

MEGA10 CHINA

กองทุนเปิด ที่ลงทุนกับ

**10 บริษัททรงอิทธิพล
ในประเทศจีน**

MEGA10CHINA-A / MEGA10CHINA-SSF / MEGA10CHINARMF
เปิด IPO วันที่ 21 - 26 ธันวาคม 2566



กองทุนเปิด MEGA 10 CHINA ชนิดสะสมมูลค่า (MEGA10CHINA-A)
กองทุนเปิด MEGA 10 CHINA ชนิดเพื่อการออม (MEGA10CHINA-SSF)
กองทุนเปิด MEGA 10 CHINA เพื่อการเลี้ยงชีพ (MEGA10CHINARMF)

เสนอขาย IPO วันที่ 21 - 26 ธ.ค. 2566

Brand คืออะไร?



“สินค้านั้นสร้างมาจาก
โรงงาน แต่แบรนด์
สินค้าสร้างมาจากใจของ
ลูกค้า หรือผู้ให้บริการ”

Walter Lander,
founder of brand
and marketing of
Lander consultancy

“แบรนด์ เป็นสิ่งมีชีวิตที่มี
การเติบโตขึ้นหรืออ่อนแอ
ลง สะสมมาตามกาลเวลา
จากการตอบสนองของ
ลูกค้าหรือผู้ให้บริการ
นับพันราย”

Michael Eisner,
former CEO of The
Walt Disney
Company.

“แบรนด์คือสินทรัพย์
ทางการตลาด หรือทาง
ธุรกิจที่ไม่มีตัวตน ที่ช่วยใน
การแสดงเอกลักษณ์ของ
สินค้าของบริษัท และตัว
บริษัทเอง”

ความสำคัญของ Brand

- สินค้าที่มีแบรนด์เป็นที่รู้จักสามารถตั้งราคาได้ตามต้องการ (Price Setter) นอกจากนี้แบรนด์ยังมีมูลค่ามหาศาลสามารถทำให้มูลค่าโดยรวมของบริษัทเพิ่มสูงขึ้นได้ เมื่อต้องมีการควบรวมกิจการ
- แบรนด์คือสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนของแต่ละบริษัท และ มีงานวิจัยในวารสารระดับโลกที่สนับสนุนว่า มูลค่าของแบรนด์มีผลในเชิงบวกต่อราคาหุ้นของบริษัทนั้น ๆ
- บริษัทที่มีแบรนด์ชั้นนำที่เป็นที่รู้จักจะเสมือนมีเกราะป้องกันแรงกระแทกจากผลกระทบจากเศรษฐกิจถดถอย จากการที่ผู้ถือหุ้นจะให้ความสำคัญกับมูลค่าของแบรนด์ ทำให้ลดความตระหนกจากความผันผวนของรายได้ของบริษัท
- การที่มีแบรนด์ที่แข็งแกร่งสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่ง และมีแนวโน้มทำให้บริษัทมีรายได้และกำไรที่ดีกว่า



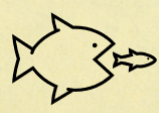
Investment Highlight



- เน้นลงทุนในหุ้นของบริษัทที่มีแบรนด์ชั้นนำของประเทศจีน 10 ตัว ที่จดทะเบียนซื้อขายอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง (HKEX) ที่ไม่ใช่ State Owned Companies



- แบรนด์คือสินทรัพย์ไม่มีตัวตนของแต่ละบริษัท และมีงานวิจัยในบริษัทระดับโลกที่สนับสนุนว่า มูลค่าของแบรนด์มีผลในเชิงบวกต่อราคาหุ้นของบริษัทนั้น ๆ *



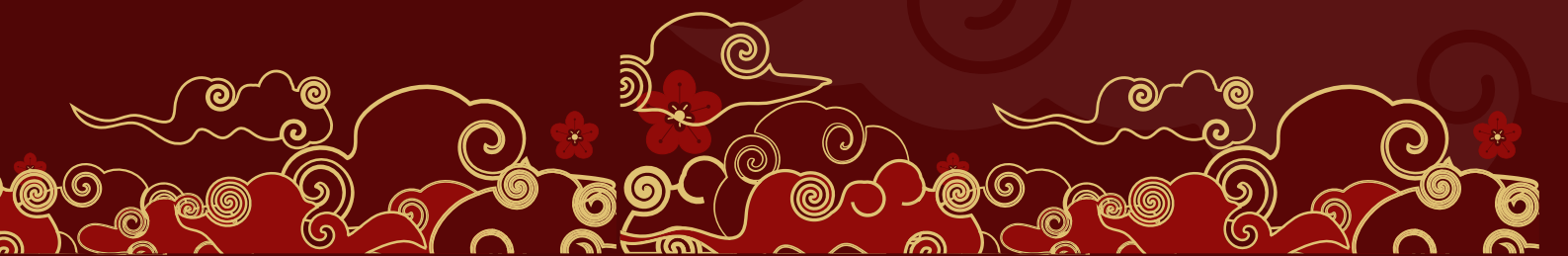
- บริษัทที่มีแบรนด์ชั้นนำระดับโลกมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และบริษัทเหล่านี้จะสามารถรับผลกระทบจากเศรษฐกิจถดถอยได้ดีกว่าบริษัทอื่น ๆ *



