

บลจ.ซีมิโก้ชูจุดขาย ‘กองทุนดี’ไม่ซ้ำใคร

โพสต์ทูเดย์ — บลจ.ซีมิโก้ วางกลยุทธ์ ออกแบบกองทุนรวมที่แตกต่างไม่ซ้ำใคร ชูจุดขายถึงนักลงทุน หวังยึดพื้นที่ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

น.ส.ดวงพร เต็มวัฒนะ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ซีมิโก้ ซึ่งเป็น บลจ.น้องใหม่ กล่าวว่า บริษัทจะนำกลยุทธ์ Blue Ocean strategic มาใช้ในการดำเนินธุรกิจกองทุนรวม โดยเน้นการออกกองทุนใหม่ที่แตกต่างจาก บลจ.อื่นและบริหารงานด้วยต้นทุนที่ต่ำ เพื่อไม่เป็นภาระแก่บริษัทหลักทรัพย์ (บล.) ซีมิโก้ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท

“ปัจจุบันธุรกิจกองทุนรวมแข่งขันกันมาก และกองทุนก็คล้ายคลึงกัน ส่วนใหญ่จะแข่งกันที่ช่องทางจำหน่ายหรือสาขาของธนาคาร ดังนั้นการที่เราเข้ามาอยู่ตรงจุดนี้ก็ต้องสร้างความแตกต่างจากคนอื่น มีลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และ อยู่ได้อย่างมีคุณภาพ โดยไม่ได้ตั้งเป้าว่าจะเป็นสินทรัพย์อันดับ 1 หรือ 2” น.ส.ดวงพร กล่าว

อย่างไรก็ตาม การเป็น บลจ.น้องใหม่ ซึ่งอาจไม่เป็นที่รู้จักของนักลงทุนทั่วไป บริษัทจึงจะใช้ชื่อในการทำตลาดภายใต้แบรนด์ “เดอะ มั่นนี้ โปร” ซึ่งแบ่งกลุ่มกองทุนเป็น 3 กลุ่มตามความเสี่ยงและประเภทสินทรัพย์ลงทุน โดย 1.กลุ่มซีริส ฟรีดอม โดยจะออกกองทุนที่เข้าใจง่ายและเสี่ยงต่ำ สำหรับนักลงทุนกลุ่มที่ไม่เคยลงทุนในกองทุนมาก่อน หรืออาจเคยลงทุนเพื่อสิทธิภาษีในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF)

2.กลุ่มซีริส แอดวานซ์ สำหรับนักลงทุนที่เคยลงทุนมาก่อนแล้ว ไม่ว่าจะเป็กองทุนม้นนี้มาร์เก็ต หรือตราสารหนี้ โดยจะนำเครื่องมือทางการเงินมาใช้ในการบริหารและออกแบบกองทุนให้ต่างจากรายอื่น และ 3.กลุ่มซีริส โนวา เป็นกองทุนรูปแบบใหม่ๆ เช่นลงทุนในสินทรัพย์อื่น นอกเหนือจากหุ้นและ ตราสารหนี้

สำหรับการออกกองทุนแรกของบริษัท เปิดตัวด้วยกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) โดยใช้เงินทุนเข้ามาช่วยบริหารเพื่อรักษาเงินลงทุนไม่ให้ต่ำกว่า 80% ของมูลค่าสินทรัพย์สุทธิ ซึ่งไม่เหมือนกองทุนไหน และในสัปดาห์หน้าจะขึ้นขอจัดตั้งกองทุนหุ้น คู่ครองเงินต้นทั้ง 100% และออกกองทุนตราสารหนี้ หลังจากนั้นจะออกกองทุนผสมกองทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF)

น.ส.ดวงพร กล่าวว่า บริษัทยังมีแผนเปิดสาขาไซเบอร์ บลานซ์ (สาขาอิเล็กทรอนิกส์) ในปีนี้ 10 สาขาในจังหวัดที่มีอัตราการออมสูง เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อของลูกค้าในต่างจังหวัด รวมทั้งจะเปิดซื้อขายผ่าน อินเทอร์เน็ตได้ประมาณเดือน ก.ค.นี้ และมีคอลเซ็นเตอร์ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ เนื่องจากบริษัทไม่

ต้องการเน้นขายผ่านตัวแทนซึ่งเป็นสถาบันการเงินเพียงช่องทางเดียว เพราะต้องจ่ายค่าคอมมิชชันทำให้ต้นทุนโดยรวมจะสูง ซึ่งบริษัทตั้งเป้าว่าภายใน 1 ปีจะต้องคุ้มทุนให้ได้

“กลุ่มเป้าหมายลูกค้าเริ่มแรกต้องใช้กลุ่มลูกค้า บล.ซีบีไอ ก่อน แต่ต่อไปต้องหาลูกค้าเองและพยายามหาลูกค้าใหม่ๆ” น.ส.ดวงพร กล่าว

นอกจากนี้ บริษัทอยู่ระหว่างยื่นขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจกองทุนส่วนบุคคล แต่ไม่มีแผนบริหารกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

น.ส.ดวงพร กล่าวว่า การออกกองทุนที่แตกต่างของบริษัท ได้ศึกษารูปแบบมาจากต่างประเทศที่มีเทคนิคและเครื่องมือในการออกแบบกองทุน เพื่อให้เหมาะกับนักลงทุนในไทย โดยการบริหารไม่ได้อิงที่ตัวผู้จัดการกองทุนเป็นหลัก แต่หลักการบริหารมีระบบที่ชัดเจน และผู้จัดการกองทุนจะทำหน้าที่บริหารกองทุนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกองทุน