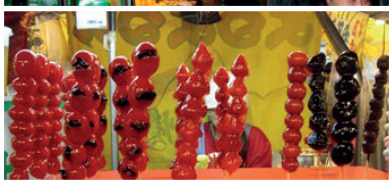
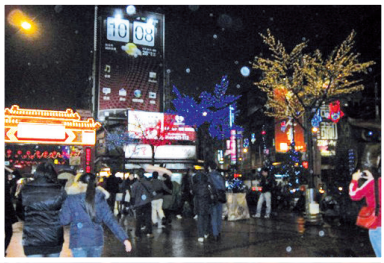
สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม | OFFICE OF INDUSTRIAL ECONOMICS

OIE SHARE

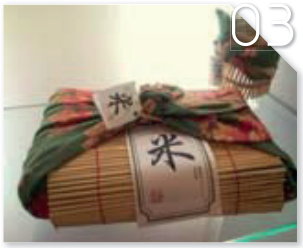
ปีที่ 1 ฉบับที่ 9 เดือนธันวาคม 2555

อาหารสร้างสรรค์...ผ่านมุมมองของไต้หวัน





Contents



Econ Focus 03
อาหารสร้างสรรค์..ผ่านมุมมองของไต้หวัน

Econ Review 07
สรุปสถานการณ์การผลิตภาคอุตสาหกรรม เดือนตุลาคม 2555

Sharing 09
สิทธิประโยชน์รถยนต์คันแรก

Life 12
10 เมืองน่าเที่ยวในช่วงวันคริสต์มาส

Movement 15

Editor's Note

สวัสดีค่ะท่านผู้อ่านทุกท่าน สำหรับฉบับนี้ Econ Focus จะนำเสนอเรื่อง "อาหารสร้างสรรค์ ผ่านมุมมองของไต้หวัน" ที่มีความน่าสนใจมากในปัจจุบัน และหากต้องการทราบสถานการณ์อุตสาหกรรมประจำเดือนตุลาคมว่ามีแนวโน้มไปในทิศทางใด พลิกเข้าไปชมได้เลยค่ะ มาติดตามกันต่อกับสิทธิประโยชน์รถยนต์คันแรก และส่งท้ายปีเก่าในช่วงเทศกาล Christmas กับ 10 เมืองที่น่าเที่ยวที่สุด แล้วอีกเช่นเคยนะคะ เรายังเปิดรับความคิดเห็นของผู้อ่านทุกท่าน ผ่านในทุกช่องทาง พบกันใหม่ฉบับหน้า สวัสดีค่ะ

ที่ปรึกษา

ณัฐพล ณัฏฐสมบูรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
หทัย อู่ไทย รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
พิชัย ตั้งชนะชัยอนันต์ รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

บรรณาธิการบริหาร

วารี จันทร์เนตร

กองบรรณาธิการ

ธนพรรณ ไวทยะเสวี, ศุภิดา เสมมีสุข, ศุภชัย วัฒนวิกย์กรรม์, ชาลี ขันศิริ, สมานลักษณ์ ตัณฑิกุล, ขัตติยา วิสารัตน์, ศักดิ์ชัย สินโสมนัส, กุลชลี โหมดพลาย, บุญอนันต์ เศวตสิทธิ์, สิรินยา ลิม, วรางคณา พงศาปาน

OIE SHARE ยินดีรับฟังความคิดเห็น คำชี้แนะ และข่าวประชาสัมพันธ์ต่างๆ ติดต่อได้ที่กองบรรณาธิการ OIE SHARE กลุ่มประชาสัมพันธ์และบริการห้องสมุด สำนักบริหารกลาง สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 อีเมล์ : OIESHARE@oie.go.th

ข้อความที่ปรากฏใน OIE SHARE เป็นทัศนะของผู้เขียน

อาหารสร้างสรรค์.. ผ่านมุมมองของไต้หวัน

สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2

จากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงบริบทต่าง ๆ ของโลก ทั้งด้านการผลิตและการบริโภค ทำให้ "ความคิดสร้างสรรค์" กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ โดยรวมถึงสินค้าอาหาร ที่เป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งจะเห็นได้จาก ผู้ผลิตและผู้ให้บริการอาหารในปัจจุบันต่างพยายามนำความคิดสร้างสรรค์เข้ามาประยุกต์ใช้ และมีแนวโน้มของการพัฒนารูปแบบไปสู่อาหารสร้างสรรค์มากขึ้น โดยเน้นการสร้างเอกลักษณ์ ความแตกต่าง และคุณประโยชน์ให้กับสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตและการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น การขยายตัวของสังคมเมือง การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก การเกิดสังคมผู้สูงอายุในประเทศพัฒนาแล้ว การเกิดภัยพิบัติธรรมชาติจากภาวะโลกร้อน เป็นต้น

นอกจากรสชาติของอาหารที่ถูกปากผู้บริโภคแล้ว ความคิดสร้างสรรค์ในสินค้าอาหารยังมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจซื้อและเลือกใช้บริการของผู้บริโภค โดยการสร้างสรรค์รูปแบบของสินค้า เช่น ขนาด รูปร่าง คุณค่าทางโภชนาการ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ ที่มีความแตกต่างและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ และการสร้างสรรค์รูปแบบของการให้บริการอาหารที่มีความแปลกใหม่ ซึ่งการพัฒนาให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยทักษะและความสามารถของมนุษย์ในการนำเอาสิ่งที่อยู่รอบตัว อาทิ สภาพวัฒนธรรมสังคม เรื่องราวประวัติศาสตร์ เทคโนโลยีนวัตกรรม มาเป็นแรงกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบและพัฒนาสินค้าอาหารสร้างสรรค์

