

Sector Update

30 พฤษภาคม – 2 มิถุนายน 2565



ติดตามและเรียนรู้เรื่องการลงทุนไปกับเรา

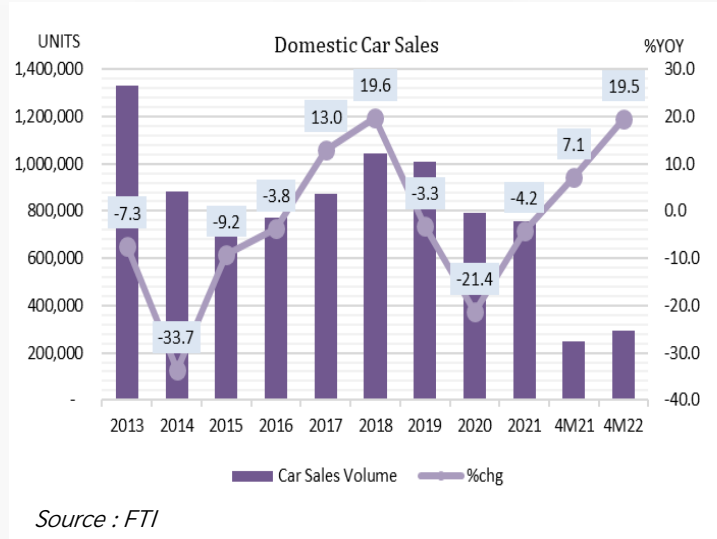
#ลงทุนอะไรดี  Wealth Advisory

ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย

Automobile Sector

ยอดขายรถยนต์ในเดือน เม.ย. 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.1(yoy)

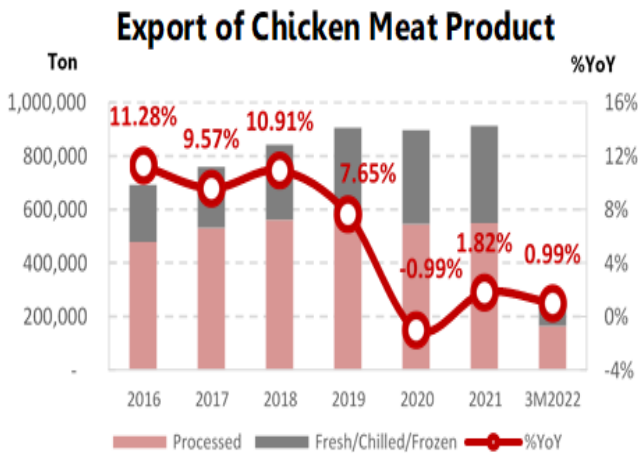
ยอดขายรถยนต์ภายในประเทศของเดือน เมษายน 2565 มีจำนวนทั้งสิ้น 63,427 คัน ลดลงจากเดือนมีนาคม 2565 ร้อยละ 27.3 แต่เพิ่มขึ้นจากเดือนเดียวกันในปีที่แล้ว ร้อยละ 9.1 จากการผ่อนคลายการล็อกดาวน์ รวมทั้งมีการส่งมอบรถยนต์ให้ผู้จองรถยนต์ในโรงงาน บางกอก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มอเตอร์ โซลู การผ่อนคลายข้อจำกัดนักท่องเที่ยวเข้าประเทศให้มีความสะดวกมากขึ้น ทำให้มีเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังกังวลเกี่ยวกับราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นมาก



และค่าเงินบาทที่อ่อนค่ามากในรอบหลายปี ส่งผลให้ต้นทุนสินค้าหลายอย่างเพิ่มขึ้น รวมทั้งหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง กระทบต่ออำนาจซื้อของประชาชนลดลง(ที่มา : ไทยรัฐ วันที่ 23 พฤษภาคม 2565)

วิจัยธุรกิจรายสาขา มองว่า ยอดขายรถยนต์โดยรวมในเดือนเมษายน 2565 อยู่ในระดับต่ำ และต่ำกว่ายอดขายในภาวะปกติที่ระดับประมาณ 98,300 คันต่อเดือน โดยตลาดรถยนต์ถูกกดดันจากปัญหาการขาดแคลนชิปทำให้การส่งมอบรถยนต์บางรุ่นล่าช้า เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวต่ำ ราคาน้ำมันสูง ปัญหาหนี้ครัวเรือน ค่าครองชีพที่สูง ทำให้ผู้บริโภคยังคงมีความระมัดระวังการใช้จ่าย โดยเฉพาะการซื้อสินค้าคงทนที่มีราคาสูง แม้จะได้แรงหนุนจากการส่งมอบรถยนต์จากงานมอเตอร์โชว์ การผ่อนคลายความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน การออกรถยนต์รุ่นใหม่และการส่งเสริมการขายของค่ายรถยนต์ต่างๆ ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ มีแนวโน้มรุนแรงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่เป็น non leading brands ยังคงประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ

มาเลเซียระงับส่งออกไก่ ถือเป็นโอกาสของไทย



Source: MOC

บริษัทหลักทรัพย์ ฟิลลิป (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า กรณีรัฐบาลมาเลเซีย หารือร่วมกับบริษัทจำหน่ายและกลุ่มผู้เลี้ยง สัตว์ปีก 12 แห่งในประเทศ และมีมติระงับ การส่งออกเนื้อสัตว์ปีก เริ่มมีผลวันที่ 1 มิ.ย. 2565 ซึ่งจะกระทบกับสิงคโปร์มากที่สุด เนื่องจากนำเข้าไก่จากมาเลเซีย 1 ใน 3 ของ การนำเข้า ขณะที่ไทยส่งออกเพียงร้อยละ 3 ของมูลค่าการส่งออกไก่ โดยมูลค่าการส่งออก ไก่ไปสิงคโปร์ในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ใน 3 เดือน แรกของปี 2565 เพียง 27 ล้านเหรียญสหรัฐ

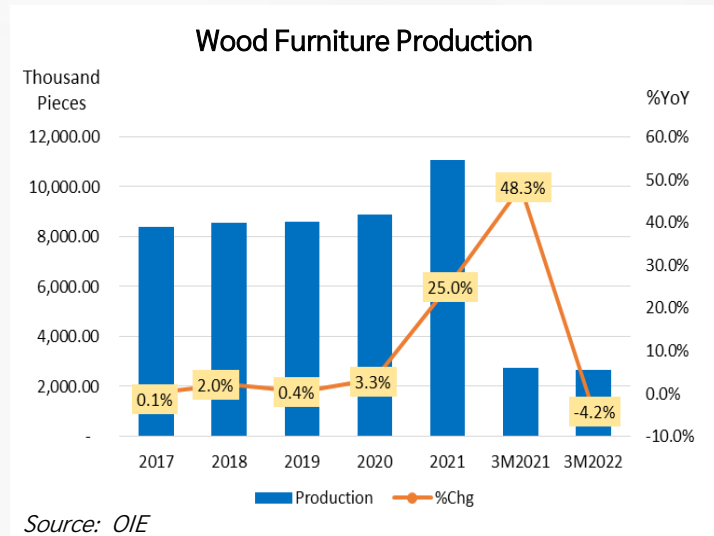
คิดเป็นร้อยละ 3 ของมูลค่าส่งออกไก่จากไทย แม้ข่าวดังกล่าวจะไม่ได้บวมมากต่อผู้ส่งออก ไก่ไทย เนื่องจากสิงคโปร์เป็นตลาดที่เล็ก และไทยส่งออกไปเพียง 100 ล้านเหรียญสหรัฐต่อ ปีเท่านั้น แต่คาดว่าจะได้ยอดขายในตลาดดังกล่าวเพิ่ม (ที่มา : ประชาชาติ วันที่ 25 พฤษภาคม 2565)

วิจัยธุรกิจรายสาขา คาดว่า อุตสาหกรรมไก่ของไทยได้ประโยชน์จากการ บริโภคเนื้อไก่ในประเทศมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นชัดเจน ส่วนหนึ่งเพื่อทดแทนเนื้อหมูที่มีราคา แพง ท่ามกลางต้นทุนการผลิตไก่เนื้อที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่ การส่งออกยังได้รับแรงหนุนจากความต้องการเนื้อและผลิตภัณฑ์ไก่ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะไก่แปรรูปในตลาดยุโรป และสหราชอาณาจักร หลังจากความขัดแย้งระหว่าง รัสเซียและยูเครน ส่งผลให้ยูเครนไม่สามารถส่งออกไก่เข้าสู่สหภาพยุโรปได้ รวมถึงกรณีที่ มาเลเซียจะระงับส่งออกไก่ตั้งแต่ มิ.ย. 2565 ถือเป็นโอกาสของไทยที่ได้ผลบวกจากการที่ ลูกค้าบางส่วนหันมาซื้อไก่จากไทยมากขึ้นแทน อย่างไรก็ตามการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของ ไทยยังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงเช่นกัน เนื่องจากต้นทุนการผลิตเนื้อและผลิตภัณฑ์ไก่ ของไทยสูงกว่าประเทศคู่แข่งชั้นนำสำคัญ โดยเฉพาะสหรัฐฯ และบราซิล ประกอบกับยังได้รับ ผลกระทบจากปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ และค่าระวางเรือที่สูง รวมถึงการขาด แคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานต่างด้าว

