



ฉบับส่งสื่อมวลชน

โควิด-19 และมาตรการควบคุมการระบาด... คาดทั้งปี 2564 มูลค่า
ตลาดจัดส่งอาหารขยายตัวร้อยละ 18.4 – 24.4

CURRENT ISSUE

ปีที่ 27 ฉบับที่ 3256

วันที่ 19 สิงหาคม 2564

การระบาดของโควิดที่ยาวนาน การแข่งขันธุรกิจจัดส่งอาหารที่รุนแรง และพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ หนุนปริมาณการสั่งอาหารจัดส่งที่บ้านจะมีจำนวนไม่น้อยกว่า 120 ล้านครั้งในปี 2564

สถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ในประเทศที่ยังไม่คลี่คลาย จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวันที่ยังทรงตัวสูง ทำให้ภาครัฐจำเป็นต้องยกระดับของมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด ซึ่งรวมถึงการจำกัดการให้บริการของร้านอาหารเหลือเพียงช่องทางคำสั่งซื้อที่หน้าร้านและการส่งผ่านแอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร (Food Delivery) ข้อจำกัดดังกล่าวส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งคาดว่ามูลค่ารวมของรายได้ธุรกิจร้านอาหารทั้งปี 2564 จะหายไปไม่ต่ำกว่า 6.0 หมื่นล้านบาท

จากช่องทางสร้างรายได้ที่จำกัด ผลักดันให้บริการธุรกิจจัดส่งอาหาร (Food Delivery) กลายมาเป็นช่องทางสร้างรายได้หลักของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร นอกจากนี้ ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์จัดส่งอาหารหลายรายได้เร่งทำการตลาด จัดโปรโมชั่นมอบส่วนลดและยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดส่ง เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านอาหาร และช่วยดึงดูดผู้บริโภครายใหม่ให้เข้ามาทดลองใช้งานในแพลตฟอร์มและเพิ่มความถี่ในการใช้งานของผู้บริโภคเดิมเช่นกัน ทำให้ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่า ทั้งปี 2564 ปริมาณการสั่งอาหารจัดส่งที่บ้านน่าจะมีจำนวนไม่น้อยกว่า 120 ล้านครั้ง หรือเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่าตัว เมื่อเทียบกับช่วงก่อนโควิด-19 ในปี 2562 ที่มีจำนวนประมาณ 35 – 45 ล้านครั้ง

นอกจากนี้ วิธีการใช้ชีวิตประจำวันท่ามกลางการระบาดของโควิด-19 ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการจัดส่งอาหารไปยังที่พัก โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้สรุปการเปลี่ยนแปลงเทรนด์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่น่าสนใจ ดังนี้

- ระดับราคาเฉลี่ยต่อครั้งที่ส่งลดลงร้อยละ 20-25 จากปีก่อน จากปัจจัยด้านกำลังซื้อและการอัปเดตโปรโมชั่นของผู้ประกอบการ โดยผู้บริโภคหันมาสั่งอาหารในระดับราคาที่สอดคล้องกับกำลังซื้อ

Disclaimer

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในระยะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้ออกแบบหรือจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการตัดสินใจแต่อย่างใด ทั้งนี้ ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

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

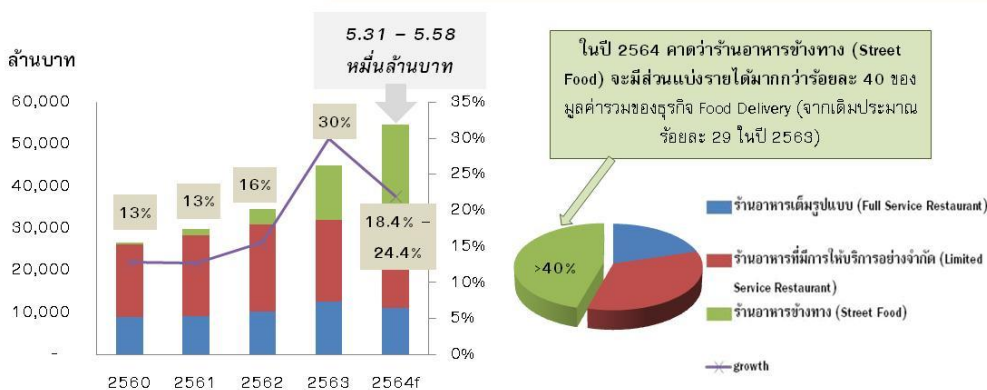
บริการทุกระดับประทับใจ

ขณะเดียวกันการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่สูง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีการจัดทำโปรโมชั่น ราคาพิเศษและปรับรูปแบบของเมนูอาหาร

