



แม้แนวโน้มเงินฝากขยายตัวเร่งขึ้นช่วงท้ายปี... แต่การแข่งขันยังเป็นไปอย่างระมัดระวัง

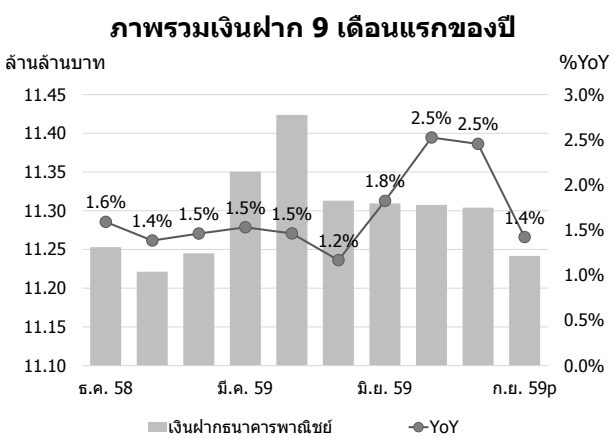
▶ ประเด็นสำคัญ

- เงินฝากธนาคารพาณิชย์ 9 เดือนแรกของปี 2559 หดตัวลง 0.1% จากสิ้นปีก่อนหน้า แม้ว่าธนาคารพาณิชย์จะมีการออกแคมเปญเงินฝากที่หนาแน่นขึ้นเทียบกับปีก่อนเพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์เงินฝากเดิมที่ครบกำหนด
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าเงินฝากธนาคารพาณิชย์มีโอกาสจบปี 2559 ที่อัตราการเติบโตใกล้เคียงระดับ 2.0% ตามแรงหนุนของปัจจัยด้านฤดูกาลที่ลูกค้ามักพักเงินในผลิตภัณฑ์เงินฝากออมทรัพย์ช่วงท้ายปี โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่รอจังหวะเข้าลงทุนเพิ่มเติมในอนาคต ขณะที่ การแข่งขันระดมเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในช่วงที่เหลือของปีคงประคองตัวจาก 9 เดือนแรก เนื่องจากความต้องการใช้สภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์ยังอยู่ในระดับต่ำ
- ส่วนสัดส่วนเงินฝากออมทรัพย์และกระแสรายวันต่อเงินฝากรวม (CASA) ในช่วงสิ้นปีคงปรับเพิ่มขึ้นไปที่ระดับสูงกว่า 60% จากระดับ 57.3% ณ สิ้นปี 2558 จากการเติบโตของผลิตภัณฑ์เงินฝากออมทรัพย์ที่สูงขึ้นกว่าเงินฝากประจำ อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการแสวงหาผลตอบแทน (Search For Yield) ของกลุ่มลูกค้ารายย่อยยังคงมีอย่างต่อเนื่อง ดังสะท้อนผ่านอัตราการเติบโตของเงินฝากที่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ทางเลือกการออมอื่นเช่นกองทุนรวมและประกันชีวิต

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย สรุปภาพรวมเงินฝากของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทยช่วง 9 เดือนแรกของปี 2559 แนวทางการระดมเงินฝากในช่วงที่ผ่านมา และประเมินทิศทางเงินฝากในช่วงที่เหลือของปี โดยมีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

ภาพรวมเงินฝาก 9 เดือนแรก...เงินฝากหดตัวจากปีก่อน แม้การออกแคมเปญเงินฝากจะหนาแน่นขึ้น

ข้อมูลเบื้องต้นจาก ธพ.1.1 บ่งชี้ว่าเงินฝากช่วง 9 เดือนแรกของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทยหดตัวลง 0.1% จากสิ้นปีก่อนหน้า (YTD) มาอยู่ที่ระดับราว 11.24 ล้านล้านบาท หรือ ลดลง 1.1 หมื่นล้านบาทจากปีก่อนหน้า โดยส่วนใหญ่เป็นการลดลงของผลิตภัณฑ์เงินฝากประจำในกลุ่มลูกค้าผู้ฝากเงินรายย่อย ภาคธุรกิจ และ



