

ฟื้นตัวตามความเชื่อมั่นผู้บริโภค

แม้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเดือน ก.พ. 61 จะชะลอตัวลงเป็นเดือนแรกจากการเลือกตั้งที่มีโอกาสล่าช้ากว่ากำหนดการเดิมในเดือน ก.พ. 62 แต่เรามองว่าความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ยังอยู่ในแนวโน้มขาขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่ไทยที่ยังขยายตัวได้ดี ประกอบกับอัตราส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อ GDP ที่ปรับลดลงจะส่งผลบวกต่อแนวโน้มการบริโภคในปี 2561 เราให้น้ำหนักลงทุนกับกลุ่มพาณิชย์ (Commerce) เป็น "Overweight" โดยในกลุ่มนี้เราชอบ CPALL (ราคาเป้าหมาย 94.50 บาท)

คาดการณ์บริโภคในไตรมาส 1/61 ฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจไทย

เราคาดการณ์บริโภคในไตรมาส 1/61 จะฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจไทย แม้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเดือน ก.พ. 61 เท่ากับ 79.3 ลดลงจากเดือน ม.ค. 61 อยู่ที่ 80.0 จุด (Figure 1) ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคเดือน ก.พ. 61 ที่ชะลอตัวลงเป็นเดือนแรกหลังปรับตัวดีขึ้นติดต่อกัน 6 เดือน เกิดจากข่าวการเลือกตั้งที่มีโอกาสล่าช้ากว่ากำหนดการเดิมในเดือน ก.พ. 62 ส่งผลทำให้เกิดความไม่แน่นอนทางการเมืองมากขึ้น อย่างไรก็ตามเรายังมองว่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคยังอยู่ในแนวโน้มขาขึ้นจากเศรษฐกิจไทยที่คาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องในระดับ 4.0% ทำให้เราคาดว่า การบริโภคในไตรมาส 1/61 ยังคงดีต่อเนื่องจากไตรมาส 4/60 ประกอบกับในไตรมาส 1/61 นี้มีเทศกาลตรุษจีน วาเลนไทน์ รวมถึงพนักงานบริษัทได้รับการขึ้นเงินเดือนและโบนัส

อัตราส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อ GDP ปรับลดลง

นอกจากนี้การบริโภคยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากอัตราส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อ GDP ปรับลดลง โดยอัตราส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อ GDP ณ สิ้นปี 2560 ปรับลดลงเหลือ 67.9% เปรียบเทียบกับระดับสูงสุด ณ ไตรมาส 1/59 ที่ระดับ 70.5% เป็นการปรับลดลง 8 ไตรมาสติดต่อกัน (Figure 2) ทั้งนี้อัตราส่วนหนี้สินครัวเรือนที่ปรับลดลงได้รับปัจจัยสนับสนุนจากโครงการรุดันแรกที่ทยอยครบกำหนดในช่วงที่ผ่านมา เรามองว่าความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นและภาระหนี้ที่ลดลงจะช่วยให้ผู้บริโภคมีความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น

ให้น้ำหนักการลงทุนเป็น Overweight และ เลือก CPALL เป็น Top Pick

เรามองว่าความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ยังอยู่ในแนวโน้มขาขึ้นและอัตราส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อ GDP ที่ปรับลดลงจะส่งผลบวกต่อแนวโน้มการบริโภคในปี 2561 เราให้น้ำหนักลงทุนกับกลุ่มพาณิชย์ (Commerce) เป็น "Overweight" โดยในกลุ่มนี้เราชอบ CPALL (ราคาเป้าหมาย 94.50 บาท) เนื่องจากบริษัทปรับ Business Model จากร้านอิมโตะสดกึ่งชื้อเป็นธุรกิจบริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจใหม่และเพิ่มรายได้ในอนาคต นอกจากนี้บริษัทยังมี Upside Risk จากการเป็น Banking Agents ในอนาคต

Figure 1: Consumer Confidence Index



SOURCE: TRADINGECONOMICS.COM | UNIVERSITY OF THE THAI CHAMBER OF COMMERCE

Source: *Tradingeconomics.com*

Figure 2: Thailand Household Debt to GDP



SOURCE: TRADINGECONOMICS.COM | BANK FOR INTERNATIONAL SETTLEMENTS

Source: *Tradingeconomics.com*