- บริษัทที่มีแบรนด์ชั้นนำเหล่านี้จะมีการกระจายตัวของรายได้จากหลากหลายภูมิภาคในโลก



- กองทุนนี้เน้นการลงทุนระยะยาวโดยใช้วิธีการลงทุนลักษณะ "Rule Based Approach" โดยจะมีการคัดเลือกหุ้นในการลงทุนโดยปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อราคาหุ้น อาทิ ปัจจัยในด้านคุณภาพหุ้น (Quality) ขนาดของมูลค่าหุ้น (Size) สภาพคล่อง (Liquidity) เป็นต้น

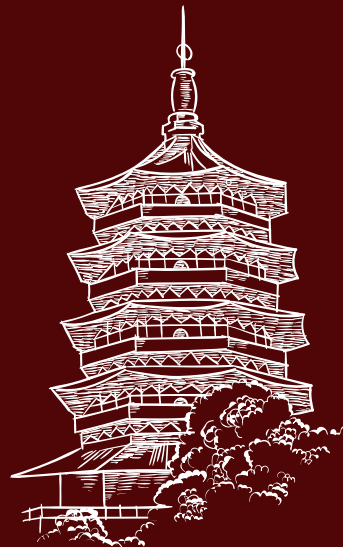
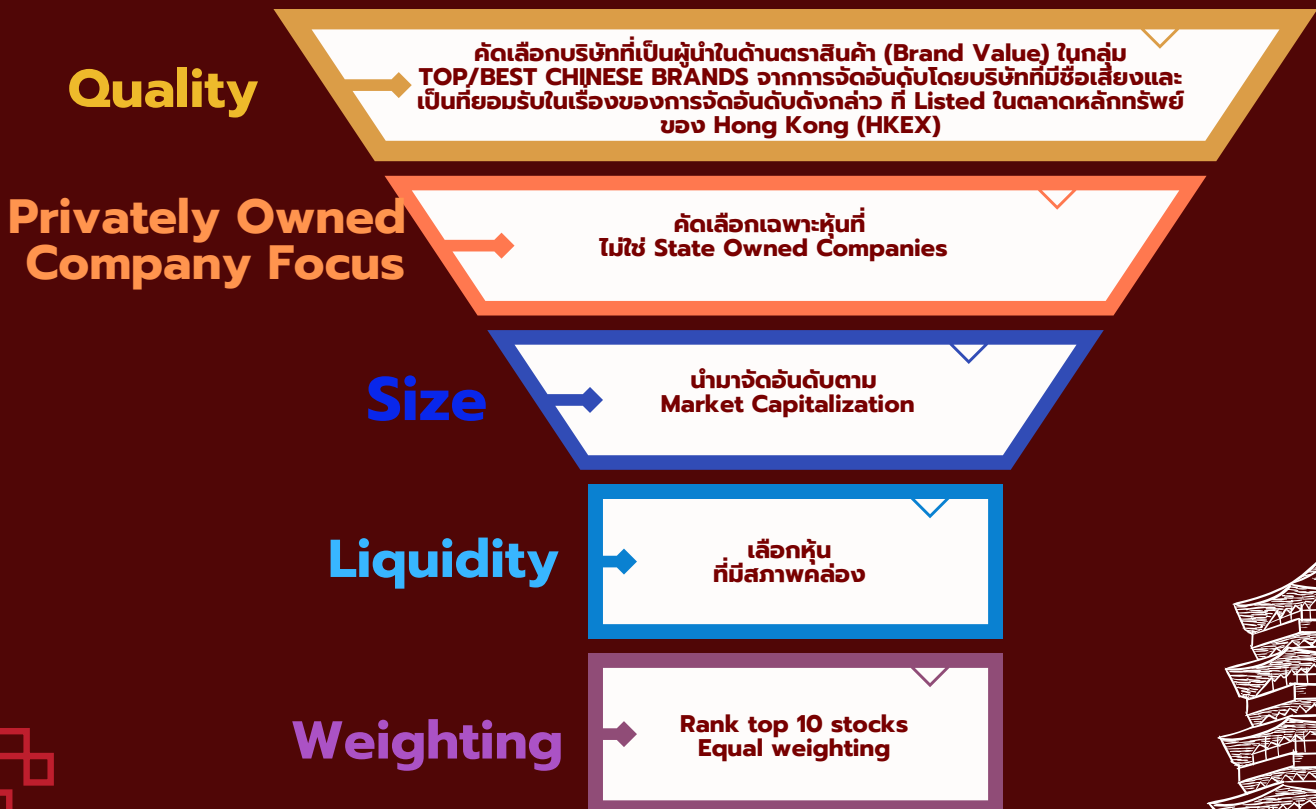


