



รายงานฉบับสมบูรณ์
ผลของข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศต่อ
การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อช่วยในการตัดสินใจภาครัฐ

(The free trade agreements Impacts on alcohol consumption:
a guide for government's decision)

(รหัสโครงการ 61-02029-0009)

ฉัตรสุมน พงศ์มิถิญาโณ

นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์

คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ได้รับทุนสนับสนุนโดย

แผนงานศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ

2564

รายงานฉบับสมบูรณ์
ผลของข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศต่อ
การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อช่วยในการตัดสินใจภาครัฐ
(The free trade agreements Impacts on alcohol consumption:
a guide for government's decision)
(รหัสโครงการ 61-02029-0009)

โดย

ฉัตรสมน พฤตมิถุน
นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์

ได้รับทุนสนับสนุนโดย
แผนงานศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)
คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
2564



คำนำ

โครงการวิจัยผลของข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อช่วยในการตัดสินใจภาครัฐ (The free trade agreements Impacts on alcohol consumption: a guide for government's decision) โดยได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ผู้วิจัยเริ่มดำเนินการในช่วงที่เกิดการระบาดโควิด-19 และมีความหวังว่ากระทรวงพาณิชย์ (พณ.) ได้ส่งเอกสารถึงเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เพื่อขอให้คณะรัฐมนตรีเห็นชอบการเจรจาเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CP-TPP) ภายหลังจากที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (กนศ.) ที่มีนายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี ฝ่ายเศรษฐกิจ เป็นประธาน เห็นชอบให้เสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อตัดสินใจขอเข้าร่วมความตกลง CP-TPP เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2563 ที่ผ่านมา เพื่อให้ทันการประชุมระดับรัฐมนตรีของประเทศสมาชิกในเดือนสิงหาคม 2563 ที่เม็กซิโก อย่างไรก็ตาม วันที่ 27 เมษายน 2563 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้ถอนวาระ “ขอเข้าร่วม CP-TPP” ออกจากการประชุมคณะรัฐมนตรีแล้ว โดยทางกลุ่มเชื่อว่า การถอนวาระครั้งนี้เป็นผลมาจากแรงกดดันของภาคประชาชน โดยเฉพาะการจัด “ชุมนุมออนไลน์” ตลอดทั้งวัน โดยประชาชนโพสต์ภาพถ่ายของตัวเองพร้อมติดแฮชแท็ก #NoCPTPP นอกจากนี้มีการประชุมในกรุงเทพมหานครที่กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศได้จัดสัมมนา “ไทยพร้อมหรือยังที่จะฟื้นการเจรจา FTA ไทย-EU?” ในวันที่ 22 กันยายน 2563 เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา ประโยชน์และผลกระทบจากการฟื้นการเจรจาความตกลงการค้าเสรี (FTA) ไทย-สหภาพยุโรป (อียู)

งานวิจัยนี้ได้นำเสนอสถานการณ์การนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากต่างประเทศของประเทศไทยปี พ.ศ.2543-2562 (20 ปี) และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลบังคับข้อตกลงเสรีทางการค้าระหว่างไทยและต่างประเทศ กับการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไทยได้ทำการตกลงกับต่างประเทศ รวมถึงศึกษาผลของ

ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศที่จะมีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อ
ช่วยในการตัดสินใจภาครัฐ

ผู้วิจัยหวังว่ารายงานฯ นี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินนโยบายที่เกี่ยวข้อง
กับการควบคุมผลกระทบจากความตกลงการค้าระหว่างประเทศต่อการควบคุมการ
บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรสุมน พงศ์ภิณูญ

รองศาสตราจารย์ ดร.นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์

4 ธันวาคม 2563

สารบัญ

		หน้า
	คำนำ	ก
	สารบัญ	ค
	กิตติกรรมประกาศ	ฉ
	บทคัดย่อ	ช
บทที่ 1	บทนำ	1
	1. ความสำคัญของปัญหา	1
	2. เป้าหมายของโครงการ	4
	3. วัตถุประสงค์ของโครงการ	4
	4. กรอบแนวคิดการวิจัย	5
	5. วิธีการวิจัย	5
บทที่ 2	ทบทวนวรรณกรรม	8
	1. การตีพิมพ์และนโยบายการควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	8
	2. องค์การการค้าโลกและการเปิดการค้าเสรี	18
	3. กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ	39
	4. การค้าเสรีในเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์และปัญหา สาธารณสุข	56
บทที่ 3	ผลการศึกษการสำรวจสถานการณ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อตกลงทางการค้าเสรีและมูลค่าการค้าเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	66
	1. สถานการณ์การนำเข้าเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์จาก ต่างประเทศเข้าประเทศไทยปี พ.ศ.2543-2562 (20 ปี)	66
	2. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อตกลงเสรีทางการค้าระหว่าง ไทยและต่างประเทศ กับมูลค่าการค้าเครื่องตีพิมพ์ แอลกอฮอล์	82

