

แนวโน้มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม

Industry Analysis and Outlook

No.32 23 พฤษภาคม 2568

Updated Edition

- ธุรกิจร้านอาหารและร้านเครื่องดื่มในปี 2568 โตชะลอลง จากเศรษฐกิจไทยชะลอตัวกระทบการใช้จ่ายของผู้บริโภค และภาคการท่องเที่ยวที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเสี่ยงไม่โต คาดว่ามูลค่าตลาดรวมอยู่ที่ 646,000 ล้านบาท เติบโต 2.8% จากปี 2567 (ปรับลดจากคาดการณ์เดิมที่เติบโต 4.6% หรือมีมูลค่า 657,000 ล้านบาท ณ เดือนธันวาคม 2567)
- ธุรกิจร้านอาหารในปี 2568 คาดมูลค่าตลาดอยู่ที่ 562,000 ล้านบาท เติบโต 3.0% จากปี 2567. กลุ่มร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full service restaurant) เติบโตต่ำกว่ากลุ่มอื่น สำหรับธุรกิจร้านเครื่องดื่ม (รวมร้านเบเกอรี่และไอศกรีม) ในปี 2568 คาดมูลค่าตลาดอยู่ที่ 84,200 ล้านบาท เติบโต 1.9% จากปี 2567 กลุ่มเบเกอรี่ยังเติบโตดีจากความหลากหลายประเภทของเบเกอรี่และร้านค้าที่มากขึ้น
- แต่การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารเครื่องดื่มที่สูง เทรนด์ของร้านอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน ขณะที่ต้นทุนราคาวัตถุดิบอาหารผันผวนในระดับสูง แต่การปรับราคาทำได้จำกัด ส่งผลกระทบต่อรายได้และผลกำไรของผู้ประกอบการ



วาริธร ศิริสัตยะวงศ์

ผู้บริหารงานวิจัย

varithorn.s@kasikornresearch.com



อนันตพร ลาภสักการ

เจ้าหน้าที่วิจัยอาวุโส

anantaporn.l@kasikornresearch.co

ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยมูลค่าการใช้จ่ายของผู้บริโภคในร้านอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่าเฉลี่ยปีละ 6 แสนล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงานไม่ต่ำกว่า 1 ล้านคน ในตลาดมีร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวนประมาณ 7 แสนร้าน ตั้งแต่ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีรายได้จากร้านอาหารและเครื่องดื่มสูงกว่า 1 หมื่นล้านบาทต่อปี จนถึงผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีรายได้หลักแสนบาทต่อปี และมีผู้ประกอบการที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องมากมาย (รูปที่ 1) ตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร ผู้ผลิตวัตถุดิบเครื่องปรุงอาหารในประเทศและนำเข้า ตลอดจนร้านค้าปลีกและส่ง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม

รูปที่ 1 ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจร้านอาหาร



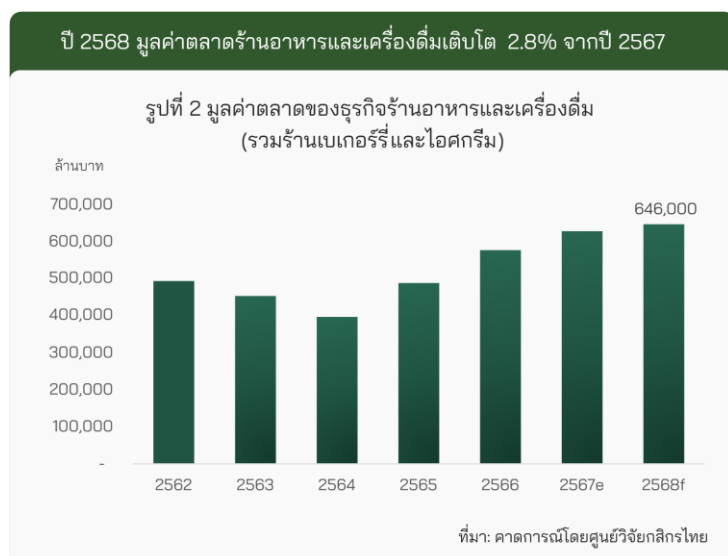
ที่มา: รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