หากเอ่ยถึงประเทศผู้นำด้านอาหารสร้างสรรค์ในภูมิภาคเอเชีย หลายคนคงนึกถึงประเทศญี่ปุ่น ที่โดดเด่นเรื่องเทคโนโลยีการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์อาหาร หรือประเทศเกาหลีใต้ ที่โดดเด่นเรื่องการเชื่อมโยงสื่อบันเทิงกับวัฒนธรรมอาหารของประเทศ แต่ประเทศขนาดเล็กที่เน้นอุตสาหกรรมหนัก อย่างไต้หวัน ได้เริ่มเห็นความสำคัญต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในประเทศเช่นกัน โดยได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตจากอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาเป็นอุตสาหกรรมฐานความรู้ และนำแนวคิดการออกแบบ เชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้ในการผลิตและการให้บริการอาหาร เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งโครงการอาหารไต้หวันสู่โลก เป็นตัวอย่างหนึ่งของโครงการ flagship ที่รัฐบาลไต้หวันมุ่งส่งเสริมการลงทุน โดยมีเป้าหมาย คือ การเปิดร้านอาหารไต้หวันทั่วโลก 3,500 ร้าน และมีการลงทุนของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหารไต้หวัน ไม่ต่ำกว่า 2,160 ล้านบาท เพื่อนำเสนออาหารไต้หวันให้เป็นที่นิยมทั่วโลก ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดเทศกาลอาหารไต้หวัน การส่งพ่อครัวไต้หวันร่วมแข่งขันทำอาหารนานาชาติ การประกวดร้านอาหาร ประกอบกับวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของชาวไต้หวัน ที่นิยมรับประทานอาหาร นอกบ้าน และชอบลองชิมอาหารแปลกใหม่อยู่เสมอ ทำให้ประเทศไต้หวันมีร้านอาหารหลากหลายสัญชาติ ทั้งอาหารจีน บาร์บิคิวแบบญี่ปุ่น ชาบู อาหารไทย และอาหารตะวันตก

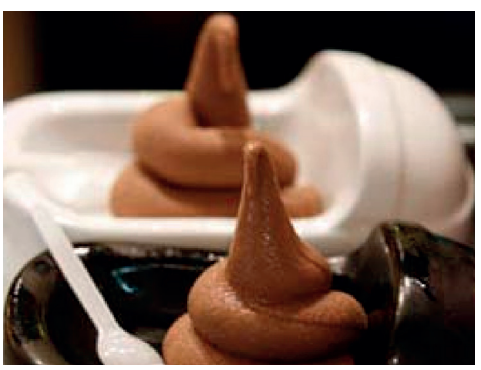
มุมมองการสร้างสรรค์สินค้าและบริการอาหารของไต้หวัน

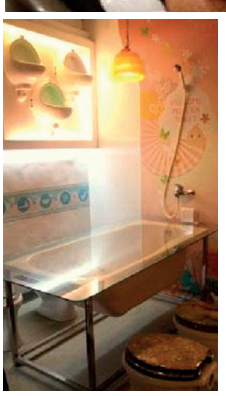
ไต้หวันมีแนวทางการสร้างสรรค์สินค้าและบริการอาหารในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

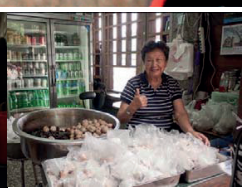
1. การให้บริการอาหารแบบ Theme restaurant โดยการสร้างความแปลกใหม่ของการให้บริการอาหาร ทั้งบรรยากาศการตกแต่งร้าน และอุปกรณ์บนโต๊ะอาหาร ซึ่งถือเป็นการสร้างสีสันใหม่ ๆ ให้กับธุรกิจร้านอาหารของไต้หวัน ตัวอย่างเช่น

• **ร้านอู๋เจียวฉวนปั่น** หรือที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเรียกว่า ร้าน 200 ล้านบาท (งบประมาณการก่อสร้าง) ซึ่งเจ้าของเป็นผู้ออกแบบร้านด้วยตนเอง โดยใช้วัสดุหลัก คือ ต้นไม้ใหญ่ เซรามิก และเศษไม้แห้ง ๆ ภายในตกแต่งด้วยเสารูปร่างคล้ายเถาวัลย์ มีสระน้ำผ่านกลางร้าน ให้บรรยากาศเหมือนล่องเรือผ่านถ้ำ ส่วนภายนอกจะมองเห็นเป็นรูปปั้นผู้หญิงกำลังเต้นรำ สูงเท่ากับตึกประมาณ 7 ชั้น เรื่องราวที่น่าสนใจคือ เจ้าของร้านเป็นศิลปินหญิงที่ชอบวาดภาพและชอบงานปั้น แต่ไม่เคยเข้าเรียนที่สถาบันใดเลย ผลงานทุกชิ้นจึงเกิดจากแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ของเธอ จนสามารถสร้างชื่อเสียงอย่างมากในประเทศจีน โดยงานศิลปะฝีมือของเธอบางส่วนได้ถูกนำมาตกแต่งภายในร้าน รวมถึงถ้วยชามที่ใช้เสิร์ฟอาหารก็เป็นฝีมือการปั้นของเธอ

• **ร้าน Modern Toilet** เป็นอีกตัวอย่างของร้านอาหารประเภท Theme Restaurant ที่ตกแต่งร้านด้วยบรรยากาศของห้องสุขา ภาชนะที่ใส่อาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดถูกออกแบบให้เหมือนเครื่องสุขภัณฑ์ ใช้โทนสีแรง ๆ ฉูดฉาด ตกแต่งผนังด้วยกระเบื้องห้องน้ำ และฝักบัว นำอ่างอาบน้ำมาทำเป็นโต๊ะ และโถส้วมมาทำเป็นเก้าอี้







2. การเล่าเรื่องราวและประวัติความเป็นมา เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า และแรงจดจำต่อสินค้า รวมทั้งกระตุ้นการตัดสินใจซื้อหรือการบอกต่อในกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น