จุดเด่น MEGA10CHINA



กระบวนการลงทุน

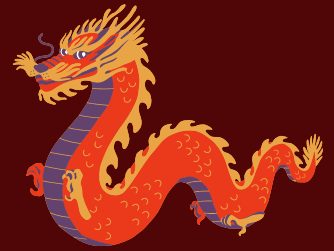
ลงทุนแบบ “Rule Based Investment Approach” เพื่อคัดเลือกบริษัทในการลงทุน



Interbrand

บริษัทให้คำปรึกษาด้านแบรนด์สินค้า
มีสำนักงานอยู่ 24 แห่ง ใน 17 ประเทศทั่วโลก

ความเชี่ยวชาญ ดังนี้ การตั้งชื่อ, การวางกลยุทธ์, การวิเคราะห์, การประเมินมูลค่า,
การออกแบบองค์กร, การออกแบบบรรจุภัณฑ์, การจัดการแบรนด์สินค้าในรูปแบบดิจิทัล



KANTAR BRANDZ

Kantar BrandZ ให้บริการโดย Kantar Group ซึ่งเป็นบริษัทด้านข้อมูล ความรู้ และการให้คำปรึกษาระดับโลกที่มีฐานที่ลอนดอน ประเทศอังกฤษ บริษัทนี้ได้รับการก่อตั้งในปี 1992 และมีพนักงานประมาณ 30,000 คนที่ทำงานในกว่า 90 ประเทศ โดยทำงานในสาขาวิจัยต่าง ๆ รวมถึงการให้คำแนะนำทางด้านแบรนด์ กลยุทธ์การตลาดของแบรนด์ การตรวจสอบสื่อสังคม ประสิทธิภาพของโฆษณา พฤติกรรมของผู้บริโภคและผู้ซื้อปลีก และความเห็นของประชาชน

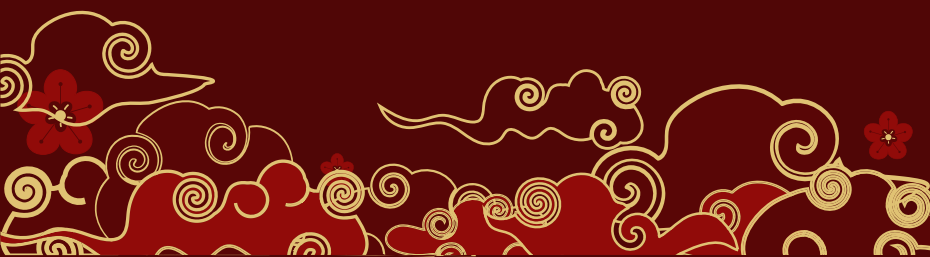
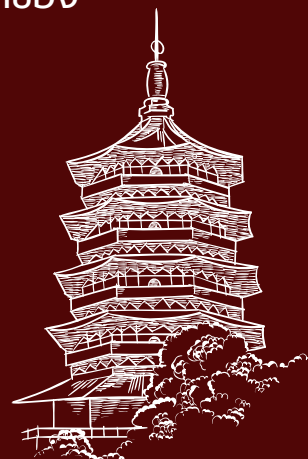
Brand Finance[®] Brandirectory

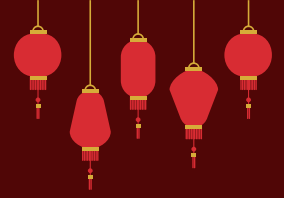


Brand Finance เป็นบริษัทที่ให้บริการที่ปรึกษาในการประเมินมูลค่าของธุรกิจที่เป็นแบรนด์อย่างอิสระ บริษัทนี้ให้คำแนะนำ เกี่ยวกับแบรนด์ขององค์กร หรือ intangible asset อื่น ๆ เกี่ยวกับวิธีการเพิ่มมูลค่าผ่านการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ Brand Finance ได้รับการรับรองด้วยมาตรฐาน ISO 10668:2010 ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับการประเมินมูลค่าแบรนด์และ intangible asset อื่นๆ






Brand Finance ถูกก่อตั้งขึ้นในปี 1996 โดย David Haigh ซึ่งได้รับคุณวุฒิจากสภาบัญชี (Chartered Accountant) จากบริษัท Price Waterhouse ในลอนดอน. ก่อนที่จะสร้าง Brand Finance, เขาเคยเป็นผู้อำนวยการในฝ่ายประเมินมูลค่าแบรนด์ระดับโลกของ Interbrand ในลอนดอน

Source: Interbrand , Kantar BrandZ and Brand Finance website





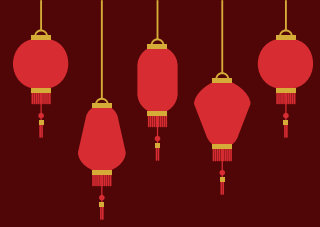
ตัวอย่างบริษัทที่มีแบรนด์ที่ทรงอิทธิพลของประเทศไทย