*คาดการณ์จำนวนร้านอาหาร เครื่องดื่ม เบเกอรี่และไอศกรีมปี 2567

บริการทุกระดับประทับใจ

แนวโน้มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในประเทศ

ในปี 2568 คาดว่า ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 646,000 ล้านบาท เติบโต 2.8% จากปี 2567 (รูปที่ 2) ซึ่งเป็นการปรับลดจากคาดการณ์เดิมที่เติบโต 4.6% หรือมีมูลค่า 657,000 ล้านบาท



การปรับลดคาดการณ์การเติบโตของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มมาจาก 2 ปัจจัยสำคัญ คือ

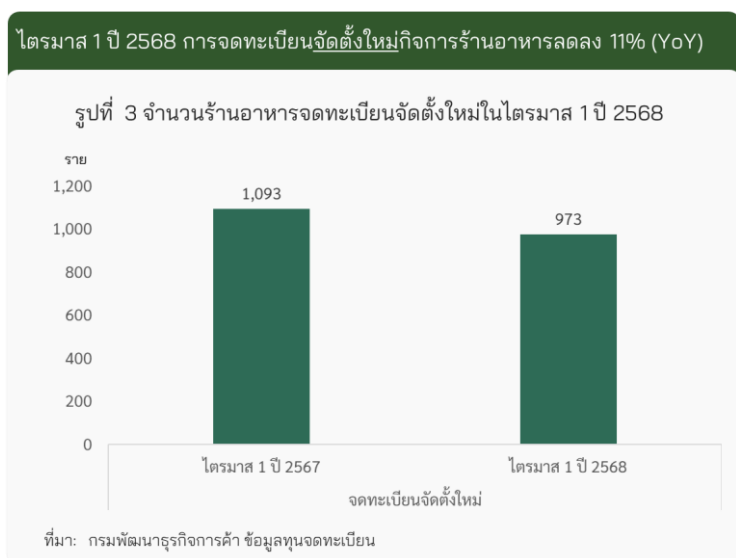
1. เศรษฐกิจไทยเติบโตชะลอลงกระทบกำลังซื้อรวมถึงค่าใช้จ่ายในร้านอาหาร แนวโน้มการเติบโตของเศรษฐกิจไทยในปี 2568 ยังมีความไม่แน่นอนสูง สร้างความเสี่ยงต่อภาวะการมีงานทำและกำลังซื้อของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม
2. มาตรการท่องเที่ยวที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีนี้เสี่ยงไม่เติบโต ในช่วงต้นปี 2568 ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยเผชิญกับปัจจัยลบกระทบการเติบโต สะท้อนได้จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 11 พฤษภาคม 2568 นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยหดตัว 1% (YoY) หรือมีจำนวน 12.9 ล้านคน และมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ขณะที่คนไทยเที่ยวในประเทศแม้อยังมีทิศทางขยายตัวแต่จากปัจจัยเศรษฐกิจทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มระมัดระวังการใช้จ่าย

อย่างไรก็ดี ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มยังมีปัจจัยสนับสนุนจากไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่คุ้นชินกับการทานอาหารนอกบ้านและการส่งมารับประทานมากขึ้น รวมถึงร้านอาหารและเครื่องดื่มแบรนด์ใหม่เข้ามาทำตลาด การขยายสาขาของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการร้านอาหารยังได้จัดโปรโมชั่นกระตุ้นตลาดร่วมกับพันธมิตรอย่างแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารไปยังที่พัก (Food Delivery Application) เพื่อเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้และกระตุ้นยอดขาย

สถานการณ์การลงทุนและเทรนด์ร้านอาหารและเครื่องดื่มในประเทศ

ในปี 2568 ผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และเล็ก (บุคคล) รวมถึงผู้ประกอบการรายใหม่ ยังให้ความสนใจเข้ามาลงทุนอย่างต่อเนื่อง ร้านอาหารเอเชียโดยเฉพาะอาหารญี่ปุ่น ตลาดพรีเมียมยังเป็นตลาดที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจ

