



เดลินิวส์

Daily News
Circulation: 810,000
Ad Rate: 2,200

Section: First Section/สิ่งแวดลอม-คุ้มครองผู้บริโภค

วันที่: อาทิตย์ 15 เมษายน 2561

ปีที่: - ฉบับที่: 25021

หน้า: 12(ล่างขวา)

Col.Inch: 56.40 Ad Value: 124,080

PRValue (x3): 372,240

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: 'โซลาร์ไรด์'มอเตอร์ไซค์รับจ้างไฟฟ้า

'โซลาร์ไรด์' มอเตอร์ไซค์รับจ้างไฟฟ้า

“ปกติจะใช้บริการรถมอเตอร์ไซค์รับจ้างเกือบทุกวัน ต้องเผชิญกับควันไอเสีย และเสียงดังจากรถมอเตอร์ไซค์ การมีรถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้ามาให้บริการภายในมหาวิทยาลัย ถือเป็นทางเลือกที่ถูกต้อง”

นางสาวรัชชิตา สิทธิสาร นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คณะศิลปกรรมศาสตร์ มธ. ศูนย์รังสิต ที่ตอนนี้เปลี่ยนมาใช้โครงการมอเตอร์ไซค์รับจ้างแบบขับเคลื่อนระบบไฟฟ้า และช่วยช่วยลดมลพิษทางอากาศ เรื่องความประหยัดพลังงาน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับนักศึกษาอีกด้วย

“โซลาร์ไรด์” (SOLARYDE) โครงการรถมอเตอร์ไซค์รับจ้างขับเคลื่อนด้วยพลังงานจากแสงอาทิตย์

และสถานีชาร์จไฟจากพลังงานโซลาร์เซลล์เปิดตัวอย่างเป็นทางการแล้วภายในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์รังสิต ต่อยอดความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว และผลักดันให้ธรรมศาสตร์กลายเป็นสมาร์ทซิตีน่าร่อง (SMART CITY) เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างเต็มรูปแบบ

ผศ.ดร.ปริญญญา เทวานฤมิตรกุล รองอธิการบดีฝ่ายความยั่งยืนและบริการศูนย์รังสิต มธ. กล่าวว่า โซลาร์ไรด์เป็น



โครงการรถมอเตอร์ไซค์รับจ้างพลังงานสะอาดและประหยัดแบบครบวงจร ซึ่งเป็นการร่วมมือกับบริษัท STAR 8 (THAILAND) ตัวมอเตอร์ไซค์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่ ที่มาพร้อมสถานีชาร์จไฟ ซึ่งใช้พลังงานจากแผงโซลาร์เซลล์ที่ติดตั้งไปก่อนหน้าแล้ว พร้อมให้บริการนักศึกษา เพื่อให้นักศึกษาสามารถใช้บริการรถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้ารับจ้างในอัตราค่าบริการเท่าเดิม แต่มีโอกาสช่วยลดมลพิษให้กับมหาวิทยาลัย และเป็นการประหยัดการใช้พลังงานให้กับประเทศชาติ อีกทั้งยังเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการ เนื่องจากรถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้าดังกล่าว ได้ถูกจำกัดความเร็วไม่เกิน 40 กิโลเมตรต่อชั่วโมง

สำหรับรถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้า เป็นรุ่นพิเศษโดยมุ่งเน้นรูปทรงที่โมเดิร์นทันสมัย มีระบบเปลี่ยนแบตเตอรี่อย่างรวดเร็วทันใจ (Easy Swap Battery) สามารถเปลี่ยนแบตเตอรี่ได้อย่างสะดวกรวดเร็วเมื่อแบตเตอรี่ใกล้หมด เพื่อให้สามารถบริการได้อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งวัน แบตเตอรี่ก่อนเก่าจะถูกนำไปชาร์จไฟฟ้าจนเต็มและนำมาปรับเปลี่ยนต่อไป โดยสถานีชาร์จไฟ (Battery Charging & Swapping Station) ได้รับการออกแบบดีไซน์พิเศษ เพื่อให้สามารถชาร์จแบตเตอรี่ได้เต็มภายในระยะเวลาไม่ถึง 4 ชั่วโมงเท่านั้น

ผศ.ดร.ปริญญญา กล่าวว่า ได้เริ่มดำเนินการเปลี่ยนรถมอเตอร์ไซค์รับจ้างที่ให้บริการภายในมหาวิทยาลัย ให้เป็นรถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้าจำนวน 25 คัน ในเดือนมีนาคมที่ผ่านมา





เดลินิวส์

Daily News
Circulation: 810,000
Ad Rate: 2,200

Section: First Section/สิ่งแวดล้อม-คุ้มครองผู้บริโภค

วันที่: อาทิตย์ 15 เมษายน 2561

ปีที่: - ฉบับที่: 25021 หน้า: 12(ล่างขวา)

Col.Inch: 56.40 Ad Value: 124,080 PRValue (x3): 372,240

ศิลปิน: สีส

หัวข้อข่าว: 'โซลาร์โรด'มอเตอร์ไซค์รับจ้างไฟฟ้า

มา และเพิ่มเป็น 50 คัน ในเดือนเมษายน และ 150 คัน ภายในสิ้นปี 2561 ปัจจุบัน ตัวเลขปริมาณยานพาหนะทุกประเภทที่เข้ามาในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต มีสูงถึงประมาณ 22,000 คันต่อวัน คิดเป็นคาร์บอนที่ปล่อยประมาณ 3,700 เมตริกตันต่อปี ทั้งนี้ การนำร่องใช้รถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้าครั้งนี้จะช่วยลดปริมาณการปล่อยคาร์บอนในศูนย์รังสิตได้มากกว่า 500 เมตริกตันต่อปี และมีเป้าหมายในการลดการปล่อยคาร์บอนจากบริการขนส่งสาธารณะทุกประเภท (Zero Carbon Transportation) ให้เป็นศูนย์ ภายในเวลา 5 ปี

อย่างไรก็ตาม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (มธ.) ศูนย์รังสิต ได้ตั้งเป้าหมายสู่การเป็นมหาวิทยาลัยยั่งยืน จากการอนุรักษ์พลังงาน ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ โดยเน้นที่ใช้ประโยชน์จากพลังงานทดแทน การเพิ่มและรักษาต้นไม้ใหญ่ เพื่อลดปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศ รวมทั้งการกำหนดเป้าหมายไปสู่

การเป็นมหาวิทยาลัยปลอดขยะ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมลดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้ดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ ความร่วมมือกับบริษัทโซลาร์ตรอนในการติดตั้งแผงผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ ซึ่งสามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้ถึง 5 เมกะวัตต์ การใช้รถรางไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งได้นำร่องติดตั้งไปแล้วจำนวน 6 คัน รวมไปถึงการสร้างอาคารที่ได้รับการออกแบบเพื่อการประหยัดพลังงาน ฯลฯ.

y_38@dailynews.co.th



เดลินิวส์

Daily News
Circulation: 810,000
Ad Rate: 2,200

Section: โลกสีสวย/Teen Zone

วันที่: อาทิตย์ 15 เมษายน 2561

ปีที่: - ฉบับที่: 25021

Col.Inch: 33.15 Ad Value: 72,930

คอลัมน์: อดดี: 'ลอรีอัล แบรินด์สตอร์ม 2018'

หน้า: 18(ล่างขวา)

PRValue (x3): 218,790

ศิลปิน: สีส

อดดี

'ลอรีอัล แบรินด์สตอร์ม 2018'

การแข่งขัน “ลอรีอัล แบรินด์สตอร์ม 2018” ครั้งที่ 15 ในประเทศไทย ที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาที่มีความสามารถนำเสนอโครงการและกลยุทธ์และพัฒนาแผนการตลาดดิจิทัล

กับโจทย์ “INvent the professional salon experience of the future” หรือ “สร้างประสบการณ์ชาลอนมืออาชีพแห่งอนาคต” โดยเน้นการสื่อสารให้เข้าถึงและสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล และยกระดับความสัมพันธ์กับช่างฝีมืออาชีพในชาลอน ด้วยการใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล

ซึ่งผลการตัดสินการแข่งขันโครงการ “ลอรีอัล แบรินด์สตอร์ม 2018” ครั้งที่ 15 ในระดับประเทศก็ออกมาเรียบร้อย รางวัลชนะเลิศ ได้แก่ ทีม Brainstrong จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กับผลงานนำเสนอภายใต้คอนเซ็ปต์ “L’Oreal True You” คว้ารางวัลเงินสดจำนวน 100,000 บาท พร้อมโล่เกียรติยศ และเป็นตัวแทนประเทศไทยแข่งขันต่อใน “ลอรีอัล แบรินด์สตอร์ม 2018” ระดับโลก ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ในเดือน พ.ค.นี้ กับทีมอีก 60 ประเทศทั่วโลก เพื่อลุ้นชิงเงินรางวัลรวมมูลค่ากว่า 30,000 ยูโร (ประมาณ 1,100,000 บาท)

ส่วนรางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 1 ได้แก่ ทีม The Expressionists จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กับผลงานนำเสนอภายใต้คอนเซ็ปต์ “Mirror Match” คว้ารางวัลเงินสดจำนวน 50,000 บาท พร้อมโล่เกียรติยศ

สำหรับ ทีม Brainstrong จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประกอบด้วย นางสาวณัฐิลา จินดาสถาพร นางสาวพิชชภา ธิรมาณี และ นางสาวปัทมา มาคอาณา นักศึกษาคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี หลักสูตรนานาชาติ (BBA) ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โดยน้อง ๆ ร่วมกัน บอกว่า รู้สึกดีใจและภูมิใจมากที่ชนะการแข่งขัน “ลอรีอัล แบรินด์สตอร์ม 2018” การแข่งขันนี้ได้เปิดโอกาสให้พวกเราได้สร้างสรรค์นวัตกรรมออกมาได้อย่างอิสระ เพื่อตอบโจทย์การคิดค้น



ชาลอนมืออาชีพแห่งอนาคตออกมาให้ดีที่สุด เราทำการค้นคว้าข้อมูลและพบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการชาลอนยังไม่ได้สิ่งที่เขาต้องการ

ดังนั้นเราจึงคิดพัฒนาโซลูชันเพื่อช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น เราเองก็เป็นหนึ่งในลูกค้าที่เคยประสบปัญหาจากการไม่ได้ในสิ่งที่คาดหวังไว้เหมือนตอนแรกที่เราเข้าร้านทำผม เราจึงคิดค้นพัฒนานวัตกรรม “L’Oreal True You” อุปกรณ์และซอฟต์แวร์ล้ำสมัยที่มาร่วมองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน การหาทรงผมที่เหมาะสมกับรูปร่างอย่างสมจริงที่สุดผ่านเทคโนโลยีเออาร์ (Augmented Reality) ก็ตรวจสอบสภาพเส้นผมด้วยเครื่องสแกน Near-Infrared เพื่อวิเคราะห์สภาพเส้นผมโดยละเอียด และขั้นตอนสุดท้ายก่อนการลงมือทำผมด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มา เพื่อหาทรงผมสูตรสารเคมีที่ต้องใช้ และระยะเวลาในการทำผมที่เหมาะสม ด้วยการเปรียบเทียบกับฐานข้อมูลขนาดใหญ่หรือ “Big Data”

สุดท้ายน้องฝากไว้ว่า สำหรับคนที่ชอบความท้าทายและต้องการพัฒนาทักษะในด้านการวางกลยุทธ์การตลาด พร้อมทั้งยังได้เรียนรู้ประสบการณ์ในการขายโอเคเดียแบบการทำงานจริง โครงการลอรีอัล แบรินด์สตอร์ม เป็นอีกหนึ่งโครงการที่ไม่ควรพลาด ถือเป็นโอกาสครั้งหนึ่งในชีวิต ที่เราได้นำบทเรียนมาพัฒนาต่อยอดเป็นการทำงานแบบมืออาชีพ.