สารบัญ

บทที่ 4	ผลของข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศที่จะมีผลต่อการ บริโภคเครื่องยนต์แอลกอฮอล์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจภาครัฐ	90
	1. แนวทางการพัฒนาขององค์การค้าโลกกับการค้า เครื่องยนต์แอลกอฮอล์	90
	2. ผลของข้อตกลงที่ครอบคลุมประเด็นการคุ้มครองการ ลงทุน และการผูกใช้มาตรการ การระงับข้อพิพาท ระหว่างผู้ลงทุนและรัฐ (Investor-State Dispute Settlement - ISDS)	97
	3. ผลของข้อตกลงด้านการระงับข้อสงวนและหลักการ ปฏิบัติเยี่ยงชาติ (National Treatment) และหลักการ ปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับการอนุเคราะห์อย่างยิ่ง (Most- Favored-Nation Treatment) เรื่อง Performance Requirements	105
	4. ด้านข้อจำกัดเชิงปริมาณ (Enforcement of trade agreements) การโฆษณา (Advertising restrictions) และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (TRIPS) ได้แก่ สลาก คำเตือนสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องยนต์แอลกอฮอล์	110
	5. ประเด็นอื่นๆ	113
บทที่ 5	ความท้าทายใหม่กับการสูญเสียการควบคุมเครื่องยนต์ แอลกอฮอล์ทางสื่อดิจิทัล	117
	1. การเปลี่ยนแปลงด้านสื่อดิจิทัลของการตลาดผลิตภัณฑ์ เครื่องยนต์แอลกอฮอล์	119
	2. พลังอำนาจของระบบนิเวศของสื่อดิจิทัล	121
	3. ความท้าทายใหม่: กฎ ระเบียบ การค้าด้านดิจิทัลจะ ควบคุมมาตรการทางเลือกได้อย่างไร	129

สารบัญ

บทที่ 6	อภิปรายผล	142
บทที่ 7	สรุปและข้อเสนอแนะ	168
	เอกสารอ้างอิง	174
	ภาคผนวก	185

กิตติกรรมประกาศ

รายงานฉบับนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ อีกทั้ง ศาสตราจารย์ ดร. พญ. สาวิตรี อึ้งฉางค์กรชัย ที่ให้การสนับสนุนความคิดและโอกาสในการทำวิจัยโครงการนี้ และขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลตลอดจนเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ที่ได้ประสานงานติดต่อจนงานวิจัยฯ นี้ สำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดี

ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรสุมน พฤทธิภิญโญ
รองศาสตราจารย์ ดร.นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์
4 ธันวาคม 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยผลของข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อช่วยในการตัดสินใจภาครัฐนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อสำรวจสถานการณ์การนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากต่างประเทศของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2543-2562 2) ดูความสัมพันธ์ระหว่างข้อตกลงเสรีทางการค้าระหว่างไทยและต่างประเทศ กับมูลค่าการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3) อภิปรายถึงผลของข้อตกลงเสรีทางการค้าระหว่างประเทศที่จะมีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจของภาครัฐ

วิธีการศึกษา ใช้กลุ่มตัวอย่างโดยเลือกแบบเจาะจง เป็นผู้เชี่ยวชาญที่สนใจประเด็นการค้าเสรี และสัมภาษณ์อย่างเจาะจง การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย โดย 1. วิเคราะห์แบบแผน แนวโน้ม การนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2543 ถึง 2562 โดยให้การแจกแจงความถี่ สถิติ จำนวนร้อยละ และสัดส่วน และการวิเคราะห์ 2. ทำนายมูลค่าการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 20 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2543 ถึง 2562 โดยใช้สถิติ Multiple regression 3. การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้าต่างประเทศและเกี่ยวข้องกับการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งภาคประชาสังคมและนักวิชาการ