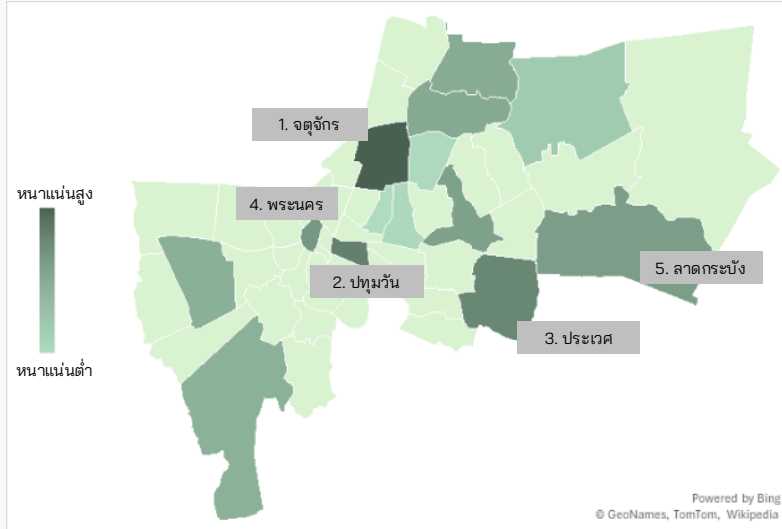
จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ระบุว่า ในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2568 ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มมีการจดทะเบียนจัดตั้งกิจการใหม่ 973 ราย แม้จะลดลง 11.0% (YoY) แต่ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นธุรกิจที่มีการเปิดใหม่มากที่สุดอันดับ 1 ใน 5 ของกิจการที่มีการจดทะเบียนจัดตั้งกิจการใหม่ในทุกปี (รูปที่ 3) โดยในปี 2568 คาดว่าร้านอาหารและเครื่องดื่มทั่วประเทศจะมีจำนวนกว่า 6.9 แสนร้าน (ซึ่งยังไม่นับรวมร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ อาทิ ร้านข้างทางที่เป็นรถเข็นไม่มีหน้าร้านหรือที่ตั้งถาวร ร้านฟู้ดทรัค และร้านรูปแบบ Ghost Kitchen ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก)



การลงทุนของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นพื้นที่ศักยภาพ จากข้อมูลของ LINE MAN Wongnai พบว่า ในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2568 พื้นที่กรุงเทพมหานครมีร้านอาหารเปิดใหม่เพิ่มขึ้น 4.8% จาก ณ สิ้นปี 2567 โดยพื้นที่ที่มีจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มสูงส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ชุมชนและที่อยู่อาศัย โดยเขตที่มีการกระจุกตัวสูงของร้านอาหารและเครื่องดื่ม 5 อันดับแรก ได้แก่ จตุจักร ปทุมวัน ประเวศ พระนคร ลาดกระบัง (รูปที่ 4)

เขตที่มีการกระจุกตัวสูงของร้านอาหารและเครื่องดื่ม 5 อันดับแรก ได้แก่ จตุจักร ปทุมวัน
ประเวศ พระนคร ลาดกระบัง

รูปที่ 4 ความหนาแน่นของจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพ



ที่มา: LINE MAN Wongnai

นอกจากนี้ จังหวัดที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวสูงยังเห็นการเปิดตัวของร้านอาหารและเครื่องดื่ม อาทิ ชลบุรี เชียงใหม่ และสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นพื้นที่ศักยภาพมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติเดินทางไปท่องเที่ยว

เนื่องจากภาวะการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่สูง ทำให้การลงทุนใหม่อาจยังต้องระวัง ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีจำนวนมาก เทรนด์ร้านอาหารและเครื่องดื่มใหม่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้ผู้ประกอบการมีการปรับโมเดลการทำธุรกิจ โดยการสร้างแบรนด์ใหม่ หรือการรีแบรนด์เดิมเพื่อเปลี่ยนภาพลักษณ์ แต่กระนั้นก็ดี ผู้ประกอบการบางรายมีการปิดสาขาหรือร้านที่ไม่สามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ การแข่งขันในธุรกิจที่รุนแรงก็ทำให้เกิดการปิดกิจการจำนวนไม่น้อยเช่นกัน

เทรนด์รูปแบบการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในปี 2568 มองว่า