• **ไข่ต้มใบชาสมุนไพรจีน** หรือ ไข่ต้มอาม่า มีเพียงที่เดียวไม่มีสาขาอื่น ตั้งขายอยู่ที่วัดเสวียนกวง ข้างท่าเรือทะเลสาบสุริยันจันทรา เป็นเวลานานกว่า 60 ปี จากแผงขายอาหารเล็ก ๆ กระทั่งปัจจุบันได้ปรับปรุงเป็นร้านที่สวยงาม มีพนักงานแยกแต่ละแผนกอย่างชัดเจน ได้แก่ ขนของ ซื้อของ ต้มไข่ บรรจุถุง และเก็บเงิน ซึ่งไข่ต้มอาม่า มีสูตรพิเศษในการต้มไข่กับใบชาอัสสัมในท้องถิ่นและเห็ดหอมที่ปลูกในหนานโถว จนเข้ารสโดยทางร้านไม่เคยทำการโฆษณา แต่อาศัยนักท่องเที่ยวเป็นแหล่งกระจายข่าวสาร หรือใช้กลยุทธ์การตลาดแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Marketing) นั่นเอง นอกจากนี้ มีเรื่องเล่าว่าเมื่อก่อนผู้ขายเคยตั้งแผงขายของผิดกฎระเบียบอยู่ที่ข้างทะเลสาบ กระทั่งอดีตประธานาธิบดีเจี่ยงจิงกั๋วผ่านมาเห็น และเกิดความสงสาร จึงออกใบอนุญาตพิเศษให้ตั้งแผงขายตรงที่ดังกล่าวได้ ต่อมาเมื่อไต้หวันเปิดรับนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ทำให้ไข่ต้มอาม่ามียอดขายต่อวันสูงถึง 7 หมื่นเหรียญไต้หวัน หรือประมาณ 7 หมื่นบาท (เทียบเท่ากับไข่ 7,000 ฟอง) โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลตรุษจีน

3. การเลือกใช้วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากรัฐบาลไต้หวันได้บรรจุร้านอาหาร/ขนม ไว้เป็นส่วนหนึ่งในแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น ร้านของฝากต่างพยายามยกระดับสินค้าของตน โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ผนวกกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและดึงดูดใจผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น

• **ฟ่งหลีซู (Feng Li Su) หรือ พายสับปะรด** เป็นขนมพิเศษที่ขึ้นชื่อของชาวไต้หวัน ได้รับเลือกให้เป็น “Tourist Gift” อย่างเป็นทางการ ซึ่งชาวไต้หวันเชื่อว่า “สับปะรด” เป็นผลไม้ที่นำมาซึ่ง “ความรัก-Love” “ความสำเร็จ-Success” และ “ความมั่งคั่ง ร่ำรวย-Prosperity” โดย “เว่ยเย่อซันชิว” ผู้ผลิตรายใหญ่ในเมืองหนานโถว ยืนหยัดที่จะใช้สับปะรดท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบของสินค้า เนื่องจากคำนึงถึงการพัฒนาการเกษตรของไต้หวันเป็นสำคัญ รวมทั้งเพื่อเป็นการสร้างโอกาสและแก้ไขปัญหาความยากจนของเกษตรกรด้วย นอกจากนี้ ผู้ผลิตขนม “ไท่หยางปิ่ง” ในนครไถจง ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น โดยการผลิตพายสับปะรดประดับแผ่นทอง ซึ่งใช้สำหรับประกอบอาหารโดยเฉพาะ และสามารถรับประทานได้ สนนราคาลูกละ 3,000 เหรียญไต้หวัน หรือประมาณ 3,000 บาท ซึ่งผลิตจำนวนจำกัด และต้องสั่งจองล่วงหน้า 1 อาทิตย์ บางร้านยังเพิ่มลูกเล่นให้กับสินค้า โดยผลิตขนมเป็นรูปหยินหยาง จัดเป็นชุดของขวัญบรรจุในกล่องสวยงาม หรือผลิตเป็นรูปเกาะไต้หวัน บรรจุในกล่องไม้ สำหรับมอบให้บุคคลสำคัญในโอกาสพิเศษ

4. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร เนื่องจากไต้หวันเคยเป็นเมืองขึ้นของญี่ปุ่น ทำให้ได้รับอิทธิพลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากประเทศญี่ปุ่นค่อนข้างมาก โดยผู้ผลิตไต้หวันต่างพยายามต่อยอดรูปแบบดังกล่าว และเพิ่มมูลค่าสินค้าของตนผ่านการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น

• **ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว (ปลาเส้น)** ที่กล่องบรรจุภัณฑ์ถูกออกแบบ โดยแทนรสชาติของขนม ด้วยสภาวะอากาศต่าง ๆ เช่น รสเผ็ดร้อนเปรียบเหมือนพายุ รสวาซาบิเปรียบเหมือนฝนตก หรือรสหวานของคาราเมลเปรียบเหมือนวันที่ท้องฟ้าแจ่มใส

• **ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ (เค้กลูกแพร์)** ได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์เลียนแบบกล่องของ iPad และตั้งชื่อว่า iYou เปลี่ยนโลโก้จากแอปเปิ้ล เป็นลูกแพร์ถูกกัด ตอบรับกระแสความนิยมของผู้ชื่นชอบ iPad

• **ผลิตภัณฑ์ขนมไส้สับปะรด** ที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นรูปเหลี่ยมมุมคล้ายกับผิวของเปลือกสับปะรด ซึ่งเมื่อนำมาวางซ้อนกันในถุงที่มีปากถุงเป็นสีเขียว ทำให้ดูเหมือนผลสับปะรด

• **รูปแบบการใช้วัสดุธรรมชาติ** เช่น ไม้ไผ่ หวาย ไม้ ผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการสานทอบรรจุภัณฑ์ และหีบห่อสินค้าต่าง ๆ เพื่อตอบสนองกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และยังให้ความรู้สึกแบบตะวันออก หรือแบบเอเชีย

จากมุมมองการสร้างสรรค์สินค้าและบริการอาหารของไต้หวัน จะเห็นว่าประเทศไต้หวันใส่ใจในรายละเอียดที่อยู่รอบตัวสินค้า ทั้งเรื่องวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และการสร้างเรื่องราวให้กับสินค้าอาหาร นอกจากนี้ ยังพัฒนาการให้บริการอาหารรูปแบบใหม่ เช่น Theme restaurant ที่เติมความคิดสร้างสรรค์ และการนำเสนออาหารที่มีลูกเล่น (Gimmick) แปลกใหม่ ทำให้การบริการอาหารมีความน่าสนใจและแตกต่างจากร้านอาหารอื่นทั่วไป ซึ่งผู้ผลิตและผู้ให้บริการอาหารของไทยสามารถนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาอาหารสร้างสรรค์ของประเทศได้ เช่น การผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะให้กับสินค้าอาหาร การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาด รูปทรง สีสัน และลวดลาย ที่เหมาะสมกับการใช้งานของกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม การสร้างนวัตกรรมอาหารที่มีรูปลักษณ์และคุณประโยชน์ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น

