

ผลกระทบต่อผู้ผลิตที่เกิดจากฉลากประหยัดพลังงานแบบใหม่สำหรับสินค้าเครื่องรับโทรทัศน์ของสหรัฐอเมริกา

ตามที่ หน่วยงาน Federal Trade Commission: FTC ของสหรัฐอเมริกา ได้ออกข้อกำหนดเกี่ยวกับการติดฉลากประหยัดพลังงานสำหรับเครื่องรับโทรทัศน์ที่ผลิตตั้งแต่วันที่ 10 พฤษภาคม 2554 เป็นต้นไป โดยกำหนดให้ติดฉลาก Energy Guide บนสินค้าโทรทัศน์รุ่นใหม่ อีกทั้งสหภาพยุโรปยังเตรียมออกระเบียบในลักษณะเดียวกัน สำหรับโทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องล้างจาน และเครื่องซักผ้า โดยคาดว่าจะบังคับใช้ภายในต้นปีนี้

สำหรับฉลาก Energy Guide จะมีสีเหลืองและสีดำ ทั้งนี้ผู้ผลิตสามารถใช้ฉลากได้ทั้งแบบสามเหลี่ยมหรือแบบสี่เหลี่ยมตามตัวอย่างดังรูป



โดยกำหนดให้บนฉลากจะต้องระบุข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการใช้ ระบุประมาณค่าใช้จ่ายต่อปีในการใช้พลังงาน พร้อมการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานจากโทรทัศน์รุ่นอื่นๆ ที่มีหน้าจอนขนาดเท่ากัน ฉลากดังกล่าวต้องสามารถมองเห็นได้จากด้านหน้าของเครื่องรับโทรทัศน์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ตลาดสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดสำคัญของการส่งออกโทรทัศน์ของไทย โดยมีสัดส่วนกว่า 30% จากตลาดทั้งหมด ซึ่งเครื่องรับโทรทัศน์ที่ไทยส่งออก ส่วนมากเป็นชนิดหลอด CRT สำหรับตลาดล่างในสหรัฐอเมริกา ซึ่งแนวโน้มของตลาดเครื่องรับโทรทัศน์ชนิดหลอด CRT มีแนวโน้มลดลงมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แต่ยังคงมีความต้องการโทรทัศน์ราคาถูกในตลาดระดับล่างอยู่จำนวนหนึ่ง แนวโน้มการส่งออกโทรทัศน์ไปสหรัฐอเมริกา แสดงดังตาราง

ปี 2551		ปี 2552		ปี 2553	
มูลค่า (Mil.US\$)	Growth	มูลค่า (Mil.US\$)	Growth	มูลค่า (Mil.US\$)	Growth
451.11	-1.25 %	464.45	2.96 %	304.62	-34.41 %

ผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ในไทยที่มีการส่งออกไปตลาดสหรัฐอเมริกา ได้แก่

1. บริษัท เวิลด์ อิเล็กทริก (ประเทศไทย) จำกัด
2. บริษัท ฟุโน (ไทยแลนด์) จำกัด

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาไทยมีการส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์ไปสู่ตลาดสหรัฐอเมริกาดลง หลายบริษัทมีการยกเลิกการส่งออกไปตลาดสหรัฐอเมริกา

การศึกษาผลกระทบต่อผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ที่มีการส่งไปตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่าผู้ผลิตที่มีการทำ IEC Guide หรือ EUP ของยุโรป ซึ่งใกล้เคียงกับข้อกำหนดนี้อยู่แล้วจะไม่ค่อยได้รับผลกระทบมากนัก จะมีผลกระทบมากกับผู้ผลิตที่ไม่ได้ทำเกี่ยวกับมาตรฐานพวกนี้

ทางด้านผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีการส่งออกไปตลาดสหรัฐอเมริกามีการดำเนินการเตรียมการเพื่อรับมือกับข้อกำหนดนี้ ในส่วนของโรงงานอยู่ในช่วงดำเนินการในส่วนของการผลิตเพื่อให้ทันกับข้อกำหนดที่จะใช้ในวันที่ 10 พฤษภาคม 2554 นี้

ผลกระทบที่น่าจะเกิดกับโรงงานโดยตรงจะเป็นในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ค่าเครื่องมือทดสอบและค่าพัฒนาบุคลากรที่จะมารองรับกับข้อกำหนดนี้ ไทยมีการส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์ไปสหรัฐอเมริกาในปี 2553 ประมาณ 9.8 ล้านเครื่อง คาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 10 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา หรือประมาณ 330 ล้านบาท โดยค่าใช้จ่ายส่วนนี้ก็จะเป็นการกระจายต้นทุนที่เพิ่มขึ้นไปยังผู้ผลิตทั้งหมด และยังเป็นการลงทุนในช่วงแรก ซึ่งจะเป็นการลงทุนทั้งทางด้าน Hardware, Software และ People ware อันจะเป็นการลงทุนเพื่อผลประโยชน์ในระยะยาวของผู้ประกอบการ แม้ว่าไทยจะต้องแข่งขันกับจีนทางด้านต้นทุนอยู่แล้ว แต่ตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป มีส่วนแบ่งตลาดกว่าครึ่งหนึ่งของการส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์ของไทย

มูลค่าการส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์ของไทย ปี 2553

ตลาด	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)
สหรัฐอเมริกา	304.62
สหภาพยุโรป	137.84
รวมทุกตลาด	845.95

ดังนั้น จะเห็นว่าตลาดดังกล่าวมีความสำคัญต่อการส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์ของไทย ซึ่งผู้ประกอบการควรจะทำให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามกฎระเบียบต่างๆ และเตรียมการไว้ให้พร้อมล่วงหน้าเพื่อจะได้รักษาส่วนแบ่งตลาดดังกล่าวเอาไว้

ศูนย์วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก
สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
กุมภาพันธ์ 2554