Wood Product Sector

ECF เพยกำไร Q1/65 ลดลงร้อยละ 11.04 ตามต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น แม้รายได้เพิ่ม

กรรมการผู้จัดการ บมจ. อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทคเปิดเผยว่า บริษัทมีรายได้รวมไตรมาส 1/65 ที่ระดับ 420.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวของปีก่อนร้อยละ 1.63 และมีกำไรสุทธิ 12.35 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.04 ทั้งนี้รายได้รวมของบริษัทยังคงเติบโตจากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ภายในประเทศที่ขยายตัวร้อยละ 5.73 ขณะที่รายได้จากการส่งออกลดลงร้อยละ 4.19 โดยบริษัทมีเป้าหมายขยายฐานการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ส่งออกไปประเทศอินเดีย และสหรัฐฯ ซึ่งปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ร้อยละ 55 และจำหน่ายภายในประเทศร้อยละ 45 ส่วนกำไรสุทธิปรับตัวลดลง เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และค่าครองชีพสูง ทำให้ผู้ประกอบการมัธยวั้งในการจับจ่ายใช้สอย (ที่มา : ข่าวหุ้น วันที่ 22 พฤษภาคม 2565)



วิจัยธุรกิจรายสาขา มีความเห็นว่า ความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในครึ่งหลังของปี 2565 จากการฟื้นตัวของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง การขยายตัวทางเศรษฐกิจ รวมทั้งหลายบริษัทยังคงใช้นโยบายการทำงานแบบ Hybrid โดยให้พนักงานทำงานที่บ้านร่วมกับการเข้าอาคารสำนักงาน ทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมซื้อเฟอร์นิเจอร์ให้เหมาะสมแก่การทำงานเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้ระดับล่างจะฟื้นตัวได้ช้ากว่าตลาดกลาง-บน เพราะถูกกดดันจากปัญหาหนี้ครัวเรือน ส่งผลให้ผู้บริโภคในตลาดดังกล่าวยังมัธยวั้งการใช้จ่าย อีกทั้งสินค้าในตลาดไม่มีความแตกต่างกันมากนัก และต้องแข่งขันกับเฟอร์นิเจอร์จากจีนที่มีราคาถูกกว่า ส่วนการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง เป็นผลจากความต้องการของสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นตามเศรษฐกิจที่เติบโต รวมทั้งการสั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากไทยทดแทนสินค้าจากจีน ซึ่งเป็นผลจากสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐฯที่คาดว่าจะยังมีต่อเนื่อง

Media Sector

VGI คาดบริษัทมีแนวโน้มเติบโตร้อยละ 60 – 70 จากช่วงเดียวกันปีก่อน

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท วีจีไอ ((VGI) คาดว่าในปี 2565 บริษัทมีแนวโน้มเติบโตร้อยละ 60-70 จากปีก่อน โดยตั้งเป้าหมายรายได้ในปี 2565 ไว้ที่ 6,500 – 7,000 ล้านบาท โดยได้รับแรงหนุนจากจำนวนผู้โดยสาร BTS และการท่องเที่ยวที่เริ่มฟื้นตัว ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายสื่อโฆษณาและบริการด้านดิจิทัลดีขึ้น โดยในปีที่ผ่านมาธุรกิจสื่อโฆษณา ได้รับความนิยมนมากขึ้น ในหมู่แบรนด์ระดับประเทศและระดับโลก

โดยเฉพาะสื่อ BTS Train Body ส่วนธุรกิจบริการชำระเงินได้เดินทางขยายการให้บริการด้านดิจิทัลและออนไลน์อย่างต่อเนื่อง (ที่มา : Hoonsmart วันที่ 26 พฤษภาคม 2565)