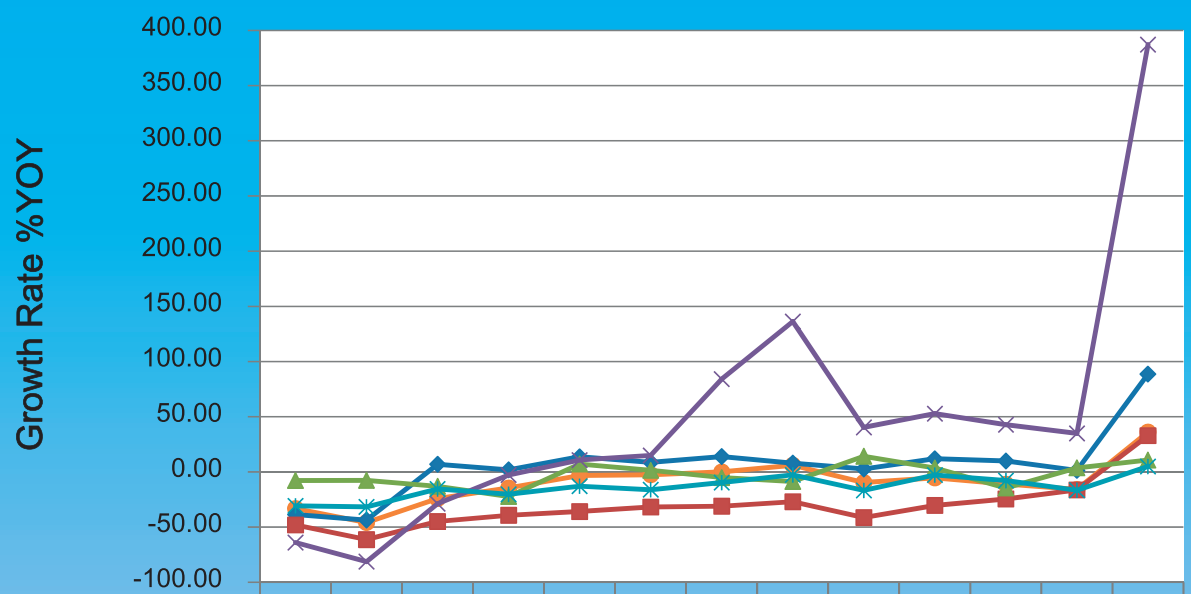
สรุปสถานการณ์การผลิตภาคอุตสาหกรรม เดือนตุลาคม 2555

ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

การผลิตภาคอุตสาหกรรมในเดือนตุลาคม 2555 ขยายตัวร้อยละ 36.12 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากฐานที่ต่ำในปีก่อนซึ่งเกิดเหตุการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ ทำให้การผลิตในหลายอุตสาหกรรมสำคัญต้องหยุดชะงัก สำหรับอัตราการใช้กำลังการผลิตในเดือนตุลาคม 2555 อยู่ที่ร้อยละ 67.93

อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ในเดือนกันยายน 2555 ดัชนีผลผลิตขยายตัวร้อยละ 387.24 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากยังคงมีคำสั่งซื้อจากภายในประเทศอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายรถคันแรก ประกอบกับฐานที่ต่ำในปีก่อนจากปัญหาขาดแคลนชิ้นส่วนประกอบ สำหรับการผลิตเหล็กในเดือนตุลาคม 2555 ดัชนีผลผลิตขยายตัวร้อยละ 10.68 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากอุตสาหกรรมต่อเนื่องได้แก่อุตสาหกรรมยานยนต์ยังคงขยายตัวในระดับสูง

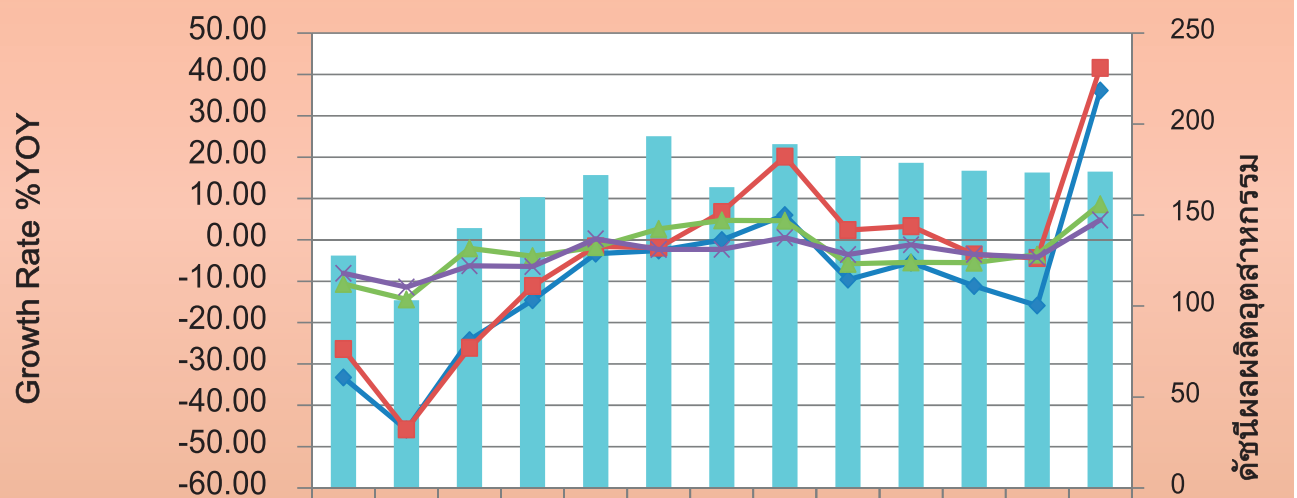
ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมรายสาขา



	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
	2554			2555									
ดัชนีผลผลิตรวม	-33.	-45.	-24.	-14.	-3.3	-2.5	-0.0	6.00	-9.6	-5.4	-11.	-15.	36.1
เครื่องใช้ไฟฟ้า	-38.	-43.	6.80	1.80	13.6	8.60	13.8	7.92	2.57	11.9	9.86	1.31	88.6
ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	-48.	-61.	-45.	-39.	-35.	-31.	-31.	-27.	-41.	-30.	-24.	-16.	32.7
เหล็ก	-7.9	-7.7	-13.	-22.	7.09	1.42	-5.1	-8.7	14.1	3.47	-14.	3.63	10.6
รถยนต์	-64.	-81.	-28.	-2.8	10.6	14.8	84.0	136.	40.3	52.8	42.7	34.8	387.
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	-30.	-31.	-15.	-20.	-13.	-16.	-9.6	-2.7	-16.	-2.8	-7.8	-16.	4.86

สำหรับอุตสาหกรรมการผลิต Hard Disk Drive ดัชนีผลผลิตหดตัวร้อยละ 3.38 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากผู้ผลิตรายใหญ่ยังไม่เริ่มดำเนินการผลิต และลดคำสั่งการผลิตลงจากความกังวลสถานการณ์น้ำท่วม ประกอบกับความต้องการสินค้าในตลาดลดลงจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา

การจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมในเดือนตุลาคม 2555 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนมีระดับเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสถานการณ์การผลิต โดยดัชนีการส่งสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.60 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี ส่วนสินค้าคงคลังมีระดับเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลังเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.64 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องมาจากการผลิตที่กลับเข้าสู่ภาวะปกติในหลายอุตสาหกรรมสำคัญ สำหรับอัตราการใช้กำลังการผลิตในเดือนตุลาคม 2555 อยู่ที่ร้อยละ 67.93



	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
	2554			2555									
ดัชนีผลผลิตรวม	127	103	142	159	172	193	165	189	182	178	174	173	173
ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม	-33	-45	-24	-14	-3.	-2.	-0.	6.0	-9.	-5.	-11	-15	36.
ดัชนีการส่งสินค้า	-26	-45	-26	-11	-1.	-1.	6.7	20.	2.4	3.3	-3.	-4.	41.
ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	-10	-14	-2.	-3.	-1.	2.6	4.7	4.6	-5.	-5.	-5.	-3.	8.6
ดัชนีแรงงานในอุตสาหกรรม	-8.	-11	-6.	-6.	0.2	-2.	-2.	0.5	-3.	-1.	-3.	-4.	4.8

สิทธิประโยชน์รถยนต์คันแรก

กองบรรณาธิการ

31 ธันวาคม 2555 เป็นวันส่งท้ายปีเก่า ซึ่งจะหมดไปพร้อมๆ กับโครงการคืนภาษีรถยนต์คันแรก ที่เราๆ จะได้มีโอกาสซื้อรถยนต์ที่มีราคาขายปลีกไม่เกินคันละ 1 ล้านบาท จะเป็นรถยนต์นั่ง ขนาดความจุกระบอกสูบไม่เกิน 1,500 ลูกบาศก์เซนติเมตร หรือว่าจะเป็นรถกระบะ (Pick up) แม้กระทั่งรถยนต์นั่งกึ่งบรรทุก (Double Cab) ก็ได้ แต่ต้องเป็นรถยนต์ที่ผลิตขึ้นในประเทศ ไม่รวมถึงรถยนต์ที่ประกอบจากชิ้นส่วนนำเข้าใช้แล้วจากต่างประเทศ(รถยนต์จดประกอบ) จะซื้อเงินผ่อนผ่านไฟแนนซ์ หรือเงินสดก็ได้ แล้วจะได้รับเงินคืนเท่ากับภาษีตามที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 1 แสนบาทต่อคัน ที่สำคัญต้องเป็นรถยนต์คันแรกที่ซื้อตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2554 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2555 และคุณต้องมีอายุ 21 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป อย่าลืมด้วยว่าคุณต้องครอบครองรถยนต์ไม่น้อยกว่า 5 ปี หากคุณไม่สามารถผ่อนต่อได้ หรือมีเหตุอย่างอื่น จะต้องคืนเงินภาษีที่ได้รับให้กรมสรรพสามิต หากไม่ดำเนินการ กรมสรรพสามิตจะใช้วิธีการทางศาล เพื่อสั่งให้คืนทะเบียนรถยนต์

ตัวอย่างราคารถยนต์นั่งที่เข้าเกณฑ์ ได้คืนภาษีตามโครงการรถคันแรก

หน่วยบาท

	ยี่ห้อ	รุ่น	ราคา	หักแวต 7 % เหลือ	เป็นภาษีสรรพสามิต	ลดได้ไม่เกินหนึ่งแสน	ราคารถหลังหักภาษีสรรพสามิต
ซิตี้คาร์	โตโยต้า	วีออส 1.5 e at	609,000	569,159	113,832	100,000	509,000
	โตโยต้า	วีออส 1.5 g at	684,000	639,252	127,850	100,000	584,000
	ฮอนด้า	ซิตี้ s at	574,000	536,449	107,290	100,000	474,000
	ฮอนด้า	ซิตี้ v at	619,000	578,505	115,701	100,000	519,000
	มาสด้า	2 elegance 1.5 groove at	574,000	536,449	107,290	100,000	474,000
	มาสด้า	2 elegance 1.5 spirit at	640,000	598,131	119,626	100,000	540,000
อีโคคาร์	นิสสัน	มาร์ช 1.2 e cvt	464,000	433,645	63,008	63,008	400,992
	นิสสัน	มาร์ช 1.2 el cvt	494,000	461,682	67,082	67,082	426,918

ที่มา : ประชาชาติธุรกิจ รวบรวม

สำหรับผู้ที่ซื้อหรือจองรถยนต์ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2554 และจดทะเบียนภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2555 ให้ยื่นคำขอใช้สิทธิ์ฯ และเอกสารหลักฐานภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2555 ดังนี้