No	Brand	Market Cap (HK Dollar) 30/06/2023	Detail
1		3,182,723.497	Tencent Holdings Ltd - เทนเซ็นต์ ได้ก่อตั้งบริษัทขึ้นเมื่อปี 2541 ด้วยเงินทุน 500,000 หยวน เริ่มแรกให้บริการด้าน System Integration หรือบริการวางระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายสำหรับองค์กรเป็นหลัก ต่อมาผันตัวเป็นบริษัทเทคโนโลยีด้านความบันเทิง และเป็นหนึ่งในบริษัทความสำเร็จสูงสุดทางด้านมัลติมีเดียในโลกตามรายได้ นอกจากนี้ยังเป็นบริษัทที่ใหญ่ที่สุดในวงการวิดีโอเกม
2		1,679,249.239	Alibaba Group Holding Ltd เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลายประเภทรวมทั้งอีคอมเมิร์ซ ค่าปลีก อินเทอร์เน็ต เอไอและเทคโนโลยีข้ามชาติของจีน ก่อตั้งในปี 2542 ซึ่งให้บริการขายแบบลูกค้าต่อลูกค้า ธุรกิจต่อลูกค้า และธุรกิจต่อธุรกิจผ่านเว็บพอร์ทัล ตลอดจนบริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เสริจเอนจินซื้อสินค้า และบริการคอมพิวเตอร์แบบคลาวด์ บริษัทเป็นเจ้าของและดำเนินการธุรกิจหลากหลายประเภททั่วโลกในหลายส่วน และฟอร์จูนออกชื่อว่าเป็นบริษัทที่ได้รับความนิยมชมมากที่สุดในโลกบริษัทหนึ่ง
3		910,764.9639	Ping An Insurance Company of China, Ltd. เป็นกลุ่มบริษัทสัญชาติจีนที่มีบริษัทลูกให้บริการประกันภัย การธนาคาร การบริหารสินทรัพย์ การเงิน และบริการด้านสุขภาพ บริษัทก่อตั้งขึ้นในปี 1988 และมีสำนักงานใหญ่ในเซินเจิ้น "ปิงอัน" แปลว่า "ปลอดภัยและสบายดี"
4		780,397.5151	BYD Co. Ltd. เป็นบริษัทผู้ผลิตในเครือของจีนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยมีสำนักงานใหญ่ในเมืองเซินเจิ้น มณฑลกว่างตุ้ง ประเทศจีน ก่อตั้งโดย Wang Chuanfu ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2538 บริษัทมีบริษัทย่อยหลัก 2 แห่ง ได้แก่ BYD Auto และ BYD Electronic
5		763,409.4155	Meituan Inc. เป็นแพลตฟอร์มการซื้อปิ้งของจีนสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการค้าปลีกในท้องถิ่น ซึ่งรวมถึงความบันเทิง การรับประทานอาหาร การจัดส่ง การเดินทาง และบริการอื่นๆ บริษัทมีสำนักงานใหญ่ในกรุงปักกิ่ง และก่อตั้งขึ้นในปี 2010 โดย Wang Xing บริษัทดำเนินการแอปและเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้

ที่มา : <https://th.wikipedia.org/wiki> 19 ต.ค. 66

ทั้งนี้ตัวอย่างบริษัทดังกล่าวสามารถปรับเปลี่ยนได้ ตามเกณฑ์การลงทุน และสภาวะการณ์การลงทุน ณ ขณะนั้น