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

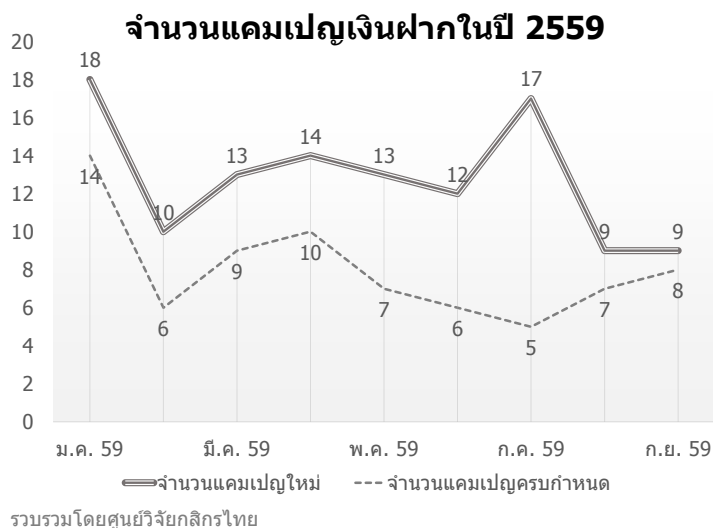
กองทุนต่าง ๆ ขณะที่ เงินฝากกระแสรายวันและเงินฝากออมทรัพย์ยังเติบโตได้จากปีก่อน ซึ่งทำให้สัดส่วนเงินฝากกระแสรายวันและเงินฝากออมทรัพย์ (CASA) ขยับขึ้นมาที่ระดับ 59.9% ของเงินฝากรวมของธนาคารพาณิชย์ เทียบกับระดับ 57.3% ณ สิ้นปี 2558

ทั้งนี้ แม้ภาพรวมเงินฝากจะหดตัวลงเล็กน้อย แต่จำนวนแคมเปญเงินฝากในช่วง 9 เดือนแรก กลับหนาแน่นขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน

● จำนวนแคมเปญเงินฝากพิเศษเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นสู่ระดับ 13 ผลิตภัณฑ์ เทียบกับปี 2558 ที่เฉลี่ยเดือนละ 8 ผลิตภัณฑ์เท่านั้น โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การออกแคมเปญเงินฝากส่วนใหญ่ของธนาคารพาณิชย์คงมุ่งเป้าเพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์เงินฝากเดิมที่ครบกำหนดและสร้างความหลากหลายให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการจัดสรรเงินออม มากกว่าจะเพื่อแข่งขันระดมเงินฝากหรือชิงฐานลูกค้ากับธนาคารอื่นๆ

● ส่วนรูปแบบแคมเปญเงินฝาก เน้นหนักไปที่เงินฝากพิเศษระยะสั้นไม่เกิน 1 ปี เป็นหลัก และมีส่วนผสมของเงินฝากพิเศษระยะปานกลาง 1 - 2 ปีบ้าง เพื่อตอบโจทย์การออมของลูกค้า ส่วนแคมเปญเงินฝากพิเศษระยะเวลานานกว่า 2 ปี มีค่อนข้างจำกัด

● ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝากพิเศษของธนาคารพาณิชย์มีแนวโน้มปรับลดลงเทียบกับต้นปี 2558 สอดคล้องกับอัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อของธนาคารที่ปรับลดลงและมุมมองของธนาคารพาณิชย์ต่อทิศทางอัตราดอกเบี้ยที่จะยังคงอยู่ในระดับต่ำ โดยอัตราดอกเบี้ยของผลิตภัณฑ์เงินฝากระยะกลางมีแนวโน้มปรับลดลงมากกว่าผลิตภัณฑ์เงินฝากระยะสั้น ขณะที่ ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย (สเปรด) สำหรับผลิตภัณฑ์เงินฝากประจำพิเศษระหว่างกลุ่มธนาคารขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก มีแนวโน้มแคบลงเมื่อเทียบกับอดีต โดยสเปรดผลิตภัณฑ์เงินฝากพิเศษระยะสั้นของแบงก์ก็ใหญ่กับแบงก์กลางปรับลดลงจาก 0.2 - 0.25% ในปีก่อนมาที่ระดับ 0.10 - 0.20% ในช่วง 9 เดือนแรกของปีนี้ ขณะที่ สเปรดระหว่างแบงก์ใหญ่กับแบงก์เล็กปรับลดลงมาที่ระดับ 0.3 - 0.35% จากปีก่อนที่ 0.32 - 0.52% ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าทิศทางการปรับลดลงของดอกเบี้ยดังกล่าว สะท้อนถึงการบริหารสภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์ที่เน้นการบริหารในระยะสั้นถึงระยะกลาง ควบคู่ไปกับการบริหารต้นทุนดอกเบี้ยจ่ายให้ใกล้เคียงกับรายได้ดอกเบี้ยรับ จากสินเชื่อเพื่อประคองความสามารถในการทำกำไร