- **ร้านอาหารข้างทาง (Street Food) เข้ามามีบทบาทมากขึ้น** และคาดว่าจะมีส่วนแบ่งรายได้มากกว่าร้อยละ 40 ของมูลค่ารวมของธุรกิจจัดส่งอาหาร จากเดิมในปี 2563 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 29 ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของเทรนด์และประเภทอาหารของผู้บริโภคมายังเมนูอาหารที่มีระดับราคาย่อมเยา ส่งผลต่อเนื้อให้ความถี่ในการสั่งอาหารจากร้านอาหารข้างทางเพิ่มจำนวนมากขึ้น
- **พื้นที่การสั่งอาหารขยายสู่บริเวณกรุงเทพฯรอบนอกและพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างกรุงเทพฯ-ปริมณฑลมากขึ้น** สอดรับกับการปรับรูปแบบการทำงานของภาคธุรกิจมาเป็น Work from home และ Hybrid working ซึ่งผลสำรวจของศูนย์วิจัยสิทธิไทยพบว่า หลังจากการระบาดในเดือนเมษายน 2564 พนักงานในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลที่ทำงานทั้งสองรูปแบบดังกล่าวมีสัดส่วนรวมกันสูงถึงร้อยละ 83 โดยการที่ผู้บริโภคหันมาสั่งอาหารบริเวณใกล้ที่พักมากขึ้น นอกจากจะส่งผลให้ระยะทางเฉลี่ยในการจัดส่งอาหารลดลง ยังทำให้ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารปรับมาทำการตลาดร่วมกับพาร์ทเนอร์ ทั้งร้านอาหารและผู้จัดส่งอาหารในบริเวณดังกล่าวมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

ทั้งนี้ จากปัจจัยและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนไป ทำให้ศูนย์วิจัยสิทธิไทยคาดว่า ธุรกิจจัดส่งอาหารไปยังที่พัก (Food Delivery) ในปี 2564 จะมีมูลค่ารวมสูงถึง 5.31 – 5.58 หมื่นล้านบาท หรือขยายตัวสูงถึงร้อยละ 18.4 – 24.4 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

มูลค่าและเทรนด์การขยายตัวของธุรกิจจัดส่งอาหารไปยังที่พัก



จำนวนการสั่งเพิ่มขึ้น ขณะที่ราคาเฉลี่ยต่อออเดอร์ลดลง 20% - 25%

ปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวของความถี่ในการสั่งอาหาร

- การแพร่ระบาดของโควิด-19
- มาตรการควบคุมของภาครัฐ
- ความกังวลต่อการเข้าปิ้งทานในร้านของผู้บริโภค
- โหมดการทำงานที่เปลี่ยนเป็น Hybrid working และ Work from home

หมายเหตุ: มูลค่าของธุรกิจจัดส่งอาหารในที่นี้ประกอบด้วย 1. ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service) 2. ร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด (Limited Service) 3. ร้านอาหารข้างทาง (Street food)

หมายเหตุ: นิยามของร้านอาหารข้างทาง ครอบคลุมถึง ร้านอาหารที่เป็นคูหา ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านข้าวแกง ร้านที่มีพื้นที่ขายประจำ เป็นต้น

KResearch ศูนย์วิจัยสิทธิไทย

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยสิทธิไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ ความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้รับผิดชอบใดๆ เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจุดใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสี่ยงใดที่เกิดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้เป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ

การเติบโตของรายได้และจำนวนผู้เกี่ยวข้องที่มากในธุรกิจ ดึงดูดผู้เล่นในอุตสาหกรรมต่างๆ เข้าร่วมสมรภูมิแพลตฟอร์ม Food Delivery ขณะที่ฝั่งร้านอาหารหันปรับรูปแบบที่ยืดหยุ่นรับความไม่แน่นอน

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า สถานการณ์โควิด-19 มีส่วนผลักดันให้ธุรกิจจัดส่งอาหารขยายตัวอย่างมาก และมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการปรับตัวมาใช้บริการจัดส่งอาหารเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ประกอบกับจำนวนร้านอาหารและผู้ส่งอาหารก็มีมาก จึงดึงดูดให้ผู้ประกอบการทั้งที่อยู่ในธุรกิจร้านอาหารและผู้ประกอบการนอกธุรกิจร้านอาหารสนใจเข้ามาลงทุนในตลาด Food Delivery ซึ่งทิศทางดังกล่าว ยิ่งทำให้ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจต้องเร่งปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจของผู้เล่นซึ่งจะมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของ Food Delivery ได้แก่

➤ ผู้ประกอบการขยายฐานธุรกิจสู่แพลตฟอร์ม Food Delivery สร้างความเปลี่ยนแปลงหลากหลายมิติต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง

การแข่งขันทางธุรกิจในโลกยุคดิจิทัล ผลักดันให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ในเกือบทุกอุตสาหกรรมจำเป็นต้องขยายขอบเขตของระบบนิเวศทางธุรกิจ (Ecosystem) ของตน ให้ครอบคลุมไปยังหมวดสินค้าและบริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งรวมถึงธุรกิจจัดส่งอาหารไปยังที่พัก ที่ได้รับความนิยมจากผู้ให้บริการแพลตฟอร์มในหลายอุตสาหกรรม อาทิ สถาบันการเงิน, แพลตฟอร์ม E-commerce, ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ เป็นต้น โดยผู้เล่นดังกล่าวได้รุกเข้ามาพร้อมเสนอโปรโมชันทางการตลาด ซึ่งจะช่วยเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริโภค ร้านอาหารและผู้จัดส่งอาหารได้มีทางเลือกมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันจำนวนผู้บริโภคที่มียังคงกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพฯ-ปริมณฑล และหัวเมืองที่สำคัญไม่กี่แห่ง ก็สร้างความท้าทายและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อผู้ให้บริการแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารให้ต้องเร่งปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด ดังนั้น ถึงแม้รายได้ของธุรกิจจะเติบโต แต่การจะพลิกกลับมาสร้างผลประกอบการให้เป็นบวกสุทธิของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มธุรกิจ Food Delivery ที่แข่งขันกันอย่างดุเดือด ก็เป็นเรื่องที่ไม่ง่าย

➤ ธุรกิจร้านอาหารปรับรูปแบบการลงทุนให้มีขนาดเล็ก เพิ่มความยืดหยุ่นและตอบโต้ภัยการเติบโตของตลาด Food Delivery

ในภาวะที่การระบาดของโควิด-19 ยังคงมีความไม่แน่นอนสูง รวมถึงเทรนด์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารจะยังคงเน้นเพิ่มความระมัดระวังและปรับเปลี่ยนรูปแบบการลงทุนมายังร้านอาหารขนาดเล็ก ซึ่งนอกจากจะช่วยจำกัดความเสี่ยงในการลงทุน ยังช่วยลดต้นทุนหมุนเวียน และตอบโต้พฤติกรรมก้าวร้าวของคู่แข่งได้มากขึ้น โดยรูปแบบร้านอาหารขนาดเล็กที่คาดว่าจะได้รับความนิยม ได้แก่ ร้านอาหารที่ไม่มีหน้าร้าน (Cloud kitchen) เช่น Multi-brand Cloud Kitchen ซึ่งเป็นการรวมแบรนด์ร้านอาหารในพอร์ทัลของผู้ประกอบการรายใหญ่ และ Delivery app own cloud kitchen ที่ผู้

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำหรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสี่ยงใดที่เกิดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้เป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงชื่อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

ให้บริการแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารจะรวมร้านอาหารที่มีชื่อเสียงเข้ามาอยู่ใน Cloud kitchen ของตน รวมถึงร้านอาหารแบบ Kiosk/Corner ที่นอกจากจะเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคแล้ว ยังสามารถช่วยลดระยะเวลาทางเฉลี่ยในการจัดส่งอาหาร ส่งผลต่อเนื่องให้ต้นทุนและระยะเวลาการจัดส่งจากร้านอาหารไปยังผู้บริโภคลดลงจากเดิมอีกด้วย

กล่าวโดยสรุป สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ยังคงมีความไม่แน่นอนสูงและส่งผลกระทบต่อกิจกรรมการเข้ารับบริการในร้านอาหาร ทำให้ธุรกิจจัดส่งอาหารจะยังคงเป็นช่องทางที่สำคัญของผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า มูลค่าของธุรกิจจัดส่งอาหารไปยังที่พักในปี 2564 จะยังขยายตัวต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา จากปัจจัยด้านจำนวนครั้งของการสั่งที่เร่งขึ้นเป็นหลัก แม้ว่าราคาเฉลี่ยต่อครั้งที่สั่งจะลดลง

ในระยะข้างหน้า ถึงแม้ว่าธุรกิจจัดส่งอาหารจะยังคงมีทิศทางการขยายตัวของมูลค่าตลาดรวม แต่ผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจยังคงต้องเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ อาทิ การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารบนแพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร จำนวนออเดอร์เฉลี่ยต่อวันต่อรายของผู้จัดส่งอาหารที่คาดว่าจะลดลงจากจำนวนผู้ขนส่งอาหารที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการแข่งขันทำโปรโมชั่นด้านราคา ที่ทำให้ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารส่วนใหญ่ยังคงเผชิญความท้าทายในการสร้างผลกำไรสุทธิให้เป็นบวก¹ โดยคาดว่าภาวะดังกล่าวจะยังคงดำเนินต่อเนื่องไปอีก 1-2 ข้างหน้า และเป็นโจทย์ท้าทายสำคัญของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารทั้งรายเดิมและรายใหญ่ที่จะเข้ามาในธุรกิจดังกล่าว

¹ จากข้อมูลงบการเงินระหว่างปี 2560 – 2563 ของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร 6 รายที่ให้บริการในประเทศไทย ยังคงมีภาวะขาดทุนของกำไรสุทธิต่อเนื่อง โดยในปี 2563 ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร 5 ราย บันทึกยอดขาดทุนรวมกันกว่า 4 พันล้านบาท

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีคุณภาพที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้ออกแบบหรือจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการตัดสินใจเพื่อการดำเนินงานใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้เป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)



บริการทุกระดับประทับใจ