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน
- สำเนาทะเบียนบ้าน
- สำเนาหนังสือสัญญาเช่าซื้อ (ในกรณีเช่าซื้อ)
- สำเนาคู่มือการจดทะเบียน
- หนังสือยินยอมสละสิทธิ์การโอนรถยนต์ใหม่คันแรก
- สำเนาหลักฐานการซื้อขายรถยนต์(กรณีซื้อเงินสดใช้สำเนาใบเสร็จรับเงินหรือสำเนาสัญญาซื้อขายและสำเนาเอกสารการรับมอบรถยนต์ กรณีเช่าซื้อใช้สำเนาใบเสร็จรับเงินและสำเนาเอกสารการรับมอบรถยนต์)
- สำเนาบัญชีเงินฝากธนาคารของผู้ขอใช้สิทธิ์
- ใบจองรถยนต์ (ชื่อที่ระบุในใบจองรถยนต์จะต้องเป็นชื่อบุคคลเดียวกันกับผู้ซื้อรถยนต์ที่ยื่นขอใช้สิทธิ์)

แต่ท่านใดที่ยังไม่ได้รับมอบรถยนต์หรือจดทะเบียนกับกรมการขนส่งทางบกไม่ทันวันที่ 31 ธันวาคม 2555 ให้คุณนำเอกสารหลักฐานเพิ่มเติมมายื่น ณ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่หรือสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สาขาภายในระยะเวลา 90 วัน นับจากวันถัดจากวันรับมอบรถยนต์

1. ยื่นคำขอใช้สิทธิ์ฯ และเอกสารหลักฐาน ภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2555 ดังนี้

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน (ผู้มีสัญชาติไทย)
- สำเนาทะเบียนบ้าน
- สำเนาหนังสือสัญญาเช่าซื้อ(ถ้ามี)
- สำเนาบัญชีเงินฝากธนาคารของผู้ใช้สิทธิ์ฯ (แต่เพียงผู้เดียว และต้องเป็นธนาคารพาณิชย์ภายในประเทศเท่านั้น) บัญชีที่ใช้ได้ ได้แก่ บัญชีออมทรัพย์ บัญชีสะสมทรัพย์ บัญชีเผื่อเรียก บัญชีกระแสรายวัน ส่วนบัญชีที่ใช้ไม่ได้ ได้แก่ บัญชีเงินฝากประจำ บัญชีออมทรัพย์พิเศษ บัญชีสะสมทรัพย์พิเศษ บัญชีเผื่อเรียกพิเศษ บัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ จำกัด
- ใบจองรถยนต์ (ชื่อผู้ซื้อที่ระบุไว้ในใบจองรถยนต์ตั้งแต่วันที่ 30 กรกฎาคม 2555 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2555 จะต้องเป็นบุคคลเดียวกันกับผู้ซื้อรถยนต์ที่ยื่นขอใช้สิทธิ์)

2. นำหลักฐานนอกเหนือจาก ข้อ 1 มายื่นเพิ่มเติม ภายในระยะเวลา 90 วัน นับถัดจากวันรับมอบรถยนต์ ดังนี้

- หนังสือยินยอมสละสิทธิ์การโอนรถยนต์ใหม่คันแรก
- สำเนาหลักฐานการซื้อขายรถยนต์

กรณีการซื้อด้วยเงินสด

- สำเนาใบเสร็จรับเงินหรือสำเนาสัญญาซื้อขาย
- สำเนาเอกสารการรับมอบรถยนต์

กรณีเช่าซื้อ

- สำเนาใบเสร็จรับเงิน
- สำเนาเอกสารการรับมอบรถยนต์
- สำเนาหนังสือสัญญาเช่าซื้อ

ข้อมูลอ้างอิง

กรมสรรพสามิต, เอกสารคำแนะนำสำหรับประชาชนในการยื่นคำขอใช้สิทธิ์ฯ สำหรับรถยนต์ใหม่คันแรกตามนโยบายรัฐบาล

10 เมืองน่าเที่ยว ในช่วงวันคริสต์มาส

กองบรรณาธิการ

เมื่อกล่าวถึงเทศกาลคริสต์มาส นอกจากจะเป็นเทศกาลสำคัญทางศาสนาของชาวคริสเตียนแล้ว ในประเทศทางฝั่งตะวันตกยังถือว่าเทศกาลคริสต์มาสเป็นช่วงเวลาที่หลายๆ คนรอคอยกันอีกด้วย เพราะถือเป็นเทศกาลหยุดยาวของชาวตะวันตก ซึ่งในช่วงเวลานี้เอง ชาวตะวันตกจะวางแผน เพื่อไปพักผ่อนเฉลิมฉลองเทศกาลคริสต์มาสในต่างประเทศกัน บ้างก็จะบินไปท่องเที่ยวในเขตเอเชีย เพื่อต้องการจะหนีสภาพอากาศที่เหน็บหนาว โดยล่าสุดได้มีการจัดอันดับ 10 เมืองที่น่าไปท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลคริสต์มาสที่จะถึงนี้มากที่สุด ไปติดตามกันเลยว่า เมืองไหนจะเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวที่สุดในช่วงคริสมาสต์

อันดับ 10 ซานฮวน เปอร์โตริโก

เหตุผลที่คุณควรไป : เพราะที่นี่มีเทศกาลคริสต์มาสมาราธอน ที่เริ่มเทศกาลกันตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนยาวไปจนถึงสิ้นเดือนมกราคมเลยทีเดียว

กิจกรรมโดน ๆ ที่ห้ามพลาด : ร่วมร้องเพลงในช่วงเทศกาล ลิ้มรสไก่งวงรสเลิศ พร้อมกับนั่งดูการจุดพลุไฟทุกวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวันคริสต์มาสอีฟ ชาวเปอร์โตริกันจะเข้าร่วมพิธีมิสซาหมู่ จากนั้นในวันสิ้นปี รัฐบาลจะจัดงานส่งท้ายปีอย่างยิ่งใหญ่ ประชาชนจะร่วมกันทานองุ่น 12 ผล เพราะแสดงถึงความโชคดี แต่งานที่เป็นไฮไลท์ของที่นี่คงต้องยกให้วันที่ 6 ม.ค. เพราะถือว่าเป็นวัน Three Kings Day ซึ่งในวันนี้เด็ก ๆ จะได้รับของขวัญฟรี ที่ทำเนียบรัฐบาลของเปอร์โตริโก้

อันดับ 9 ลอนดอน อังกฤษ

เหตุผลที่คุณควรไป : ว่ากันว่าที่นี่เป็นแหล่งชุมชนของซานต้า ที่เด็ก ๆ ชื่นชอบ

กิจกรรมโดน ๆ ที่ห้ามพลาด : ดูเหมือนว่ากิจกรรม ที่ห้ามพลาดจะเหมาะกับบรรดาคุณพ่อคุณแม่ เสียมากกว่าเพราะมีกิจกรรมที่บรรดาคุณหนูๆ จะได้สนุกสนานกับคุณซานต้ามากมายเต็มไปหมด