- ร้านอาหารและเครื่องดื่มรูปแบบร่วมสมัย หรือ Contemporary Casual กำลังเป็นที่นิยม และเป็นโมเดลร้านอาหารที่ตอบโจทย์เทรนด์สมัยใหม่ เช่น การจัดรูปแบบร้านอาหารแนวมินิมอล สร้างประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์ ผ่านการสร้างแบรนด์ให้สอดคล้องกับกระแสความต้องการของผู้บริโภค เช่น การนำเสนอเมนูใหม่ๆ การผสมผสานวัฒนธรรมผ่านการประยุกต์ใช้วัตถุดิบอาหารจากท้องถิ่น ในขณะที่ยังคงรักษาราคาที่เหมาะสม และมีระดับราคาที่หลากหลาย โดยกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Young Entrepreneur) โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้ากลุ่ม Gen Z
- ร้านอาหารและเครื่องดื่มแบรนด์จากต่างประเทศเข้ามาทำตลาดมากขึ้น ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงเบเกอรี่แบรนด์ในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย ให้ความสนใจในการเข้ามาทำตลาดและขยายสาขาในไทยมากขึ้น ทั้งรูปแบบการร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการไทยและการซื้อแฟรนไชส์เข้ามาบริหาร ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา

บริการทุกระดับประทับใจ

ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มยังได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนต่อเนื่อง โดยไตรมาสแรกของปี 2568 มูลค่าทุนจดทะเบียนเป็นธุรกิจร้านอาหารจากชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นกว่า 542 ล้านบาท จากมูลค่าสะสม ณ สิ้นปี 2567 (รูปที่ 5)



- **ร้านอาหารกลุ่มราคาระดับกลาง-บน หรือ Premium Casual** จับกลุ่มผู้บริโภคกำลังซื้อสูง โดยร้านอาหารกลุ่มนี้จะมีราคาเฉลี่ยประมาณ 500 บาทต่อจานขึ้นไป ผู้ประกอบการเปิดตัวมากขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงตลาด Mass และผลกระทบจากเศรษฐกิจ โดยร้านอาหารกลุ่มนี้เน้นเรื่องของคุณภาพวัตถุดิบ เทคนิคการทำอาหารที่สร้างสรรค์ และอาหารที่แปลกใหม่ กลุ่มลูกค้าทั่วไป ครอบครัวและวัยทำงานที่มองหาประสบการณ์การรับประทานอาหารคุณภาพสูงอย่างกลุ่มร้านอาหารญี่ปุ่นที่เปิดตัวมากขึ้น

แนวโน้มธุรกิจร้านอาหาร

ในปี 2568 คาดว่า มูลค่าตลาดร้านอาหาร (รวมร้านอาหารประเภทร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด และร้านอาหารข้างทางหรือ Street Food ที่มีหน้าร้าน) จะมีมูลค่ารวมประมาณ 562,000 ล้านบาท เติบโต 3.0% จากปี 2567 (รูปที่ 6) การเติบโตของร้านอาหารแต่ละรูปแบบมีปัจจัยเฉพาะที่ต่างกัน