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 200,000
Ad Rate: 2,400

Section: First Section/ถนนหน้ากสวน

วันที่: อาทิตย์ 15 เมษายน 2561

ปีที่: 31

ฉบับที่: 10797

หน้า: 9(ขวา)

Col.Inch: 45.11 Ad Value: 108,264

PRValue (x3): 324,792

ศิลปิน: สีสี่

คอลัมน์: การเงินสุดชอย: โบรกเกอร์ขายวอแรนต์คุ่มใหม่



กรุงเทพธุรกิจ

การเงินสุดชอย

ศ.ดร.อาณัติ สัมภคช

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โบรกเกอร์ขายวอแรนต์ คุ่มใหม่

วอแรนต์คือสิทธิในการซื้อหุ้นในราคาที่กำหนดไว้ล่วงหน้าภายในระยะเวลาที่กำหนด ปกติคนที่ซื้อวอแรนต์ขายมักจะเป็นบริษัทเจ้าของหุ้นนั้น เพราะคนที่ซื้อไปเขาจะมาใช้สิทธิก็ต่อเมื่อราคาหุ้นในตลาดสูงกว่าราคาใช้สิทธิ ดังนั้นผู้ออกก็ต้องไปซื้อหุ้นราคาแพงมาขายราคาถูกซึ่งอาจพาลเจ็บเอาได้ แต่บริษัทที่เป็นเจ้าของหุ้นเขาไม่มีความเสี่ยงนี้เพราะเขาออกหุ้นใหม่ได้เอง ทั้งนักลงทุนและตลาดหลักทรัพย์จึงไม่ต้องกังวล

ต่อมา ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอนุญาตให้บริษัทหลักทรัพย์สามารถเขียนวอแรนต์ที่ให้สิทธิซื้อบริษัทอื่นออกมาขายได้เช่นกัน และสามารถเป็นได้ทั้งสิทธิในการซื้อ (Call) และสิทธิในการขาย (Put) ด้วย เรียกว่า Derivative Warrant บริษัทหลักทรัพย์จึงออกวอแรนต์ประเภทนี้ออกมาขายจำนวนมากซึ่งผู้เล่นหลักๆ จะมีอยู่ 12 บริษัทหลักทรัพย์

เมื่อเปรียบเทียบในเชิงปริมาณเราพบว่าโดยเฉลี่ยในปี 2012 จะมีวอแรนต์ซื้อขายประมาณ 300 ตัวต่อเดือน ในมูลค่าเฉลี่ยราว 6,000 ล้านบาทต่อเดือน และปรับเพิ่มเป็นราว 1,000 ตัวต่อเดือน ในมูลค่าเฉลี่ย 60,000 ล้านบาทต่อเดือนในปี 2016 ความนิยมในวอแรนต์ที่เพิ่มขึ้นนำไปสู่การตั้งคำถามว่าอะไรเป็นแรงจูงใจให้บริษัทหลักทรัพย์นิยมออกวอแรนต์ และนักลงทุนนิยมซื้อวอแรนต์

ถ้าจะตอบแบบกำปั้นทุบดินง่ายๆ ก็คือ “กำไร” เป็นแรงจูงใจ

แต่จะหาคำตอบแบบง่ายๆ ว่า “กำไร” ของบริษัทหลักทรัพย์วัดจากราคาวอแรนต์เมื่อวันหมดอายุเทียบกับราคาวันที่ออกนั้นไม่น่าจะถูกต้อง เพราะการวัดแบบนี้เท่ากับบริษัทหลักทรัพย์กำลังออกหวาย แล้วมาพ่นกับนักลงทุนว่าราคาหุ้นจะเป็นอย่างไร

ในทางปฏิบัติ เมื่อมีการออกตราสารอนุพันธ์ใดๆ เช่นวอแรนต์ บริษัทหลักทรัพย์จะต้องบริหารความเสี่ยงด้วยการเข้าไปถือสถานะในสินทรัพย์มูลฐานของอนุพันธ์นั้นด้วย ในกรณีของบริษัทหลักทรัพย์ขายวอแรนต์ที่ให้สิทธิในการซื้อ บริษัทหลักทรัพย์จะต้องถือหุ้นที่เป็นสินทรัพย์มูลฐานด้วยจำนวนหนึ่ง และปรับจำนวนหุ้นเมื่อราคาหุ้นเปลี่ยนไปให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ในวงการเรียกกลไกนี้ว่า Dynamic Hedging ซึ่ง