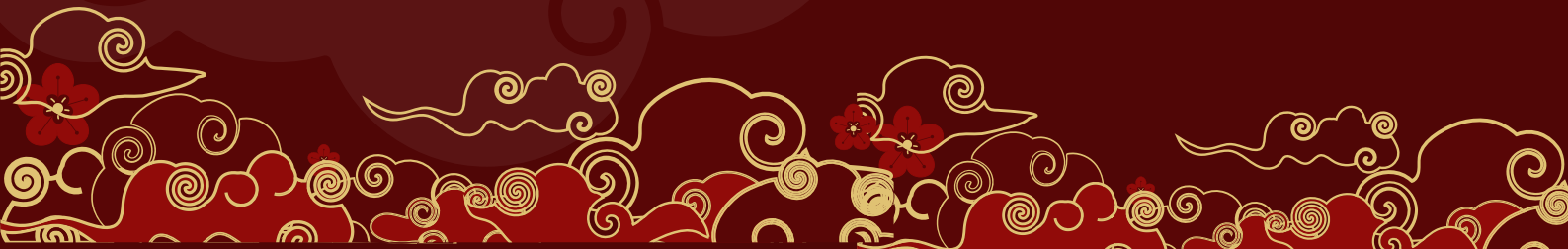


ตัวอย่างบริษัทที่มีแบรนด์ที่ทรงอิทธิพลของประเศจีน

No	Brand	Market Cap (HK Dollar) 30/06/2023	Detail
6		492,098.4242	NetEase, Inc. เป็นบริษัทเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของจีนที่ให้บริการออนไลน์โดยเน้นที่เนื้อหา ชุมชน การสื่อสาร และการพาณิชย์ บริษัทก่อตั้งขึ้นในปี 1997 โดย Ding Lei NetEase พัฒนาและดำเนินการเกมพีซีและมือถือออนไลน์ บริการโฆษณา บริการอีเมล และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในประเทศจีน
7		486,409.6718	Nongfu Spring เป็นบริษัทน้ำดื่มบรรจุขวดและเครื่องดื่มของจีนที่มีสำนักงานใหญ่ในเขตชู่ หมิง หางโจว มณฑลเจ้อเจียง เป็นเจ้าของและเป็นประธานโดยผู้ก่อตั้ง Zhong Shanshan
8		467,686.4133	JD.com, Inc. หรือที่รู้จักในชื่อ Jingdong หรือที่รู้จักในระดับสากลในชื่อ Joybuy และเดิมเรียกว่า 360buy เป็นบริษัทอีคอมเมิร์ซจีนที่มีสำนักงานใหญ่ในกรุงปักกิ่ง เป็นหนึ่งในสองผู้ค้าปลีกออนไลน์ B2C รายใหญ่ในประเทศจีน ด้วยปริมาณธุรกรรมและรายได้ เป็นสมาชิกของ Fortune Global 500 และเป็นคู่แข่งสำคัญของ Tmall ที่ดำเนินการโดย Alibaba Group Holding Ltd
9		371,412.0887	Baidu Inc - ไป่ตู้ เป็นเสิร์ชเอนจินอันดับหนึ่งของประเทศจีน และเป็นเว็บไซต์ที่คนใช้มากที่สุดอันดับ 4 ของโลก ใน พ.ศ. 2549 ไป่ตู้มีดัชนีข้อมูลมากกว่า 740 ล้านเว็บเพจ 80 ล้านภาพ และ 10 ล้านไฟล์เพลงและภาพยนตร์ ในปี พ.ศ. 2549
10		282,460.3155	Li Auto Inc. เป็นผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าของจีนซึ่งมีสำนักงานใหญ่ในกรุงปักกิ่ง และมีโรงงานผลิตในเมืองฉางโจว
11		268,454.8653	Xiaomi Corp - บริษัทเสี่ยวหมี่ เป็นบริษัทจีน ก่อตั้งในเดือนเมษายนปี พ.ศ. 2553 มีสำนักงานใหญ่ในปักกิ่ง ประเทศจีน ผลิตและลงทุนเกี่ยวกับสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เช่น สมาร์ทโฟน โมบายล์แอป แล็ปท็อป เฮอร์โฟน ฯลฯ ตลอดจนสินค้าอื่น ๆ เช่น กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ เสี่ยวหมี่ออกผลิตภัณฑ์สมาร์ทโฟนอนตนเองในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2554

ที่มา : <https://th.wikipedia.org/wiki/19> ต.ค. 66

ทั้งนี้ตัวอย่างบริษัทดังกล่าวสามารถปรับเปลี่ยนได้ ตามเกณฑ์การลงทุน และสภาวะการณ์การลงทุน ณ ขณะนั้น

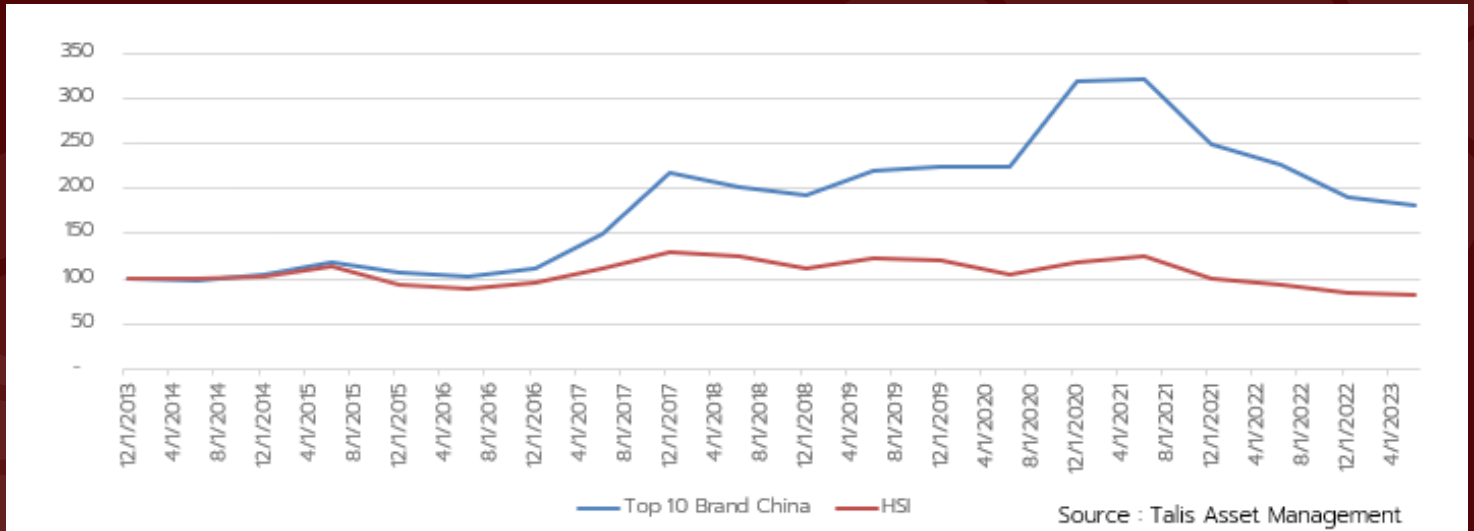




Back Test : Performance of Top 10 China Brand vs Hang Seng Index (HSI)