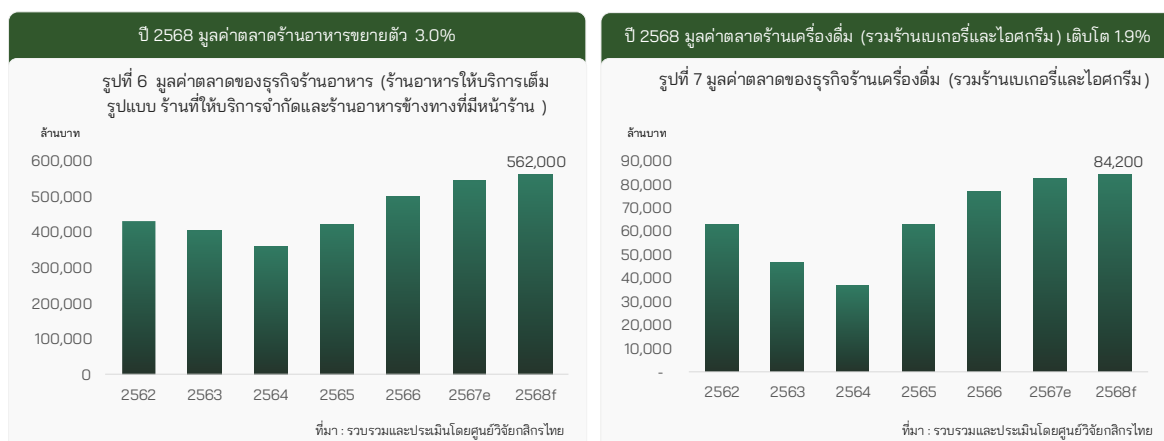
- **ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Restaurants)** คาดว่าจะเติบโต 1.1% จากปี 2567 หรือมีมูลค่า 209,000 ล้านบาท กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มแรกที่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจ จากการที่ผู้บริโภคมีการปรับลดค่าใช้จ่ายหรือความถี่ในการทานอาหารนอกบ้าน ขณะที่กลุ่มร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ยังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคที่มองเรื่องความคุ้มค่า เช่นเดียวกับกลุ่มร้านอาหารประเภทอะลาคาร์ท์ อย่างร้านกลุ่ม Contemporary Casual Dining อาทิ ร้านอาหารญี่ปุ่น เกาหลี ไทย ตามไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไป
- **ร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด (Limited Service Restaurants)** คาดว่าจะเติบโต 2.7% จากปี 2567 หรือมีมูลค่า 92,000 ล้านบาท การขยายตัวจะมาจากการขยายสาขาของผู้ประกอบการอย่างกลุ่มไก่ทอดและพิซซ่า รวมถึงผู้ประกอบการที่ให้บริการในรูปแบบ Full Service ได้ปรับรูปแบบร้านอาหารมาเป็นแบบ Quick Service มากขึ้น และการจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขายต่อเนื่อง

บริการทุกระดับประทับใจ

- ร้านอาหารข้างทาง (Street Food) ที่มีหน้าร้าน คาดว่าจะเติบโต 4.7% จากปี 2567 หรือมีมูลค่า 261,000 ล้านบาท ร้านอาหารต้นตำรับ ที่เปิดมานานมีเอกลักษณ์และยังสามารถรักษากระแสนิยม อีกทั้งเป็นเมนูพื้นฐานที่เข้าถึงได้ง่ายและราคาไม่สูง ทำให้ร้านอาหารกลุ่มนี้มีแนวโน้มเติบโตกว่ากลุ่มอื่น กอปรกับร้านอาหารแนว Street Food ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่วยหนุนร้านอาหารกลุ่มนี้

แนวโน้มธุรกิจร้านเครื่องดื่ม

ในปี 2568 คาดว่า มูลค่าตลาดร้านเครื่องดื่ม (รวมร้านเบเกอรี่และไอศกรีม) จะมีมูลค่ารวมประมาณ 84,200 ล้านบาท เติบโต 1.9% จากปี 2567 (รูปที่ 7) การเติบโตส่วนหนึ่งมาจากการขยายสาขาของผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่ และผู้ประกอบการรายเล็ก (บุคคล) ที่ยังมีการเปิดร้านใหม่ รวมถึงการขยายแฟรนไชส์ร้านเครื่องดื่มของชาวต่างชาติที่นำเข้ามาทำตลาดในไทยมากขึ้น นอกจากนี้เครื่องดื่มและเบเกอรี่ใหม่ๆ จากต่างประเทศที่เข้ามาทำตลาด มีส่วนกระตุ้นความต้องการบริโภคเครื่องดื่มและเบเกอรี่มากขึ้น รวมถึงกลุ่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพพรีเมียมที่ได้รับความนิยม