ผลการศึกษา พบว่า 1. จากการสำรวจสถานการณ์การนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากต่างประเทศของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2543-2562 อย่างต่อเนื่อง ประเทศในสหภาพยุโรปยังคงมีสัดส่วนสูงกว่าพื้นที่อื่นๆ โดยสหราชอาณาจักรและฝรั่งเศสได้เปรียบดุลการค้าไทยมาอย่างต่อเนื่องและสูงกว่าประเทศอื่นๆ 2. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อตกลงเสรีทางการค้าระหว่างไทยและต่างประเทศ กับมูลค่าการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มี 3 รูปแบบ (mode) การบริโภคในต่างประเทศ (Consumption Abroad) การจัดตั้งธุรกิจเพื่อให้บริการ (Commercial Presence) การเข้ามาลงทุนจัดตั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้บริการในประเทศลูกค้า เช่น การจัดตั้งสาขา สำนักงานตัวแทน หรือบริษัท เป็นต้น และการให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Presence of Natural Person) คือ การเข้าไปทำงานประกอบอาชีพในสาขาบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการทดสอบถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าการนำเข้าสุราต่างประเทศของประเทศไทย ได้แก่ ความแตกต่างระหว่างทศวรรษแรกและทศวรรษที่สอง ซึ่งทศวรรษแรกมีอิทธิพล .472 เท่า และปัจจัยผลิตภัณฑ์ภายในประเทศสุทธิ (GDP: Gross domestic product) มีอิทธิพล

1.02 เท่า โดยสรุป การเติบโตทางเศรษฐกิจช่วง 2 ทศวรรษเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับตลาด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของไทยและอาเซียน โดยกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ร่วมกับพฤติกรรมของคน ในสังคมเมืองที่เริ่มเปลี่ยนไป จะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมดังกล่าวขับเคลื่อนเร็วขึ้น

3. อภิปรายถึงผลของข้อตกลงเสรีทางการค้าระหว่างประเทศที่จะมีผลต่อการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจภาครัฐ ได้แก่ ผลของกลไกกระทบข้อพิพาท ระหว่างนักลงทุนกับรัฐ (ISDS) มาตรการที่เกี่ยวกับอุปสรรคด้านเทคนิคทางการค้า (Technical Barrier to Trade) และความท้าทายใหม่คือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะเพื่อการตัดสินใจภาครัฐดังนี้ 1. ควรมีงานวิจัยแบบบูรณาการ ซึ่งครอบคลุมความสลับซับซ้อนทางทฤษฎีและระบบทางวิทยาศาสตร์ รวมทั้ง เศรษฐศาสตร์การเมืองของสุขภาพ ทั้งการตรวจสอบและประเมินผลกระทบของความตกลงทางการค้าและสุขภาพ 2. ความตกลงการค้าเสรีที่เพิ่มมากขึ้น จะต้องสอดคล้องกับหลักการ ทางด้านสาธารณสุขและสิทธิมนุษยชนเพื่อประโยชน์ของคนกลุ่มใหญ่ (common good) ซึ่ง หมายถึงต้องลดความไม่เท่าเทียม รวมถึงมุ่งสู่ความยั่งยืนของสังคมและสิ่งแวดล้อม 3. กระบวนการทำความเข้าใจความตกลง เนื้อหา และบริบท เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายของสาธารณสุข ดังนั้น กลุ่มผู้ชี้แนะทางสุขภาพ (health advocates) จะต้องผลักดันในการสร้างกรอบใหม่ให้ ครอบคลุมประเด็นความสำคัญของสังคม สิ่งแวดล้อม และสุขภาพ 4. ผู้บริหารควรจะ ตระหนักในการทำสัญญาที่เกี่ยวกับความตกลงการค้าเสรี เช่น Regional Comprehensive Economics Partnership (RCEP), Comprehensive and Progressive Trans – Pacific Partnership Agreement (CP-TPPA) เพราะมีบางบทมาตรากี่ยวกับการคุ้มครองผู้ลงทุน ซึ่งจะทำให้ผู้ลงทุนต่างชาติสามารถฟ้องรัฐบาลได้โดยตรง ประเทศไทยควรจะยอมรับฟังภาค ส่วนต่างๆ ว่าจะมีผลกระทบมากน้อยเพียงใด และ 5. การปฏิบัติการในภาคประชาสังคมเพื่อ การป้องกันการลงนามในสัญญาความตกลงทางการค้าเสรีจนกว่าจะจัดรายการ “เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์” เป็น เป็นสินค้าไม่ธรรมดา และต้องมีมาตรการเยียวยาต่อภาวะความเจ็บป่วย อันเนื่องมาจากสาเหตุของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนร่วม

Abstract

This research has the following objectives: 1) situation analysis of alcoholic beverages imported to Thailand from 2000 -2019. 2) correlation analysis of free trade agreements between Thailand and other countries, and trade values of alcoholic beverages. 3) discussion on free trade agreements' impacts on alcohol consumption, as a guide for government decision.