30/12/2013 – 30/06/2023 value at 100

ผลตอบแทนสะสมย้อนหลัง 10 ปี ชนะผลตอบแทนย้อนหลังของดัชนี ดัชนี HSI



ผลตอบแทนต่อปีย้อนหลังตั้งแต่ปี 2014– 2023 พบว่าการลงทุน หุ้น TOP 10 China Brand (“Top 10 China Brand”) ชนะ ดัชนี HSI ประมาณ 8.6%

No	YTD**	Since 30 Dec 2013*	Yearly Return	Yearly SD
Top 10 China Brand	-13.31%	81.50%	6.48%	26.07%
Hang Seng Index (HSI)	-13.32%	-18.62%	-2.15%	15.27%

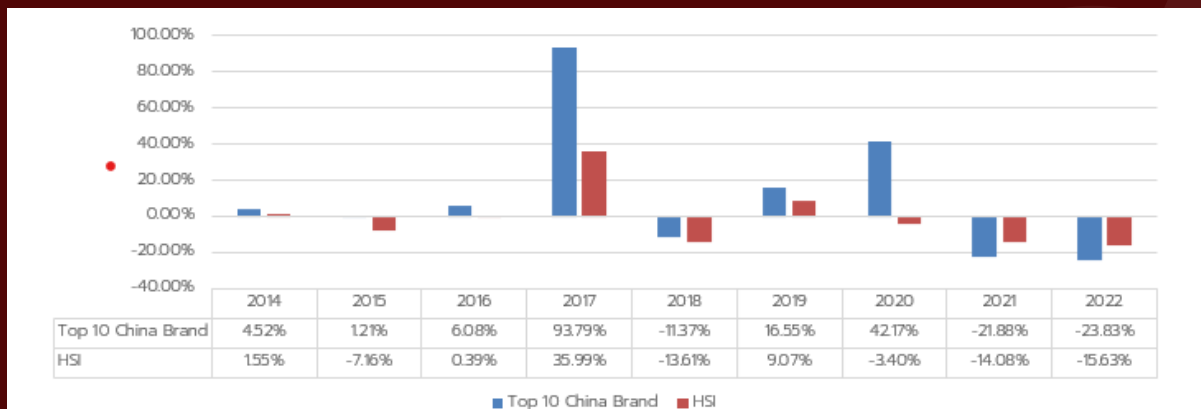
*From 30/12/2013 to 30/06/2023

**As of 31/10/2023

Source : Talis Asset Management

ผลตอบแทนเป็นรายปี ย้อนหลังตั้งแต่ปี 2014 – 2022

การลงทุนในหุ้น TOP 10 China Brand ชนะ ดัชนี HSI 7 ปี จากทั้งหมด 9 ปี



ผลการดำเนินงานในอดีต/ ผลการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุน มิได้เป็นสิ่งยืนยันถึงผลการดำเนินงานในอนาคต การลงทุนมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้าเงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน

รายละเอียดกองทุน

MEGA10CHINA-A

ชนิดสะสมมูลค่า

MEGA10CHINA-SSF

ชนิดเพื่อการออม

MEGA10CHINARMF

กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ

ข้อมูลทั่วไป	
นโยบายการลงทุน	ลงทุนในตราสารทุนของบริษัทจดทะเบียนที่จดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง (Hong Kong Stock Exchange; HKEX) ซึ่งเป็นบริษัทที่เน้นความเป็นผู้นำในด้านตราสินค้า (Brand Value) ในกลุ่ม TOP/BESTCHINESEBRANDS จากการจัดอันดับโดยบริษัทที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการจัดอันดับดังกล่าว โดยผู้จัดการกองทุนจะคัดเลือกและพิจารณาเน้นลงทุนในตราสารทุนที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือก จำนวน 10 บริษัท โดยกองทุนจะมีการลงทุนที่ส่งผลให้มี NetExposure ในตราสารทุนข้างต้น โดยเฉลี่ยในรอบปีบัญชีไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุน
ดัชนีชี้วัด	ดัชนี Hang Seng Total Return สัดส่วน 100%
ระดับความเสี่ยงกองทุน	ระดับ 6 กองทุนรวมตราสารแห่งทุน
อายุโครงการ	ไม่กำหนดอายุโครงการ
นโยบายการจ่ายเงินปันผล	ไม่จ่าย
การป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน	กองทุนไม่มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
มูลค่าขั้นต่ำในการซื้อครั้งแรก/ครั้งถัดไป	1,000 บาท / 1 บาท
วันทำการซื้อ/ขายคืนหน่วยลงทุน	ทุกวันทำการเวลา 8.30 น. – 14.00 น.
ระยะเวลาการชำระเงินค่าขายคืน	ภายใน 5 วันทำการ นับตั้งแต่วันที่ถัดจากวันคำนวณมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ โดยมีให้นับรวมวันหยุดทำการในต่างประเทศ (ปัจจุบัน T+3 วันทำการ หลังจากวันทำการขายคืน)

