

“ผลิตภัณฑ์และราคาสำหรับลูกค้า High Net Worth (2)”

ดร.กฤษฎา เสกตระกูล

ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาความรู้ผู้ประกอบการวิชาชีพหลักทรัพย์

ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน (TSI)

สถาบันกองทุนเพื่อพัฒนาตลาดทุน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



ตีพิมพ์ลงหนังสือพิมพ์ โฟสต์ ทูเดย์ เดือนกันยายน 2551

ในตอนนี้จะได้อธิบายถึงกระบวนการให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจของการให้บริการด้าน Wealth management สถาบันการเงินขนาดใหญ่ที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่อย่างกว้างขวางมักจะเจอปัญหาว่า การให้คำแนะนำขึ้นอยู่กับความสามารถของพนักงานแต่ละคน ถ้าไม่พยายามกำหนดมาตรฐานจะทำให้การให้บริการมีคุณภาพไม่ค่อยคงที่ (ad hoc and of variable quality) สำหรับลูกค้าที่แม้แต่จะมีลักษณะข้อมูล และความต้องการที่คล้ายกัน แต่ก็อาจจะมีความละเอียดของการลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์ที่ต่างกันได้ ซึ่งตรงนี้ต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่าง นักวางแผนการเงินกับลูกค้าที่ต้องพูดคุยกันในรายละเอียดเมื่อมีการออกแบบแผนการเงินเป็นระยะๆ ในด้านของ สถาบันการเงิน การสร้างให้มีระบบการให้คำปรึกษา (a systematic advisory approach) จึงเป็นสิ่งสำคัญในการ ออกแบบแผนการเงินให้ตรงกับความต้องการและความชอบของลูกค้าในลักษณะ tailor – made

กระบวนการให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า

1. การรวบรวมและวิเคราะห์เพื่อจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้า (client profiling)

นักวางแผนทางการเงินจะต้องสามารถรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของลูกค้า เพื่อให้ได้เห็นภาพรวมเกี่ยวกับความมั่นคงในขณะนั้นของลูกค้า ซึ่งรวมทั้งการลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงิน และสินทรัพย์อื่นๆ นั่นคือ รายได้ ข้อมูลภาษี และการโอน หรือเตรียมถ่ายโอนความมั่งคั่ง(ถ้ามี) สินทรัพย์ของลูกค้าจะส่งถูกออกแบบให้กระจายว่าจะครอบคลุมหนี้สินต่างๆ ที่มีอยู่ว่าจะเพียงพอที่จะชำระภาระหนี้สินได้หรือไม่ ความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้หรือไม่ ซึ่งถือว่าเป็นขั้นต้นในการออกแบบกลุ่มสินทรัพย์ให้สามารถชำระหนี้สินได้ในอนาคต และจัดให้สอดคล้องกับลักษณะความเสี่ยงที่ลูกค้าเป็นอยู่

2. การจัดทำข้อเสนอการลงทุนและรูปแบบการลงทุน (investment proposal and solution)

ในขั้นตอนนี้ นักวางแผนทางการเงินจะกำหนดวิธีการจัดสรรเงินลงทุนว่าจะลงทุนในสินทรัพย์ลงทุนอะไรบ้าง เป็นสัดส่วนเท่าใด นักวางแผนทางการเงินอาจขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในตลาดทุนให้ช่วยดำเนินการก็ได้ ผลลัพธ์ของขั้นตอนนี้ก็ได้ทั้งกลุ่มสินทรัพย์ลงทุนที่เหมาะสมกับลูกค้า รวมถึงข้อเสนอในการบริหารกลุ่มสินทรัพย์ลงทุนเหล่านั้นด้วย

3. การจัดทำสัญญาการวางแผนทางการเงินและนำไปปฏิบัติ (agreement and implementation)

นักวางแผนทางการเงินและลูกค้า จะจัดทำสัญญาและลงนามร่วมกัน ตามแผนการเงินที่ได้กำหนดขึ้น และนักวางแผนทางการเงินจะคอยให้คำปรึกษาเป็นระยะว่าควรปรับปรุงกลุ่มสินทรัพย์ลงทุนอย่างไรให้บรรลุเป้าหมาย หรือทำอย่างไรให้ดีที่สุดภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ซึ่งต้องให้ลูกค้าเป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะปรับปรุงหรือไม่ คำแนะนำของนักวางแผนทางการเงินรวมทั้งการค้นหาข้อมูลและเครื่องมือต่างๆ ประกอบการตัดสินใจของลูกค้าด้วย

4. การทบทวน (review)