Research methodology: Specific sampling from experts who follow free trade agreements closely, with in-depth interview. Data and statistical analysis by 1. Analyzed patterns and trends of alcoholic beverages imported to Thailand between 2000 – 2019, with descriptive statistics: frequency, percent and ratio. 2 Forecasting values of alcoholic imported to Thailand between 2000 – 2019, by using multiple regression. 3 Content analysis from in-depth interview, and personal communication with those who are experts in free trade agreements, and alcohol control, academicians, NGOs, and civil society representatives.

Results indicated the following: 1. Thailand imported most alcoholic beverages from U.K. and France throughout the 20 years period (2000-2019). 2. Correlation between Thailand and other countries, with values of alcoholic beverages trade, had 3 modes: consumption abroad, commercial presence, and various investments related to alcoholic service businesses. Analysis by multiple regression indicated that influential factors on imported alcoholic beverages to Thailand were: the difference between first and second decades (2000-2019), with the first decade had an influence of 0.472 more than the second decade, and Gross Domestic Products (GDP) had an influence of 1.02. Therefore, economic growth during 2000-2019 was an important factor for alcoholic beverages market in Thailand and ASEAN, through more buying power and behavioural changes of population in metropolitan areas. 3. Discussion of free trade agreements' impacts on alcoholic beverages

consumption, as a guide for government's decision, were: Investor-State Dispute Settlement (ISDS), Technical Barrier to Trade, and Digital Trade as a new challenge.

Recommendations are, first, there should be integrated researches, covering complex areas of theory and scientific system, including political economy of health, and monitoring and evaluation of free trade agreements' impacts on health. Secondly, with increasing numbers of bi- and multi-lateral free trade agreements, government should require that there should be a frame for coherent of public health principles with human rights, and sustainability of social and environment, for a common good. This means the incoherent between free trade agreements policy, health policy, human rights, and policy for environmental and social sustainability, should be reframe for negotiations. Thirdly, health advocates should reframe procedural for negotiation, content and context, with the importance of society, environment, and health for all. Fourthly, government leader should be concerned about Investor Protection chapter in Regional Comprehensive Economics Partnership (RCEP), and Comprehensive and Progressive Trans-Pacific Partnership Agreement (CPTPPA), which allow foreign investors to demand government to comply with commercial goals. Lastly, alcoholic beverages should be treated as "no ordinary" goods on negotiation table, and government should provide a remedy compensation for the damage caused by alcohol.

บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญของปัญหา

ตลอดเวลาที่ผ่านมา กฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ถูกออกแบบและนำมาบังคับใช้ด้วยการกระตุ้นส่วนใหญ่จากแนวคิดเพื่อความสงบสุขของสาธารณะและการควบคุมการตลาด จนกระทั่งในศตวรรษที่ 19 หลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมและการเริ่มต้นของการกลั่นเครื่องดื่ม “การเมาสุรา / พิษสุราเรื้อรัง” เกิดขึ้นเป็น “โรค” ชนิดหนึ่ง กฎหมายและการควบคุมต่างๆ จึงถูกสร้างขึ้นมา ด้วยเหตุผลทางสาธารณสุข¹

การค้นหาคำตอบเพื่อแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เกินความพอเหมาะถูกกระตุ้นให้เกิดความสนใจในเดือนมกราคมปี ค.ศ. 2008 ถึงระดับที่คณะกรรมการบริหารขององค์การอนามัยโลกทำความตกลงเกี่ยวกับแผนที่จะเริ่มกลยุทธ์ระดับโลกที่จะต่อสู้กับความเสียหายที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ แผนกลยุทธ์ระดับโลกดังกล่าวพิจารณาเริ่มที่ “ทำสงครามกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ระดับโลก” ในวงกว้าง² รัฐมนตรีของประเทศต่างๆ ได้เรียกร้องและยืนยันว่า “ถึงเวลาแล้วที่จะต้องดำเนินการแก้ไขสถานการณ์ของการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เกินขนาด (misuse) ซึ่งจะเป็นระเบิดเวลาทางสุขภาพในอนาคต”³

มีเหตุผลหลายอย่างที่การบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์กำลังเป็น ‘วิกฤติการณ์’ ซึ่งจำเป็นจะต้องติดตามเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด เช่น สาเหตุของการเสียชีวิตจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เกินขนาด องค์การอนามัยโลกคาดการณ์ว่า ในจำนวนประชากรโลก 2 พันล้านคนที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีจำนวน 76 ล้านคนที่ได้รับการวินิจฉัยว่าเป็นโรคที่เกิดจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีการคาดการณ์ต่อไปอีกว่า 1.8 ล้านคนที่เสียชีวิตในแต่ละปีมีสาเหตุมาจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ การบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับการบาดเจ็บและ

