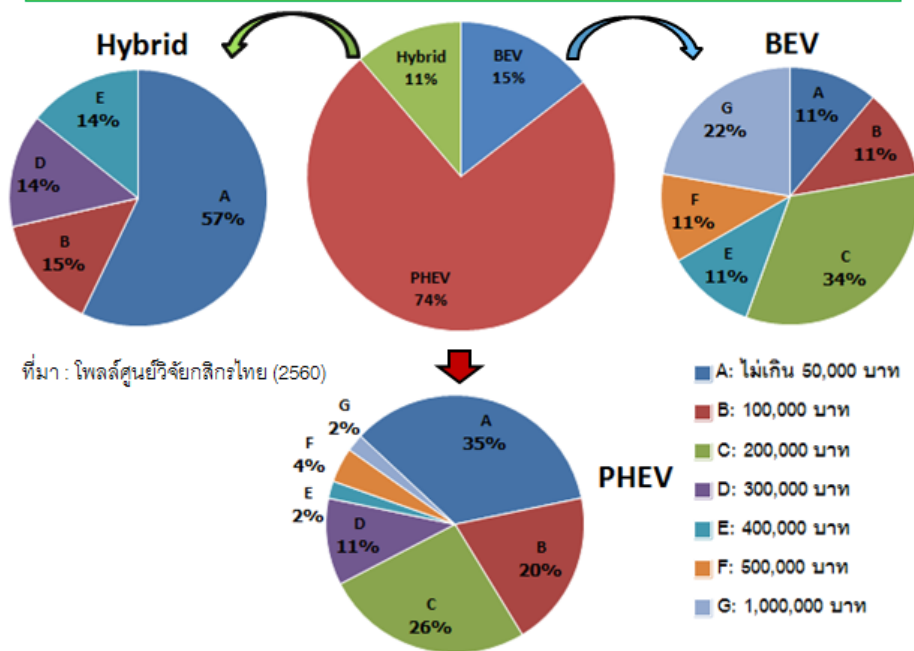


นอกจากนี้ เงินส่วนเพิ่มที่ผู้ซื้อคิดว่าจะยอมจ่ายเพื่อซื้อรถในกลุ่มดังกล่าว พบว่า ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับระดับรายได้ และประเภทรถที่คิดว่าจะซื้อ รวมถึงมุมมองของผู้บริโภคต่อประเด็นการลดภาษีสรรพสามิตของภาครัฐ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มองว่าราคาที่เพิ่มขึ้นไม่ควรสูงมาก เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐแล้ว โดยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามถึงกว่า 2 ใน 3 ของกลุ่มมีระดับรายได้สูง² ก็ยังมองว่าราคาส่วนเพิ่มของรถยนต์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้าไม่ควรเกินกว่า 200,000 บาท สอดคล้องกับผลสำรวจที่สะท้อนว่า ผู้ที่คิดจะซื้อรถยนต์ในปีนี้และรับพิจารณาพลังงานไฟฟ้าเป็นตัวเลือกหนึ่งส่วนใหญ่มองว่าร้อยละ 76 นั้นมองว่าระดับราคาที่จะเพิ่มขึ้นมาจากราคารถยนต์ปกติรุ่นใกล้เคียงกันไม่ควรเกิน 200,000 บาท

ทั้งนี้ หากแยกรถพลังงานไฟฟ้าแต่ละประเภทออกจากกันเพื่อจะให้เห็นภาพชัดยิ่งขึ้นถึงความยินดีที่จะจ่ายเงินส่วนเพิ่มของรถยนต์แต่ละประเภทพบว่า ยิ่งระดับเทคโนโลยีเพิ่มสูงขึ้นระดับความยินดีที่จะจ่ายเงินส่วนเพิ่มก็มากขึ้นด้วย ดังจะเห็นได้จากรถยนต์ไฮบริดที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่ยินดีที่จะจ่ายเพิ่มไม่เกิน 50,000 บาท ขณะที่รถยนต์ปลั๊กอินไฮบริด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยินดีที่จะจ่ายเพิ่มไม่เกิน 200,000 บาท ส่วนรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่พบว่า ผู้บริโภคส่วนหนึ่งก็พร้อมที่จะจ่ายสูงถึง 1,000,000 บาทเลยทีเดียว โดยสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างที่ยินดีจ่ายเพิ่มสูงมักเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ค่อนข้างสูงขึ้นไป

² ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 150,000 บาทขึ้นไป

จำนวนเงินส่วนเพิ่มจากรถยนต์ปกติที่ผู้บริโภคจะยินยอมจ่ายถ้าจะซื้อรถพลังงานไฟฟ้า



อย่างไรก็ตาม ราคาในใจของผู้บริโภคนี้ อาจมีการปรับเปลี่ยนได้ เนื่องจาก ณ ปัจจุบัน แม้จะมีข้อมูลของตลาดในต่างประเทศอยู่บ้าง แต่ก็ยังนับว่าความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคต่อรถพลังงานไฟฟ้ายังมีไม่มาก และในไทยเองก็มีรถยนต์ในกลุ่มนี้วิ่งอยู่น้อยมาก ทำให้ค่ายรถอาจต้องทำการตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจที่หนักหน่วงมากขึ้น ในกรณีที่เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงมีมุมมองต่อราคาพลังงานไฟฟ้าในระดับที่ไม่เพิ่มสูงมากนักจากราคารถยนต์ปกติรุ่นใกล้เคียงกัน โดยการจะผลักดันตลาดรถพลังงานไฟฟ้าให้เกิดขึ้นจริงในประเทศ คงต้องอาศัยความร่วมมือในการวางกลยุทธ์ทั้งจากฝั่งผู้ประกอบการและฝั่งภาครัฐ ซึ่งจากผลสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับปัจจัยที่อาจสนับสนุนให้ผู้บริโภคเลือกซื้อรถพลังงานไฟฟ้า ซึ่งอาจนำมาประยุกต์ใช้เป็นกลยุทธ์ในการทำตลาดได้ ดังต่อไปนี้

- ✓ **การชี้ให้ผู้บริโภคเห็นถึงจุดเด่นด้านการประหยัดค่าพลังงาน** โดยจะเห็นได้จากผลการสำรวจที่ผู้บริโภคถึงร้อยละ 77.4 มองว่าเป็นประเด็นที่จะทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อรถพลังงานไฟฟ้า แสดงว่าผู้บริโภคเน้นประโยชน์ในการใช้รถในระยะยาว ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความรู้ และเปรียบเทียบความแตกต่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนถึงระดับการประหยัดค่าพลังงานของรถพลังงานไฟฟ้าแบบต่างๆกับรถยนต์รุ่นปกติ ซึ่งปัจจุบันรถพลังงานไฟฟ้ามีค่าใช้จ่ายด้านพลังงานโดยเฉลี่ยน้อยกว่ารถยนต์สันดาปภายในถึงมากกว่าครึ่ง ในการวิ่งระยะทางเท่ากัน³
- ✓ **ระดับราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับรถในรุ่นใกล้เคียง** เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง que ผู้บริโภคให้ความสำคัญรองลงมาที่สัดส่วนร้อยละ 67.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ดังที่ได้กล่าวไปเบื้องต้นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มองว่าระดับราคาไม่ควรสูงเกินกว่า 200,000 บาทเทียบกับรถรุ่นใกล้เคียง ผู้ประกอบการจึงควรต้องชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับเทียบกับราคาที่เสียไปให้สมเหตุผล และตั้งราคาในระดับที่เหมาะสม เนื่องจากผู้บริโภคมีมุมมองที่ว่ารถพลังงานไฟฟ้าได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐด้วย
- ✓ **สมรรถนะในการขับขี่และความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม** เป็นปัจจัยที่มีการให้ความสำคัญในระดับพอๆกันที่ประมาณร้อยละ 40 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ผู้ประกอบการจึงควรนำเสนอข้อมูลที่จะทำให้

³ อ้างอิงจาก U.S. Department of Energy

ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจต่อสมรรถนะในการขับขี่ ข้อดีข้อเสียที่ชัดเจนของรถ และสร้างความรู้สึกดีถึงการที่ตนได้เป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

- ✓ **การใช้งานฟังก์ชันที่มีเทคโนโลยีมากขึ้น และความยุติกันสมัย** ถูกให้ความสำคัญน้อยกว่า 4 ปัจจัยแรก โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 28.3 และ 17.8 จึงอาจเป็นกลยุทธ์เสริมที่ผู้ประกอบการนำมาใช้เพื่อสร้างแรงดึงดูดผู้บริโภคด้วยภาพลักษณ์และเทคโนโลยีในรถยนต์ที่ทันสมัย โดยจัดระดับราคาจำหน่ายแตกต่างกันไปตามระดับฟังก์ชันเสริมต่างๆได้เช่นกัน

นอกจากกลยุทธ์เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคต่างๆดังกล่าวแล้ว สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการและภาครัฐจะต้องคำนึงถึงเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับตลาดรถพลังงานไฟฟ้า และลดความกังวลต่อปัญหาต่างๆของผู้บริโภคที่อาจจะทำให้เกิดการตัดสินใจไม่เลือกซื้อรถพลังงานไฟฟ้า ซึ่งจากผลสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบข้อมูลด้านความกังวลต่างๆของผู้บริโภคที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้

- ❖ **ความกังวลว่าสถานีบริการชาร์จไฟฟ้าอาจมีไม่ทั่วถึง** ซึ่งร้อยละ 69.7 ของผู้ตอบแบบสอบถาม มองปัญหานี้เป็นเรื่องสำคัญที่สุด โดยเฉพาะสำหรับรถพลังงานไฟฟ้าที่พึ่งพาแบตเตอรี่เพียงอย่างเดียว ดังนั้นรัฐบาลและผู้ประกอบการต้องมีการวางแผนที่ชัดเจนและบอกให้ผู้บริโภคทราบอย่างต่อเนื่อง ถึงความคืบหน้าในการวางโครงข่ายสถานีชาร์จไฟฟ้าที่เป็นรูปธรรม ควบคู่ไปกับการเปิดตลาดรถพลังงานไฟฟ้า ทั้งนี้ในต่างประเทศมีการลงทุนสร้างสถานีชาร์จไฟกำลังสูงโดยเอกชน ทั้งแบบการลงทุนโดยค่ายรถที่อยู่ในธุรกิจรายเดียว หรือแบบลงทุนร่วมกันหลายราย ตามทางหลวงและทางสัญจรหลักๆเพื่อยืดระยะทางในการเดินทางของรถไฟฟ้าในขณะเดินทางไกล และเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ขับขี่ ส่วนการเตรียมความพร้อมของภาครัฐไทยในเรื่องปริมาณพลังงานไฟฟ้ารองรับนั้น ปัจจุบันหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องได้มีการจัดทำแผนอนุรักษ์พลังงาน⁴ จนถึงปี 2579 เพื่อรองรับการใช้รถพลังงานไฟฟ้าได้ถึง 1.2 ล้านคัน ในอนาคต
- ❖ **ความกังวลเรื่องการซ่อมบำรุงและราคาการยนต์ที่ค่อนข้างสูง** มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 60.2 และ 58 ตามลำดับ และเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคแสดงออกถึงความกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการถือครองรถพลังงานไฟฟ้า รวมถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในการดูแลซ่อมบำรุงในระยะยาว ทั้งนี้เนื่องจากรถพลังงานไฟฟ้าเป็นเรื่องใหม่ในไทย ทำให้ความกังวลเกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือปัญหาที่จะเกิดขึ้นอาจมีมาก และอาจต้องใช้ผู้ที่มีความชำนาญการมากขึ้นในการซ่อมบำรุง ผู้ประกอบการและภาครัฐจึงควรร่วมมือกันสร้างช่างเทคนิคที่มีความพร้อมสำหรับการดูแลปัญหาดังกล่าวในจำนวนที่เพียงพอต่อความต้องการในอนาคต
- ❖ **ความกังวลเรื่องระยะเวลาในการชาร์จไฟฟ้าต่อครั้ง และแบตเตอรี่มีราคาสูง** ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่สัดส่วนร้อยละ 41.1 และ 33.4 ตามลำดับ กังวลถึงปัญหานี้ โดยระยะเวลาในการชาร์จไฟที่นานอาจเป็นปัญหาหากต้องเดินทางไกลออกต่างจังหวัด หรือแบตเตอรี่หมดระหว่างวันขณะอยู่บนรถที่พักรถ โดยเฉพาะรถพลังงานไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ ดังนั้นการติดตั้งสถานีชาร์จไฟฟ้าแบบเร็วให้กระจายทั่วถึงในจุดสำคัญ และให้มีบริเวณที่สามารถพักผ่อนหรือมีกิจกรรมทำระหว่างรอชาร์จไฟ อาจช่วยลดปัญหาดังกล่าวได้ ซึ่งประเด็นเรื่องแบตเตอรี่นี้ ปัจจุบันการพัฒนาเรื่องความจุของแบตเตอรี่และการชาร์จไฟให้เร็วขึ้นนั้นเป็นเรื่องที่ค่ายรถและบริษัทที่เกี่ยวข้องต่างมุ่งเน้นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประสิทธิภาพของแบตเตอรี่รถ