ค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บจากผู้ถือหน่วย* (% ของมูลค่าหน่วยลงทุน)
MEGA10CHINA-A

ค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บจากกองทุนรวม* (% ต่อปีของ NAV)
MEGA10CHINA-A

รายการ	สูงสุดไม่เกิน	เรียกเก็บจริง
ค่าธรรมเนียมการขาย (Front-end fee)	1.50	1.00
ค่าธรรมเนียมการรับซื้อคืน (Back-end fee)	1.50	ยกเว้น
ค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนเข้า/ออก (Switching in/out fee)	1.50 / 1.50	1.00 / ยกเว้น
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายหลักทรัพย์ (Brokerage fee)	0.50	ยกเว้น
ค่าธรรมเนียมการโอนหน่วยลงทุน	100 บาท/1,000 หน่วยลงทุน ขึ้นต่ำ 500 บาท	100 บาท/1,000 หน่วยลงทุน ขึ้นต่ำ 500 บาท

รายการ	สูงสุดไม่เกิน	เรียกเก็บจริง
ค่าธรรมเนียมการจัดการ	1.6050	1.6050
ค่าธรรมเนียมผู้ดูแลผลประโยชน์	0.1070	0.0321
ค่าธรรมเนียมนายทะเบียนหน่วยลงทุน	0.1284	0.0749
ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ	0.5350	ตามที่จ่ายจริง
รวม	2.3754	1.7120

ค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บจากผู้ถือหน่วย* (% ของมูลค่าหน่วยลงทุน)
MEGA10CHINA-SSF, MEGA10CHINARMF

ค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บจากกองทุนรวม* (% ต่อปีของ NAV)
MEGA10CHINA-SSF, MEGA10CHINARMF

รายการ	สูงสุดไม่เกิน	เรียกเก็บจริง
ค่าธรรมเนียมการขาย (Front-end fee)	1.50	ยกเว้น
ค่าธรรมเนียมการรับซื้อคืน (Back-end fee)	1.50	ยกเว้น
ค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนเข้า/ออก (Switching in/out fee) -ค่าธรรมเนียมการสับเปลี่ยนไปกองทุน RMF/SSF ภายใต้การจัดการของบลจ.อื่น	1.50 / 1.50 -ในอัตราค่าธรรมเนียมการรับซื้อคืนหน่วยลงทุน ขึ้นต่ำ 200 บาท	1.00 / ยกเว้น -200 บาทต่อรายการ
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายหลักทรัพย์ (Brokerage fee)	0.50	ยกเว้น

รายการ	สูงสุดไม่เกิน	เรียกเก็บจริง
ค่าธรรมเนียมการจัดการ	1.6050	1.6050
ค่าธรรมเนียมผู้ดูแลผลประโยชน์	0.1070	0.0321
ค่าธรรมเนียมนายทะเบียนหน่วยลงทุน	0.1284	0.0749
ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ	0.5350	ตามที่จ่ายจริง
รวม	2.3754	1.7120

*ค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายดังกล่าวได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ หรือภาษีอื่นใดแล้ว

ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทน ความเสี่ยงและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ระบุไว้ในคู่มือการลงทุนของกองทุนSSF และ RMF กรณีไม่ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขทางภาษี จะไม่ได้สิทธิประโยชน์ตามเงื่อนไขของกองทุน การลงทุนมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไข ผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน "กองทุนนี้มีการลงทุนในต่างประเทศมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน และมีการลงทุนกระจุกตัวของหลักทรัพย์หมวดอุตสาหกรรมและประเทศที่ลงทุน จึงมีความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนอาจสูญเสียเงินลงทุนจำนวนมาก"



ปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อกองทุน

- ความเสี่ยงตลาด (Market Risk) : ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาหลักทรัพย์อื่นเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงภาวะเศรษฐกิจ การเมือง การคาดการณ์ของนักลงทุน ฯลฯ ผลการดำเนินงานของกองทุนขึ้นอยู่กับ การเคลื่อนไหวของราคาตราสารทุนที่กองทุนเข้าลงทุน ซึ่งนอกจากปัจจัยเฉพาะที่ส่งผลกับราคาตลาดของตราสารทุนนั้น แล้ว ราคาตลาดของตราสารทุนอื่น ๆ ยังขึ้นอยู่กับ ปัจจัยต่างๆ ทางมหภาคที่ส่งผลกับดัชนีของราคาตลาดโดยรวม เช่น ตัวเลขเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย สภาวะทางอุตสาหกรรม รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ เนื่องจากการเคลื่อนไหวของราคาตราสารทุนที่กองทุนถือครองอยู่มีความไม่แน่นอนและอาจมีความผันผวน กองทุนจึงมีความเสี่ยงตลาด (Market Risk)
- ความเสี่ยงธุรกิจ (Business Risk) : ความเสี่ยงที่เกิดจากความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ออกตราสารโดยเฉพาะ เช่น ความสามารถในการทำกำไร ความสามารถในการแข่งขัน ความสามารถของคณะผู้บริหาร เป็นต้น ทุกบริษัทย่อมมีความเสี่ยงทางธุรกิจของตน ซึ่งความเสี่ยงดังกล่าวอาจเป็นปัจจัยทางลบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทนั้น ๆ ทั้งนี้ ความเสี่ยง/ปัจจัยทางธุรกิจของแต่ละบริษัทที่กองทุนเข้าลงทุนมีผลต่อการเคลื่อนไหวของราคา (Price Performance) ของตราสารของบริษัทนั้น ๆ ซึ่งการเคลื่อนไหวของราคาตราสารที่กองทุนเข้าลงทุนนั้น อาจเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกันหรือแตกต่างกันกับดัชนีอ้างอิงของกองทุนได้
- ความเสี่ยงจากสภาพคล่อง (Liquidity Risk) : ความเสี่ยงกองทุนไม่สามารถซื้อหรือขายหลักทรัพย์ได้ในระยะเวลา หรือราคาที่ต้องการ เนื่องจากหลักทรัพย์ขาดสภาพคล่อง กองทุนอาจมีความเสี่ยงสภาพคล่องที่ไม่สามารถขายหลักทรัพย์ที่กองทุนถืออยู่ ทำให้ไม่สามารถชำระค่าขายคืนหน่วยลงทุน หรือไม่สามารถปรับสมดุลของสัดส่วนน้ำหนักการลงทุน (Rebalance) รวมถึงปรับรายชื่อหลักทรัพย์การลงทุนในตราสารทุนได้ตามความเหมาะสม อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงสภาพคล่องของกองทุนขึ้นอยู่กับระดับต่ำ เนื่องจากกองทุนมี นโยบายลงทุนในตราสารที่สภาพคล่องสูง
- ความเสี่ยงเฉพาะเจาะจงในสาธารณรัฐประชาชนจีน (Country Market) : ความเสี่ยงในเรื่องของเสถียรภาพและรวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง การเงิน ตลอดจนภาวะตลาดเงิน ตลาดทุน ของประเทศจีนที่กองทุนลงทุน การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและความผันผวนของสภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย และการทำธุรกรรมทางการเงินของประเทศจีน อาจส่งผลต่อราคาของมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนได้ กองทุนสามารถลดความเสี่ยงจากการลงทุนในตลาดทุนต่าง ๆ ได้โดยติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศที่กองทุนลงทุนอย่างสม่ำเสมอ อย่างไรก็ตาม แนวทางข้างต้นอาจไม่สามารถลดความเสี่ยง การลงทุนในประเทศเดียวได้เท่าที่ควร เนื่องจากเป็นนโยบายของกองทุนที่ประสงค์จะลงทุนในประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียว
- ความเสี่ยงค่าเงิน (Currency Risk) : เนื่องจากกองทุนลงทุนในสินทรัพย์สกุลฮ่องกงดอลลาร์ และไม่ได้มีการปิดความเสี่ยงค่าเงิน ผลตอบแทนของกองทุนจึงแปรผันตามการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาทต่อเงินสกุลฮ่องกงดอลลาร์
- ความเสี่ยงที่เกิดจากการผิดนัดชำระหนี้เงินต้น และดอกเบี้ยของผู้ออกตราสาร (Default Risk หรือ Credit Risk) หรือคู่สัญญาในการทำธุรกรรม (Counter Party Risk) : ในกรณีที่กองทุนลงทุนในตราสารหนี้ กองทุนจะพิจารณาฐานะทางการเงินของผู้ออกตราสาร ผู้ค้ำประกัน หรือคู่สัญญา และคัดเลือกตราสารที่ผู้ออกมีคุณภาพ และมีการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ เช่น เมื่อมีการประกาศงบการเงิน เป็นต้น
- ความเสี่ยงจากข้อจำกัดการนำเงินลงทุนกลับประเทศ (Repatriation risk) : ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงภายในประเทศที่กองทุนเข้าไปลงทุน เช่น การออกมาตรการในภาวะที่เกิดวิกฤตการณ์ที่ไม่ปกติ ทำให้กองทุนไม่สามารถนำเงินลงทุนและผลตอบแทนกลับประเทศได้ครบถ้วนตามที่คาดไว้ ส่งผลกระทบบต่อการคาดการณ์ผลตอบแทนการลงทุนของกองทุน บริษัทจัดการจะวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการนำเงินลงทุนกลับประเทศของนักลงทุนต่างชาติของประเทศที่กองทุนเข้าลงทุนอย่างถี่ถ้วนรอบคอบ

หากท่านมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อได้ที่
โทร. 02-0150222 หรือ www.talisam.co.th

ผู้สนับสนุนการขายและรับซื้อคืน