เมื่อผ่านระยะเวลาที่กำหนด เช่น ทุก 6 เดือน หรือ 1 ปี จะต้องมีการทบทวนแผนการเงิน โดยจัดทำรายงานมาตรฐาน (a regular formal review) เพื่อเสนอต่อลูกค้า โดยรวมถึงงบการเงินส่วนบุคคลนอกเหนือจากกลุ่มสินทรัพย์ลงทุน เพื่อสามารถเห็นได้ว่าความมั่งคั่งของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

ภายใต้ขั้นตอนทั้ง 4 นี้ สถาบันการเงินสามารถพัฒนาเครื่องมือ หรือระบบงานต่างๆ เพื่อใช้ในการบริหารงานธุรกิจ Wealth Management เช่น Merrill Lynch พัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปที่เรียกว่า Assessing Your Goals ในการรวบรวมข้อมูลลูกค้าและวิเคราะห์ลูกค้า และสร้างระบบ Client Review Centre ในการใช้ติดตามและปรับปรุงการดำเนินงานตามแผนการเงินของลูกค้าแต่ละราย เป็นต้น

แนวทางการจัดสรรเงินลงทุนในสินทรัพย์สำหรับลูกค้า HNWI

การจัดสรรสินทรัพย์ลงทุนเป็นกลุ่มหลักทรัพย์ (Portfolio) ให้กับลูกค้ามีหลักการว่าต้องให้สอดคล้องกับความเสี่ยงและข้อจำกัดต่างๆ ของลูกค้า ซึ่งได้อธิบายไปบ้างแล้วในตอนที่กำลังกล่าวถึง การจัดทำ risk profile ของลูกค้า แต่ก็ควรทราบด้วยว่า portfolio ของลูกค้านี้ก็ยังสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามความต้องการของลูกค้าและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การศึกษาของ Capgemini and Merrill Lynch ได้ศึกษาถึง portfolio ของผู้ลงทุนประเภท HNWI ระหว่างปี 2002-2004 สรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 โครงสร้างกลุ่มหลักทรัพย์ของ HNWI

ประเภทหลักทรัพย์	2002	2003	2004
Alternative Investment	10%	13%	14%
Real Estate	15%	17%	13%
Cash / Deposits	25%	10%	12%
Fixed Income	30%	25%	27%
Equities	20%	35%	34%
รวม	100%	100%	100%

ที่มา : Capgemini / Merrill Lynch "Relationship Manager Survey" March 2003, April 2004, April 2005

จากโครงสร้างในตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าลูกค้า HNWI ส่วนใหญ่ถือครองหลักทรัพย์ประเภทตราสารทุน (equities) และหลักทรัพย์การลงทุนในทางเลือกอื่น (alternative investment) มากขึ้น ในขณะที่ลดการถือครองสินทรัพย์ลงทุนพื้นฐาน เช่น เงินสด และเงินฝาก (cash and deposits) แนวโน้มดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าลูกค้า HNWI ลงทุนกระจายทั้งในหลักทรัพย์พื้นฐาน เช่น เงินสด เงินฝาก ตราสารหนี้ ตราสารทุน อสังหาริมทรัพย์ และทางเลือกในการลงทุนอื่น เช่น ตราสารลงทุนที่อ้างอิงราคาตามดัชนี (Tracker – related products) ตราสารการเงินที่ถูกออกแบบโครงสร้างในลักษณะเฉพาะ (structured products) และตราสารการลงทุนที่เป็นนวัตกรรม เช่น Hedge funds, private equity, REIT เป็นต้น ซึ่งจะได้กล่าวถึงในตอนต่อไป

จากแนวโน้มดังกล่าวชี้ให้เห็นด้วยว่า การบุกเข้าไปในตลาด Wealth Management ของลูกค้า HNWI จำเป็นที่จะต้องให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้แก่ลูกค้าด้วย บุคลากรที่เป็นนักวางแผนการเงินจึงต้องเข้าใจลักษณะผลิตภัณฑ์ ราคา ผลตอบแทน ความเสี่ยง วิธีการซื้อขาย กลยุทธ์การลงทุน อย่างน้อยก็ในขั้นต้นเพื่อประสานงานทั้งในฝั่งผู้ออกผลิตภัณฑ์มาขาย และฝั่งลูกค้าซึ่งเป็นผู้จะซื้อและจะขายผลิตภัณฑ์เหล่านั้นต่อไป

ติดตามบทความเกี่ยวกับการเงินและการลงทุนที่น่าสนใจอื่นๆ ได้ที่ www.tsi-thailand.org