⁴ ข้อมูลจากรายงานแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านไฟฟ้าเพื่อรองรับยานยนต์ไฟฟ้าของประเทศ (พศจิกายน 2559)

พลังงานไฟฟ้าดีขึ้นตามลำดับมาโดยตลอด ซึ่งนอกจากผู้ประกอบการควรที่จะให้ความรู้ในประเด็นการ พัฒนาแบตเตอรี่อย่างต่อเนื่องแล้ว การทำให้แบตเตอรี่รุ่นใหม่ที่ดีขึ้นสามารถนำไปเปลี่ยนใช้ได้ด้วย รถรุ่นก่อนอาจเป็นอีกแนวทางที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวรถพลังงานไฟฟ้าได้มากขึ้น

อนึ่ง ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ทิศทางของตลาดรถพลังงานไฟฟ้าหลังจากรัฐบาลประกาศมาตรการ ส่งเสริมการลงทุนออกมา เราอาจจะได้เห็นภาพการตัดสินใจดำเนินธุรกิจของค่ายรถยนต์ที่แตกต่างกัน ออกไป โดยมีทั้งค่ายรถที่ตัดสินใจเข้ามาลงทุนในตลาดรถยนต์ไฟฟ้าได้ทันทีเนื่องจากมีเทคโนโลยีนี้ อยู่ เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดก่อน และค่ายรถที่อาจรอดูทิศทางตลาด พร้อมกันกับพัฒนาเทคโนโลยีควบคู่ไป เพื่อเข้ามาแข่งขันในจังหวัดที่ตลาดรถยนต์ไฟฟ้าเป็นที่รับรู้และเติบโตแล้วระดับหนึ่ง ซึ่งจากการทำ แบบสอบถามครั้งนี้ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ทำให้เรามองเห็นแล้วว่าผู้ประกอบการเริ่มมีการรับรู้ถึงตัวรถพลังงานไฟฟ้า และ เริ่มมีความสนใจในการครอบครองรถยนต์ประเภทนี้ ส่วนทางด้านซัพพลายและโครงสร้างพื้นฐานต่างๆที่จะช่วย ตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวก็ขึ้นอยู่กับความร่วมมือกันของทั้งภาครัฐและเอกชน ที่จะร่วมกันผลักดันให้ ตลาดรถพลังงานไฟฟ้าเติบโตได้ดีในไทย

สำหรับ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องซึ่งคาดว่าจะมีโอกาสเปิดตลาดควบคู่ไปกับการเกิดของรถพลังงานไฟฟ้าใน ไทย ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า สถานีชาร์จไฟฟ้า จะเป็นธุรกิจหลักหนึ่ง เนื่องจากเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ หากต้องการให้ตลาดรถยนต์ไฟฟ้าเกิดขึ้นในวงกว้างต่อไปในอนาคต และยังรวมไปถึง อุปกรณ์ชาร์จไฟฟ้าแบบ พกพา เพื่อความสะดวกหากเกิดเหตุพลังงานหมดในที่ๆ ไม่มีสถานีชาร์จไฟฟ้า เป็นต้น นอกจากนี้ธุรกิจเพื่อการ พักผ่อนหรือทำกิจกรรมเพื่อความบันเทิงแบบใช้เวลาไม่นานที่อยู่ภายในสถานีชาร์จไฟฟ้า เพื่อให้ผู้ใช้รถสามารถมี กิจกรรมทำระหว่างช่วงเวลารอชาร์จไฟฟ้า ยังเป็นอีกประเภทธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตได้ดี



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วย วิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสียหายทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบต่อผู้ที่ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็น การให้ความเห็น หรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น