ถ้าจะเล่นให้ครบสูตรต้องปรับตามความเร็วในการเปลี่ยนของราคาหุ้น อัตราดอกเบี้ย ความผันผวนของหุ้น ซึ่งผมไม่แน่ใจว่าแต่ละบริษัทจะบริหารความเสี่ยงถึงระดับไหน แต่ที่แน่ๆ ในระดับการเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้นนั้นจะเป็นมาตรฐานยืนยันพื้นที่ทุกแห่งทำแน่นอน

ดังนั้น การคำนวณกำไรขาดทุนจากการออกวอแรนต์จึงต้องคำนวณสองส่วนคือการเปลี่ยนแปลงราคาอวแรนต์บวกกับการเปลี่ยนของราคาหุ้นตามสัดส่วนหุ้นที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละครั้ง ซึ่งเป็นเรื่องที่ว่าหน่วยพอควรในการคำนวณกำไรนี้

เมธี ประเสริฐกิจพันธ์ นักศึกษาโครงการปริญญาโททางการเงิน MIF มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จึงนำปัญหานี้มาตั้งเป็นโจทย์โดยคำนวณกำไรที่เกิดขึ้นแยกแยะว่าเป็นวอแรนต์ประเภทคอลเท่าไร พูทเท่าไร และบริษัทหลักทรัพย์แต่ละรายมีกำไรแตกต่างกันไหม เนื่องมาจากสาเหตุอะไร

ผลการวิจัยพบว่า

หนึ่ง เมื่อคำนวณกำไรจากการออกวอแรนต์แล้ว จำนวนวอแรนต์ส่วนใหญ่ขาดทุน แต่เมื่อคิดในรูปเงินบาทบริษัทหลักทรัพย์ได้กำไรเป็นบวก แสดงว่าวอแรนต์ที่ได้กำไรนั้นมากกว่าที่จะลบส่วนที่ขาดทุน เราพบว่าการออกวอแรนต์แบบพูทได้กำไรมากกว่าคอล

สอง เมื่อสร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายกำไรโดยกำหนดตัวแปรควบคุมเป็นบริษัทหลักทรัพย์ เราพบว่าบริษัทหลักทรัพย์บางแห่งได้กำไรจากการออกวอแรนต์มากกว่าบริษัทบางแห่ง ประเด็นนี้น่าสนใจ เพราะเคยมีลูกศิษย์ของผมคนหนึ่งพบคำตอบคล้ายกันด้วยการคำนวณอีกวิธีหนึ่งและเราไม่พบว่าเป็นผลมาจากกิจกรรมสร้างสภาพคล่อง การพบผลกระทบของบริษัทหลักทรัพย์ต่อกำไรในการศึกษาครั้งนี้จึงช่วยยืนยันผลที่เคยพบในอดีต

สาม เราขยายผลต่อไปว่ากำไรได้กำไรในการออกวอแรนต์มาจากความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ผู้ออกหรือไม่ ด้วยการคำนวณคะแนนความน่าเชื่อถือของบริษัทจากแบบจำลอง[A1]ทางการเงิน ซึ่งผลการวิจัยไม่พบว่ามาจากความน่าเชื่อถือ ดังนั้นปริศนานี้ยังรอการหาคำตอบต่อไป

ประเด็นสุดท้าย เราคำนวณว่ากำไรที่เกิดขึ้นคุ้มกับความเสี่ยงที่บริษัทแบกรับหรือไม่ เราพบว่าเมื่อคำนึงถึงต้นทุนความเสี่ยงแล้วบริษัทหลักทรัพย์ทุกบริษัทจะขาดทุนทั้งหมดทันที สะท้อนว่าเกมนี้ดูเหมือนได้กำไร แต่ไม่คุ้มกับความเสี่ยงที่แบก ดังนั้นการออกวอแรนต์ในไทยจึงเป็นเหมือนระเบิดเวลาดีๆ นี้เองครับ