อันดับที่ 8 นิวยอร์ค อเมริกา

เหตุผลที่คุณควรไป : ว่ากันว่าตราบใดที่ไม่มีการเปิดไฟที่ต้นคริสต์มาสที่สูงกว่า 8 กิโลเมตรที่ตึก ร็อคกี้ เฟลเลอร์ นั่นก็แสดงว่ายังไม่ถึงวันคริสต์มาสที่แท้จริง

กิจกรรมโดน ๆ ที่ห้ามพลาด : นอกจากการร่วมชมไฟที่ส่องสว่างจากต้นคริสต์มาสยักษ์ที่ตึกร็อคกี้ เฟลเลอร์ แล้ว อย่าพลาดเล่นสเก็ตน้ำแข็งที่ลานหน้าตึกด้วย และที่สำคัญหากคุณไม่อยากพลาดเมื่อมานิวยอร์คให้คุณเดินช้อปปิ้ง (หรือจะแค่เดินเล่น เราก็ไม่ว่ากันนะ) จาก Bloomingdale ผ่าน Barneys, Bergdorf Goodman, Saks และ Macy's ไม่อย่างนั้นถือว่ามานิวยอร์คไม่จริง !!!

อันดับที่ 7 โตเกียว ญี่ปุ่น

เหตุผลที่คุณควรไป : แม้ว่าที่ฟุคุชิมะจะเพิ่งผ่านพ้นจากภัยพิบัติมาก็ตาม แต่ที่โตเกียวนั้นมีการประดับประดาไฟตามท้องถนนอย่างสวยงาม

กิจกรรมโดน ๆ ที่ห้ามพลาด : นอกจากปาร์ตี้ในวันคริสต์มาสแล้ว การเดินเล่นดูไฟที่ประดับประดาตามท้องถนนหรือตึกรามบ้านช่องต่าง ๆ เป็นสิ่งที่คุณไม่ควรพลาด โดยเฉพาะที่ตึกรปปองหิ ที่ขึ้นชื่อลือชาเรื่องความงดงามของการประดับไฟ

อันดับที่ 6 มูอองส์ ซาร์ตูซ์ ฝรั่งเศส

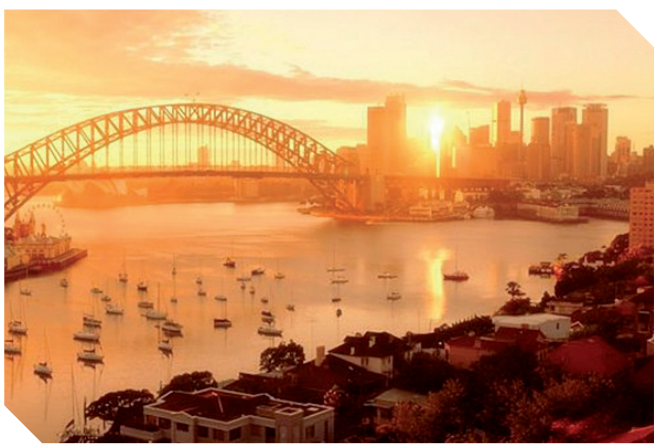
เหตุผลที่คุณควรไป : เพราะงาน Christmas figurine fair ถือเป็นงานเทศกาลเฉลิมฉลองในช่วงคริสต์มาสที่มีมาอย่างยาวนาน มากเสียจนคุณควรจะต้องลองไปสักครั้งในชีวิต

กิจกรรมโดน ๆ ที่ห้ามพลาด : นอกจากนักท่องเที่ยวจะตื่นตาตื่นใจไปกับงานเทศกาลแล้ว พวกเขายังสามารถร่วมโชว์ภายในงานด้วยก็ได้

อันดับที่ 5 ซิดนีย์ ออสเตรเลีย

เหตุผลที่คุณควรไป : ถ้าคุณเบื่อการฉลองเทศกาลคริสต์มาสพร้อมอากาศหนาวสุดขั้วแล้วล่ะก็ ไม่ลองฉลองคริสต์มาสบนชายหาด พร้อมจิบเบียร์เย็น ๆ ไปด้วยล่ะ

กิจกรรมโดน ๆ ที่ห้ามพลาด : แน่นอนว่าในช่วงเทศกาลคริสต์มาสนั้น ชาวตะวันตกจะต้องอยู่ท่ามกลางอากาศที่หนาวเย็น กลับกันที่ซิดนีย์ ที่นี่ก็มีการฉลองเทศกาลคริสต์มาสเช่นเดียวกับชาวตะวันตก แต่ต่างกันตรงที่ ที่นี่อากาศกำลังดี ทำให้ที่นี่จัดงานฉลองเทศกาลคริสต์มาสกลางชายหาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งงาน sunburnt christmas ที่ขึ้นชื่อลือชา ถ้าคุณเบื่อฉลองเทศกาลคริสต์มาสท่ามกลางหิมะแล้วล่ะก็ การฉลองคริสต์มาสกลางชายหาดก็เป็นความคิดที่ไม่เลวใช่มั้ยล่ะ



อันดับที่ 4 เวโรน่า อิตาลี

เหตุผลที่คุณควรไป : เพราะนอกจากที่นี่จะมีเทศกาลการฉลองที่โด่งดังไม่แพ้ที่อื่นแล้ว ที่นี่ยังเป็นถิ่นกำเนิดของโรมิโอกับจูเลียตอีกน่ะสิ

กิจกรรมโดน ๆ ที่ห้ามพลาด : นอกจากการเดินชมงานโชว์ศิลปะตลาดท้องถิ่น หรือการแสดงโชว์ต่าง ๆ คุณไม่ควรพลาดการชมปราสาท Malcesine เพราะที่นี่เค้าจะเนรมิตให้เป็นปราสาทของซานต้าแคในช่วงเทศกาลคริสต์มาสเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีการแสดงเรื่องราวการประสูติของพระเยซูผ่านผิวน้ำที่ทะเลสาบ Garda อีกด้วย