ความเสี่ยงของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม

- **ต้นทุนการดำเนินธุรกิจมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น** ในปี 2568 ต้นทุนรอบด้านของธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มสูงขึ้น ทั้งค่าแรงที่มีสัดส่วนประมาณ 15% ของต้นทุน ขณะที่ค่าสาธารณูปโภคและค่าเช่ามีสัดส่วนรวมกันกว่า 20% ของต้นทุนรวม รวมถึงต้นทุนที่สำคัญ คือ
 - **ราคาวัตถุดิบอาหารซึ่งคิดเป็นประมาณ 35% ของต้นทุน** ยังมีทิศทางผันผวนและทรงตัวสูง ในช่วงต้นปี 2568 ราคาวัตถุดิบในการประกอบอาหารหลายประเภทมีความผันผวนและมีการปรับตัวสูงขึ้น จากต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น สภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงมีผลต่อผลผลิต นอกจากนี้นโยบายภาษีจากสงครามการค้าที่ทำให้ราคาสินค้าบางประเภทสูงขึ้น โดยราคาวัตถุดิบในประเทศปรับขึ้นหลายรายการ อาทิ ไข่ไก่ และเนื้อหมูสด ขณะที่กลุ่มวัตถุดิบอาหารที่ต้องนำเข้า อาทิ นมผง เนย ชีส แป้งสาลี โกโก้ และเมล็ดกาแฟ แม้จะปรับตัวลดลงจากในช่วงต้นปี 2568 แต่ราคายังผันผวนในระดับสูง ทำให้กลุ่มร้านเครื่องดื่ม ร้านเบเกอรี่และอาหารตะวันตกจะเป็นกลุ่มได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก

บริการทุกระดับประทับใจ

- พฤติกรรมของผู้บริโภคที่หลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดย 5 ปัจจัยสำคัญ “ความแปลกใหม่+ประสบการณ์+คุณภาพ+สุขภาพ+ราคาสมเหตุสมผล” ได้กลายมาเป็นมาตรฐานใหม่ของผู้บริโภคในปัจจุบัน และเทรนด์ความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่ได้มีรูปแบบตายตัว ความจงรักภักดีต่อแบรนด์ต่ำและเปลี่ยนแปลงตามกระแสอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ขณะที่ ด้วยตลาดที่เข้าง่าย แต่แข่งขันสูงจากจำนวนผู้ให้บริการที่มีมาก การรักษามูลค่าไรของบริษัทให้ได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง จึงยังเป็นโจทย์ที่ท้าทาย

ภาคผนวก: ภาพแสดงผู้ประกอบการในห่วงโซ่ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์

ผู้แปรรูป/นำเข้า วัตถุดิบ

APO, APURE, ASIAN, BR, BRR, BTG, CFARM, CFRESH, CHAO, CHOTI, CM, CPF, CPI, F&D, FM, GFPT, GLOCON, JDF, KASET, KBS, KCG, KSL, KTIS, LST, NRF, NTSC, PB, PQS, PRG, RBF, SAUCE, SORKON, SSF, SUN, TACC, TC, TFG, TFMAMA, TMILL, TU, TVO, TWPC, WINNER, XO

ผู้จัดจำหน่าย

BJC
CPALL
CPAXT

ธุรกิจร้านอาหาร

AU
CENTEL
M
MAGURO
MINT
MUD
OKJ
SNP
XBIO
ZEN

ภาพรวมผล ประกอบการ* ปี 2566	Sales (%YoY)	1,150,962 ลบ. (-3.2%)	1,578,820 ลบ. 6.3%	210,678 ลบ. 22.5%
	Operating Profit (%YoY)	55,475 ลบ. (-38.1%)	72,017 ลบ. 10.1%	27,017 ลบ. 36.1%
	Net Income (%YoY)	-4,578 ลบ. (-109.1%)	31,917 ลบ. 22.9%	9,212 ลบ. 46.1%
	ROE**	7.1%	4.0%	12.1%

ปี 2567	Sales (%YoY)	1,164,718 ลบ. 1.2%	1,670,702 ลบ. 5.8%	224,534 ลบ. 6.6%
	Operating Profit (%YoY)	97,265 ลบ. 75.3%	83,625 ลบ. 16.1%	29,057 ลบ. 7.6%
	Net Income (%YoY)	48,270 ลบ. 1,054%	39,916 ลบ. 25.1%	11,457 ลบ. 24.4%
	ROE**	10.5%	3.6%	10.0%

* ภาพรวมผลประกอบการอาจจะไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากผู้ประกอบการในห่วงโซ่พานักค้าเน้นธุรกิจหลายประเภท

** เป็นค่ามัธยฐานของผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มธุรกิจ

*** W เปลี่ยนชื่อเป็น XBIO

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาชญากรรมความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)