Media spending (Million THB)	Y2017	Y2018	Y2019	Y2020	Y2021	JAN-APR 2021	JAN-APR 2022	%Growth JAN-APR	APR 2021	APR 2022	%Growth APR
TV	65,787	70,382	70,310	63,170	63,661	21,346	20,666	-3.09%	5,644	5,686	+0.74%
Internet (DAAT)	12,402	16,928	19,555	21,058	24,766	8,255	9,013	+9.18%	2,063	2,253	+9.21%
Outdoor & Transit	12,259	12,915	13,506	10,985	9,708	3,375	3,981	+17.96%	922	1,049	+13.77%
Cinema	6,816	7,383	8,838	4,395	3,555	1,592	2,239	+40.64%	384	502	+30.73%
Radio	4,476	4,802	4,754	3,635	3,294	1,024	1,003	-2.05%	282	286	+1.42%
Print	9,684	7,416	5,672	3,835	3,117	1,024	912	-10.94%	241	237	-1.66%
In-Store	946	1,060	1,040	674	676	230	269	+16.96%	71	86	+21.13%
Total	112,370	120,886	123,675	107,752	108,777	36,846	38,103	+3.41%	9,607	10,099	+5.12%

Source: Nielsen Advertising Information Service

วิจัยธุรกิจรายสาขามีความเห็นว่า ตลาดโฆษณาในปี 2565 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อยประมาณร้อยละ 5 จากปีก่อน หรือมีมูลค่าประมาณ 114,000 ล้านบาท ตามแนวโน้มการเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศและการส่งออก การปรับตัวดีขึ้นของการลงทุน ประกอบกับภาคการท่องเที่ยวในช่วงครึ่งหลังปี 2565 มีแนวโน้มฟื้นตัวชัดเจนจากช่วงเดียวกันปีก่อน นอกจากนี้ประชาชนเริ่มคุ้นเคยกับการใช้ชีวิตอยู่กับการระบาดที่มีผู้ติดเชื้อโควิด-19 ระดับหนึ่ง ส่งผลให้มีการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังคงได้รับแรงกดดันจากปัญหาหนี้ครัวเรือน ค่าครองชีพที่สูง ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนยังคงชะลอการใช้จ่าย โดยเฉพาะสินค้าฟุ่มเฟือย ประกอบกับเผชิญกับต้นทุนการผลิต และค่าขนส่งสินค้าปรับตัวสูงขึ้น รวมถึงปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์

Disclaimer

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย วิจัย ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) (“ธนาคาร”) ข้อมูล คำแนะนำ บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ ความเห็นและ/หรือบทสรุปต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้จัดทำโดยอาศัยข้อมูลมาจากแหล่งที่ธนาคารเชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือและ/หรือถูกต้อง อย่างไรก็ตาม ธนาคารมิได้ให้คำยืนยันและคำรับรองหรือรับประกันถึงความครบถ้วนสมบูรณ์หรือความถูกต้องของข้อมูลและรายละเอียดที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้แต่อย่างใด ธนาคารตลอดจนบริษัทในเครือและบุคคลอื่นใดที่เกี่ยวข้อง (ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน หรือบุคลากรอื่นใด) จึงไม่รับผิดชอบและไม่มีความรับผิดชอบใด ๆ ไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อการนำเอาข้อมูล คำแนะนำ บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ ความเห็นและ/หรือบทสรุปที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำข้อมูลและรายงานฉบับนี้ไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นด้วยตนเอง

นอกจากนี้ ธนาคารสงวนสิทธิในการแก้ไขเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงรายงานฉบับนี้ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนโดยมีต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า แต่ธนาคารมิได้มีหน้าที่ใดๆ ในการต้องแก้ไขเพิ่มเติมหรือปรับปรุงรายงานฉบับนี้เมื่อข้อมูลหรือรายละเอียดใด ๆ ที่ระบุในรายงานฉบับนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าด้วยเหตุใด ตลอดจนไม่มีหน้าที่ต้องตรวจสอบว่าข้อมูลหรือรายละเอียดที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้เป็นปัจจุบันหรือมีความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์

ธนาคารขอสงวนสิทธิในข้อมูล คำแนะนำ บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ ความเห็นและ/หรือบทสรุปใด ๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ โดยห้ามมิให้ผู้ใดเผยแพร่ ตีพิมพ์ ทำซ้ำ ลอกเลียนแบบ อ้างอิง แก้ไข ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือใช้วิธีการใด ๆ ก็ตาม เว้นแต่จะได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากธนาคารก่อน ธนาคารตลอดจนบริษัทในเครือและบุคคลอื่นใดที่เกี่ยวข้อง จะไม่รับผิดชอบและไม่มีความรับผิดชอบใด ๆ ต่อความเสียหายทุกกรณี อันเกิดขึ้นจากการที่บุคคลอื่นได้แก้ไข เปลี่ยนแปลง ลอกเลียนแบบ เผยแพร่ อ้างอิงข้อมูลใด ๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้โดยมิได้รับอนุญาตจากธนาคาร