อันดับที่ 3 เรกยะวิก ไอซ์แลนด์

เหตุผลที่คุณควรไป : เพราะที่นี่เป็นแหล่งตำนาน ซานต้า กริมม์ และเอลฟ์ในแบบชาวไอซ์แลนด์นั่นเอง

กิจกรรมโดน ๆ ที่ห้ามพลาด : ห่างจากตัวเมืองเรกยะวิกไม่ไกลนัก เป็นที่ตั้งของหมู่บ้าน ฮาฟนาร์ฟยอร์ดูร์ (Hafnarfjördur) หรือเป็นที่รู้จักกันว่าเป็นหมู่บ้านเอลฟ์ ในช่วงเทศกาลคริสต์มาสที่หมู่บ้านแห่งนี้จะเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ พร้อมชมสินค้าพื้นเมืองที่ถือเป็นอาชีพดั้งเดิมของชาวเอลฟ์อีกด้วย

อันดับที่ 2 เวียนนา ออสเตรีย

เหตุผลที่คุณควรไป : เพราะที่นี่ขึ้นชื่อเรื่องเมืองแห่งความโรแมนติก ที่เชิญชวนให้คู่รักหลายๆ คู่ มาเก็บบรรยากาศความโรแมนติกกับสถานที่นี้ได้

กิจกรรมโดน ๆ ที่ห้ามพลาด : นอกจากเทศกาลเฉลิมฉลองในเมืองที่มีสถาปัตยกรรมที่งดงามแล้ว ตระเวนชิมอาหารเลิศรสไม่ว่าจะเป็นขนมปังขิง ถั่วอัลมอนด์อบ ไส้กรอกต้นตำหรับ เม็ดเกาลัดหวาน พร้อมจิบไวน์ร้อน ๆ รับรองคริสต์มาสนี้สุขยิ่งกว่าคริสต์มาสปีไหนๆ แน่นอน

อันดับที่ 1 นูเรมเบิร์ก เยอรมนี

เหตุผลที่คุณควรไป : เพราะที่นี่มี Nuremberg Christmas market ที่นอกจากจะใหญ่โตแล้ว ยังดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกว่า 2 ล้านคน แวะมาเยี่ยมเยือนทุก ๆ ปี

กิจกรรมโดน ๆ ที่ห้ามพลาด : ที่นี่เหมาะกับคนทุกเพศทุกวัยจริง ๆ บรรดาคุณพ่อคุณแม่จะเพลิดเพลินกับการซื้อหาของที่ตลาดคริสต์มาส ในขณะที่เด็ก ๆ จะสนุกสนานกับพิพิธภัณฑ์ของเล่น ส่วนคุณตาคุณยายหรือคุณปู่คุณย่าก็ยังสามารถเดินชมความหลังกับพิพิธภัณฑ์รถไฟได้อีกด้วย

ที่มา : CNN Go

สศอ. จัดเสวนา “โครงการประเมินผลการพัฒนาอุตสาหกรรม” มีนายวีรศักดิ์ ศุภประเสริฐ ผู้เชี่ยวชาญด้านการชี้นำและเตือนภัยอุตสาหกรรมเป็นประธาน และนายอภิชัย สมบูรณ์ปกรณ์ เป็นวิทยากร โดยมีนายธานินทร์ ผะเอม รองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้าร่วมรับฟังและแสดงความคิดเห็น เมื่อวันศุกร์ที่ 2 พฤศจิกายน 2555 ณ ห้องประชุม 601 สศอ.

สศอ. นำคณะสื่อมวลชนศึกษาดูงานเยี่ยมชมเครื่องจักรกลต้นแบบในอุตสาหกรรมแปรรูปไม้สัก ณ สถาบันไทย-เยอรมัน จ.ชลบุรี และโรงงานผลิตเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมผลิตเหล็ก บริษัท ดานิลี่ จำกัด จ.ระยอง ระหว่างวันที่ 22-23 พฤศจิกายน 2555

สศอ. จัดงานแถลงข่าว “ดัชนีอุตสาหกรรม เดือนตุลาคม 2555” โดยมีนายหทัย อู่ไทย รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นผู้แถลงข่าว มีสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ให้ความสนใจเข้าร่วมงาน เมื่อวันอังคารที่ 27 พฤศจิกายน 2555 ณ ห้องประชุม 202 สศอ.

นายกิตติรัตน์ ณ ระนอง รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เป็นประธานงานฉลองความสำเร็จ “2 ล้านคันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย มิติใหม่สู่ความสำเร็จระดับโลก” พร้อมด้วยผู้บริหารกระทรวงอุตสาหกรรม รวมทั้ง ดร.ณัฐพล ณัฏฐสมบูรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2555 ณ ห้องรอยัลจูบิลี่ บอลรูม อาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี

Industrial Intelligence Unit (IIU)

ระบบเครือข่ายข้อมูลเพื่อการชี้นำและเตือนภัยของภาคอุตสาหกรรม
ซึ่งประกอบไปด้วย 9 ระบบข้อมูล หรือ 9 IIU ได้แก่

- อุตสาหกรรมไทยในภาพรวม
  http://iiu.oie.go.th
- อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
  http://iiu.oie.go.th/Textile/default.aspx
- อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า
  http://iiu.oie.go.th/iron/default.aspx
- อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
  http://iiu.oie.go.th/electronics/default.aspx
- อุตสาหกรรมยานยนต์
  http://iiu.oie.go.th/Automotive/default.aspx
- อุตสาหกรรมอาหาร
  http://iiu.oie.go.th/food/default.aspx
- อุตสาหกรรมพลาสติก
  http://iiu.oie.go.th/ptit/default.aspx
- ฐานข้อมูลด้านการรับรองมาตรฐานไอเอสโอ
  http://iiu.oie.go.th/ISO/default.aspx
- ฐานข้อมูลด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมในภูมิภาคอาเซียน
  http://iiu.oie.go.th/IUasean/default.aspx

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม | OFFICE OF INDUSTRIAL ECONOMICS

ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทร. 0 2202 4274, 0 2202 4284 โทรสาร 0 2644 7023
www.oie.go.th, www.facebook.com/oieprnews, http://twitter.com/oie_news