¹ ข้อมูล ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2559

แนวโน้มเงินฝากปี 2559... คาดขยายตัวได้ 2% จากการพักเงินตามปัจจัยด้านฤดูกาล

• ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าเงินฝากธนาคารพาณิชย์ในไตรมาสสุดท้ายของปีมีโอกาสเพิ่มขึ้นกว่า 2 แสนล้านบาท และจบปีที่อัตราการเติบโตที่ระดับ 2.0% ตามแรงหนุนของปัจจัยด้านฤดูกาลที่ลูกค้ามักพัก

เงินในเงินฝากออมทรัพย์ช่วงท้ายปี เพื่อรักษาสภาพคล่องไว้รองรับการใช้จ่ายในอนาคต โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ ที่น่าจะมี

| | ธ.ค.2558 | ก.ย.2559p | ธ.ค.2559f |
|-----------------------|----------|-----------|-----------|
| เงินฝาก (ล้านล้านบาท) | 11.25 | 11.24 | 11.48 |
| % YoY | 1.6% | 1.4% | 2.0% |
| สัดส่วน CASA | 57.3% | 59.9%* | 60.5% |

p = ตัวเลขเบื้องต้น, f = ตัวเลขประมาณการ, * ณ สิ้นเดือนธ.ค.2559
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

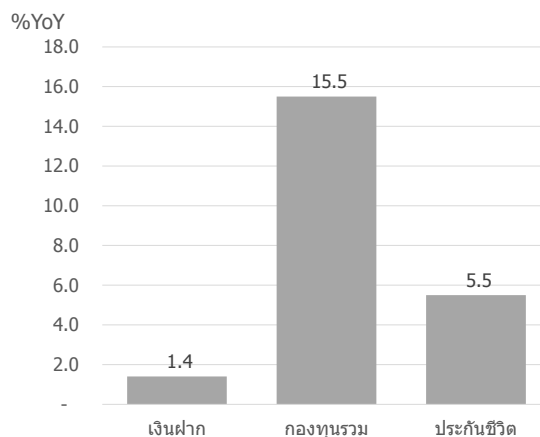
ความต้องการพักเงินเพิ่มเติมจากปีก่อนๆ เพื่อรอจังหวะการเข้าลงทุนเพิ่มเติมเมื่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศเข้าสู่ภาวะปกติมากขึ้น นอกจากนี้ แรงกดดันจากการไหลออกของเงินฝากยังมีแนวโน้มลดลงเทียบกับปีก่อน โดยการครบกำหนดของเงินฝากประจำในช่วงไตรมาส 4 ปีนี้ จะมีจำนวนราว 1.4 ล้านล้านบาท ต่ำกว่าช่วงเดียวกันของปี 2558 ที่มีปริมาณราว 1.9 ล้านล้านบาท ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์น่าจะสามารถออกแคมเปญเงินฝากเพื่อประคองปริมาณเงินฝากประจำไว้ได้ใกล้เคียงกับระดับ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2559

• ส่วนทิศทางการแข่งขันระดมเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในช่วงท้ายปี... คงอยู่ในบรรยากาศระมัดระวังตัวตั้งเช่นในช่วง 9 เดือนแรกของปี ท่ามกลางความต้องการใช้สภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ในระดับต่ำจากการปล่อยสินเชื่อซึ่งเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทยเชื่อว่า แม้การทำการตลาดของธนาคารพาณิชย์อาจลดความหิวโห้วงบ้างเพื่อประหยัดต้นทุนการดำเนินงาน แต่ธนาคารพาณิชย์จะยังคงนำเสนอแคมเปญเงินฝากพิเศษที่มีความหลากหลายอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบใจยุทธการออมของแต่ละกลุ่มลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ชูจุดขายเรื่องอัตราดอกเบี้ยสูง โดยเฉพาะเงินฝากระยะกลางที่อาจเห็นธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็กกลับมาแข่งขันด้านราคาเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์เงินฝากพิเศษฟรีค่าธรรมเนียม ผลิตภัณฑ์เงินฝากพิเศษปลอดภาษี ตลอดจนเงินฝากอัตราดอกเบี้ยพิเศษเมื่อเปิดบัญชีควบคู่กับผลิตภัณฑ์อื่น เพื่อรับมือกับผลิตภัณฑ์เงินฝากของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ พันธบัตรออมทรัพย์ และผลิตภัณฑ์ประหยัดภาษีอื่นๆ ซึ่งจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นในช่วงท้ายปี

• สัดส่วนเงินฝากออมทรัพย์และกระแสรายวันต่อเงินฝากรวม (CASA) ในช่วงท้ายปีนี้ คงปรับเพิ่มขึ้นไปที่ระดับสูงกว่า 60% จากระดับ 57.3% ณ สิ้นปี 2558 จากการเติบโตของเงินฝากประเภทออมทรัพย์ที่มีแนวโน้มเร่งตัวสูงขึ้นกว่าเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ อย่างไรก็ตาม แม้เงินฝากออมทรัพย์และกระแสรายวันจะเร่งขึ้น แต่แนวโน้มการแสวงหาผลตอบแทน (Search For Yield) ของกลุ่มลูกค้ารายย่อยยังคงมีอย่างต่อเนื่อง ดังสะท้อนผ่านอัตราการเติบโตของเงินฝากที่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์

ใกล้เคียงเช่นกองทุนรวมและประกันชีวิต ซึ่งบ่งชี้ว่าการเติบโตของเงินฝากออมทรัพย์และกระแสรายวันที่สูงกว่าเงินฝากประจำนั้น อาจเป็นผลจากความต้องการพักเงินระยะสั้นและความต้องการสภาพคล่องของผู้ออมเป็นหลัก ส่วนการแสวงหาผลตอบแทนจากการออมนั้น ผู้ออมอาจเลือกลงทุนในช่องทางกำรออมอื่นๆ เพิ่มเติมนอกเหนือไปจากผลิตภัณฑ์เงินฝากประจำ

อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์เงินออม เดือนก.ย.2559



*ยกเว้นประกันชีวิต เป็นข้อมูล ณ เดือนส.ค.2559

**ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, สมาคมบริษัทจัดการลงทุน, สมาคมประกันชีวิตไทย

● ขณะที่ ในระยะกลางถึงยาว ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ธนาคารพาณิชย์อาจต้องปรับสัดส่วน CASA ลงจากปัจจุบันเพื่อให้เหมาะสมกับเกณฑ์ LCR ทั้งนี้ เนื่องจากเกณฑ์การดำรงสินทรัพย์สภาพคล่องเพื่อรองรับสถานการณ์ด้านสภาพคล่องที่มีความรุนแรง (Liquidity Coverage Ratio: LCR) ตาม Basel III² กำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ต้องมีโครงสร้างแหล่งเงินทุนระยะกลางและระยะยาวที่มั่นคง ซึ่งหมายถึง ธนาคารพาณิชย์อาจต้องให้น้ำหนักกับผลิตภัณฑ์เงินฝากประจำระยะกลางและยาวเพิ่มขึ้น และทยอยปรับลดสัดส่วน CASA ลงในอนาคต แต่ทั้งนี้ เพราะสภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่สูงกว่าที่เกณฑ์ LCR กำหนดค่อนข้างมาก ทำให้แต่ละธนาคารสามารถบริหารเงินฝากและปรับลดสัดส่วน CASA แบบค่อยเป็นค่อยไปได้โดยไม่กระทบต่อทิศทางเงินฝากและสภาพคล่องของธนาคารโดยรวม

โดยสรุป แม้การเติบโตของเงินฝากที่ระดับ 2.0% ในปี 2559 จะเป็นอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำซึ่งสอดคล้องกับสินเชื่อที่เติบโตแบบค่อยเป็นค่อยไป แต่ด้วยจำนวนแคมเปญเงินฝากที่คาดว่าธนาคารพาณิชย์จะทยอยผลักดันเข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องแล้ว คงช่วยเพิ่มทางเลือกในการออมได้มากขึ้น นอกเหนือไปจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์อื่นๆ อาทิ กองทุนรวม และประกัน เพื่อความครบถ้วนในการนำเสนอผลิตภัณฑ์การออมและตอบโจทย์เรื่องผลตอบแทนไปพร้อมๆ กัน

Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือหรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯอาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใช้นี้หรือบุคคลใดในความเสียหายจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็น หรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

² เริ่มบังคับใช้ที่ระดับ 60% ในปีนี้ และจะทยอยเพิ่มขึ้นปีละ 10% จนครบ 100% ในปี 2563