โรคต่างๆมากกว่า 60 ชนิด – รวมทั้งมะเร็งทางหลอดเลือดอาหารและตับ อุบัติเหตุทางรถยนต์ และแม้กระทั่งการฆาตกรรม ⁴

ภายใต้การแข่งขันทางเศรษฐกิจในบริบทโลกการค้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะครอบคลุมพื้นที่ที่ไม่เพียงแต่จะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การทำการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นโยบายแอลกอฮอล์และความสามารถของประเทศในการจัดการปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกด้วย ด้วยว่า แอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ไม่ธรรมดา (no ordinary goods) ⁵ และไม่มีแอลกอฮอล์ระดับใดที่ดื่มแล้วมีความปลอดภัย ⁶

หากมองกรอบความคิดเชิงวิเคราะห์ของ Ronald Labonte และคณะ ⁷ เห็นได้ว่า องค์การการค้าโลกได้สนับสนุนประเทศต่างๆ ให้เกิดการค้าเสรี ทั้งการนำเข้าและส่งออก ณ จุดของการค้าระหว่างประเทศ ทำให้เกิดการบริโภคมากขึ้น และส่งผลต่อการตลาดของผลิตภัณฑ์ และนำมาซึ่งโรคติดต่อเรื้อรัง การค้าระหว่างประเทศที่มีลักษณะพหุภาคี ทำให้ระบบการทำสัญญาการค้าเสรีระหว่างประเทศเป็นไปได้อย่างจำกัด ดังนั้นรูปแบบการทำความตกลงเชิงทวิภาคีจึงเข้ามาแทนที่และทำได้ง่ายกว่า รวมถึงความสัมพันธ์ในรูปของภูมิภาคนิยม (Regionalism) ซึ่งนำไปสู่ผลกระทบในเชิงของการสนับสนุนการทุ่มตลาด หรือ การส่งออกมากยิ่งขึ้น

จากกรอบแนวคิดการค้าระหว่างประเทศของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และโลกาภิวัตน์ของโรคติดต่อข้างต้น การค้าระหว่างประเทศนำไปสู่การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้นและเพิ่มภาระโรค การค้าระหว่างประเทศทำให้มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ของแต่ละประเทศสูงขึ้น และขณะเดียวกันก็ทำให้อุตสาหกรรมข้ามชาติได้เปรียบเชิงการค้าและการแข่งขัน ⁸

ทั้งนี้ การเปิดเสรีทางการค้าจำเป็นต้องพิจารณามิติทางสังคมให้ครบถ้วน มิใช่มองแต่มิติทางเศรษฐกิจอย่างเดียว ผู้วิจัยได้พยายามทบทวนผลของความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศต่างๆ เห็นได้ว่า หากลงนามไปแล้ว เกิดกรณีข้อพิพาท

ประเทศไทยมีโอกาสน้อยเปรียบมากกว่าได้เปรียบ ยิ่งกว่านั้น เรามีนักกฎหมายระหว่างประเทศที่จำกัด อย่างไรก็ตาม การทำความเข้าใจการทำความตกลงทางการค้าเสรี นักการเมือง ผู้บริหารประเทศอาจจะทำสัญญาอย่างลับๆ และไม่เปิดเผยต่อสื่อมวลชน หรือชี้แจงแต่ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ฉะนั้น ภาคประชาสังคมต้องติดตามต่อไปและเฝ้าระวังอย่างเข้มงวด⁹

ในปัจจุบัน มีข้อเสนอทางการค้าที่รอการลงนามความตกลงทางการค้าเสรีมาตลอด 15 ปี แต่มีการศึกษาถึงผลกระทบทางสาธารณสุขโดยเฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำลายสุขภาพ แต่ถูกต้องตามกฎหมายที่ให้บริการและจำหน่ายได้ ที่ผ่านมานี้ ภาครัฐกลับไปให้ความสำคัญกับการค้าและอุตสาหกรรมมากกว่าสุขภาพและสาธารณสุข และพยายามริบเร่งเจรจาตกลงการค้าเสรี อย่างไรก็ตาม มีปรากฏการณ์ทางการเมืองเข้ามาแทรกแซง และมีการเปลี่ยนรัฐบาลในแต่ละช่วงตลอด 15 ปี ที่ผ่านมานี้ จึงทำให้ข้อตกลงทางการค้าเสรีรอการลงนามในหลายสัญญา ทั้งนี้ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญของการค้าระดับโลกที่มีผลกระทบต่อสาธารณสุขของประเทศเป็นเนื้อหาสำคัญซึ่งต้องย้อนไปดูพัฒนาการของความตกลงการค้าในระดับนานาชาติ และพลังที่ทำให้เกิดรูปแบบความตกลงการค้าเสรี เช่น ความตกลงการค้าเสรีในอเมริกาเหนือ (North American Free Trade Agreement – NAFTA) ที่มีการอภิปรายถึงผลกระทบทางสาธารณสุข¹⁰⁻¹¹

ในการจัดทำนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติมักจะโต้แย้งรัฐบาลของประเทศต่างๆ ว่า ขาดข้อมูลวิชาการมารองรับความชอบธรรมของมาตรการนโยบายควบคุมแอลกอฮอล์และขาดหลักฐานการเชื่อมต่อระหว่างมาตรการและวัตถุประสงค์ของนโยบายสาธารณะ จนอาจเกิดความล้มเหลวที่จะใช้มาตรการต่างๆ ที่มีผลกระทบให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ทั้งนี้ข้อกล่าวหาของธุรกิจแอลกอฮอล์ว่า รัฐบาลขาดงานวิจัยและวิธีการที่น่าเชื่อถือ ซึ่งนับเป็นเรื่องธรรมดา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับมาตรการใหม่ที่ไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ในการแสดงถึงประสิทธิภาพ¹² และการขาดข้อมูลในประเทศกำลังพัฒนาได้ทำให้การประเมินประสิทธิภาพของนโยบายทำได้ยากยิ่งขึ้น

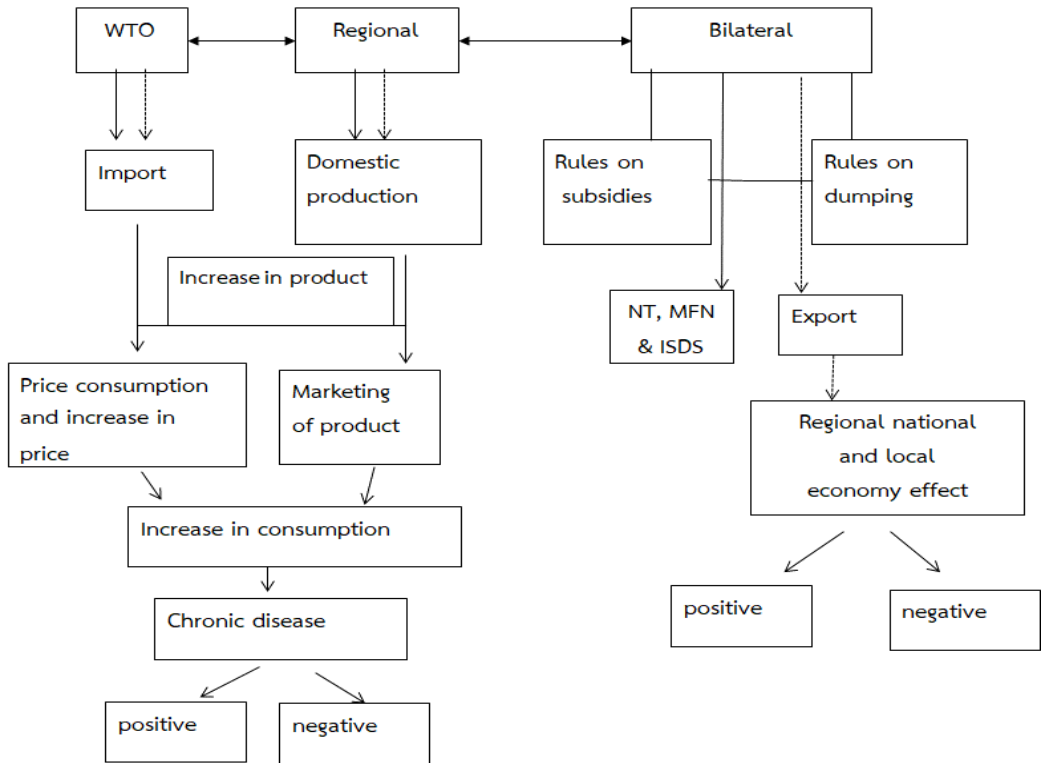
2. เป้าหมายของโครงการ

1. เพื่อประกอบการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจภาครัฐ-เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อชี้แนะถึงผลกระทบจากการเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรี เช่น Regional Comprehensive Economics Partnership (RCEP) หรือ Comprehensive and Progressive Trans-Pacific Partnership Agreement (CPTPP)

3. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อสำรวจสถานการณ์การนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากต่างประเทศของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2543-2562 (20 ปี)
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อตกลงเสรีทางการค้าระหว่างไทยและต่างประเทศ กับมูลค่าการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
3. เพื่อศึกษาผลของข้อตกลงเสรีทางการค้าระหว่างประเทศที่จะมีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจภาครัฐ ดังต่อไปนี้
 - 3.1 แนวทางการพัฒนาขององค์การการค้าโลกกับการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 3.2 ผลของข้อตกลงเสรีทางการค้าที่ครอบคลุมประเด็นการคุ้มครองการลงทุน และการผูกมัดบังคับใช้มาตรการ การระงับข้อพิพาทระหว่างผู้ลงทุนและรัฐ (Investor-State Dispute Settlement - ISDS) ในอนาคต
 - 3.3 ผลของข้อตกลงเสรีทางการค้าด้านการระบุข้อสงวนและหลีกเลี่ยงการปฏิบัติเยี่ยงชาติ (National Treatment) และหลักการปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับการอนุเคราะห์อย่างยิ่ง (Most-Favored-Nation Treatment) เรื่อง Performance Requirements
 - 3.3 ด้านข้อจำกัดเชิงปริมาณ (Enforcement of trade agreements) การโฆษณา (Advertising restrictions) และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (TRIPS) ได้แก่ สลากค้ำเตือนสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 3.4 ประเด็นการใช้ข้อยกเว้นทางด้านสุขภาพ (Health Exemptions)

4. กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual framework)



แผนภูมิ 1.1 กรอบความคิด

ที่มา ดัดแปลงจาก Ronald Labonte, Katia S Mohindra, and Raphael Lencucha. Framing international trade and chronic disease. Globalization and Health, 2011; 7:21

5. วิธีการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเป็นแบบพรรณนา

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ มีลักษณะเลือกแบบเจาะจง เป็นผู้เชี่ยวชาญที่สนใจประเด็นการค้าเสรี การค้าระหว่างประเทศกับสุขภาพ ได้แก่ นักวิชาการด้านกฎหมายการค้าระหว่างประเทศ ผู้บริหารหรือผู้แทนอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ กรม

เจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมศุลกากร และกรมสรรพสามิต ตัวแทนกลุ่มภาคประชาสังคมที่ทำงานเกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ หรือ FTA Watch

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. วิเคราะห์แบบแผน แนวโน้ม การนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 20 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2543 ถึง 2562 โดยใช้การแจกแจงความถี่ สถิติ จำนวนร้อยละ และสัดส่วน และการวิเคราะห์
2. ทำนายมูลค่าการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 20 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2543 ถึง 2562 โดยใช้สถิติ Multiple regression
3. การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทน หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องกับการค้าต่างประเทศและเกี่ยวข้องกับการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้ง ภาคประชาสังคมและนักวิชาการ

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ทบทวนเอกสาร ทบทวนวรรณกรรมทั้งไทยและต่างประเทศ การสังเคราะห์องค์ความรู้เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศ กฎหมายระเบียบและนโยบายการค้าของไทย ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Trans-Pacific Partnership Agreement – TPPA)
2. บันทึกข้อมูลเชิงปริมาณและแสดงเส้นแนวโน้มของสถานการณ์การนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 20 ปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2543-2562 โดยใช้ข้อมูล real time ของกรมศุลกากรที่บันทึกในระบบ เลขรหัสหมวดหมู่ตั้งกล่าวปรากฏในพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนไนส์อาเซียน ปี ค.ศ.2012 (ASEAN Harmonized Tariff Nomenclature 2012 : AHTN)
3. สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิอย่างเจาะจง

ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัย

การวิจัยนี้ ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
ของคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- แบบสัมภาษณ์
- สถิติการค้าระหว่างประเทศ ของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดโดยมีหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. การตีพิมพ์และนโยบายการควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์
2. องค์การการค้าโลกและการเปิดการค้าเสรี
3. กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ
4. การค้าเสรีในเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์และปัญหาสาธารณสุข

1. การตีพิมพ์และนโยบายการควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์

เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ถูกมองว่าเป็นสินค้าไม่ธรรมดา¹³ “การบริโภคเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์” จึงเป็นหนึ่งในพฤติกรรมที่ต้องถูกควบคุม เนื่องจากการบริโภคเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ก่อให้เกิดผลเสียหลายด้าน แต่ที่สำคัญคือผลเสียนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับตัวผู้ดื่มเอง แต่ยังเกิดขึ้นกับผู้อื่นด้วย ดังนั้น การควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อไม่ให้เกิดการเริ่มต้นของผู้ที่ยังไม่ได้ดื่ม ลดปริมาณการดื่มของผู้ที่ดื่มเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์อยู่แล้ว อันจะเป็นการลดโอกาสในการเกิดผลกระทบต่อสังคมจากการบริโภคเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์โดยจะเห็นได้ว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายของการควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์นั้นครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มทุกเพศ ทุกวัย แต่สำหรับวัตถุประสงค์ในการป้องกันไม่ให้เกิดการเริ่มต้นนั้นกลุ่มเป้าหมายแรกคือเยาวชน ที่อยู่ในวัยที่กำลังจะเข้าถึงเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย กระบวนการควบคุมใดๆ ย่อมต้องประกอบไปด้วยผู้ที่ต้องทำหน้าที่ควบคุมและผู้ที่ต้องถูกควบคุม ในกรณีของการควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ผู้ที่ทำการควบคุมหลัก คือ รัฐ ซึ่งถือเป็นผู้มีอำนาจอันชอบธรรมตามกฎหมายในการกำหนดและบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ สำหรับผู้ที่ถูกควบคุมนั้น ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในตลาด แบ่งเป็นกลุ่มผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่

อุปทาน ได้แก่ ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ร้านขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ รวมถึงสถานบริการ ไนท์คลับ ผับ บาร์ คาราโอเกะ และร้านอาหาร เป็นต้น และร้านค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ และร้านขายของชำ เป็นต้น ตลอดจนผู้ที่อยู่ในด้านอุปสงค์ ได้แก่ ผู้บริโภคที่เป็นประชาชนทั่วไป จะเห็นได้ว่า การควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นั้นประกอบไปด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) หลายกลุ่ม การดำเนินนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มีความหลากหลาย และต้องอาศัยการพิจารณาและวิเคราะห์สถานการณ์อย่างรอบด้าน ¹⁴

ข้อมูลจากการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการตี้มสุราของประชากร พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 55.9 ล้านคนทั่วประเทศ มีผู้ไม่เคยตี้มสุราเลยร้อยละ 57.18 ผู้เคยตี้มแต่เลิกแล้วร้อยละ 14.41 และมีผู้ตี้มปัจจุบันร้อยละ 28.41 โดยมีความแตกต่างระหว่างเพศชัดเจน ประชากรเพศหญิงร้อยละ 81.05 ไม่เคยตี้มสุราเลยในชีวิต และเป็นผู้ตี้มปัจจุบันร้อยละ 10.62 ส่วนในประชากรเพศชายมีผู้ไม่เคยตี้มสุราเลยเพียงร้อยละ 31.62 และเป็นผู้ตี้มปัจจุบันร้อยละ 47.46 สัดส่วนผู้ตี้มปัจจุบันสูงที่สุดในภาคเหนือ (ร้อยละ 35.40) และต่ำสุดในภาคใต้ (ร้อยละ 16.05) ไม่พบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการตี้มประจำและชั่วคราว ¹ ในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล มีผู้ตี้มประจำ (สัปดาห์ละ 1 ครั้งหรือบ่อยกว่า) ร้อยละ 56.06 ตี้มเป็นครั้งคราว (น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง) ร้อยละ 43.94 ผู้ตี้มเพศหญิงและผู้ตี้มอายุ 15-44 ปี ตี้มเบียร์บ่อยที่สุด ส่วนผู้ตี้มเพศชายและผู้ตี้มอายุ 45 ปีขึ้นไป ตี้มเครื่องตี้มประเภท “สุรา” (สุราขาว สุราแดง วิสกี้ บรัันดี เป็นต้น) บ่อยที่สุด ทั้งนี้ ผู้ตี้มปัจจุบันบริโภคแอลกอฮอล์คิดเป็นปริมาณเอธานอลบริสุทธิ์ 8.22 ลิตรต่อคนต่อปี และส่วนมากซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จากร้านขายของชำ (ร้อยละ 71.66) มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ 917.24 บาทต่อคนต่อเดือน ผู้ที่เริ่มตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ครั้งแรกในชีวิตในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีทั้งสิ้น 1,665,377 คน โดยผู้ตี้มหน้าใหม่ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15-19 ปี (ร้อยละ

¹ ผู้ตี้มปัจจุบันสามารถแบ่งได้เป็นสองกลุ่มย่อยตามความถี่ในการตี้ม โดยเรียกกลุ่มผู้ตี้ม ที่ตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ว่า “ผู้ตี้มประจำ” และเรียกกลุ่มผู้ตี้มที่ตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ว่า “ผู้ตี้มเป็นครั้งคราว”

38.40) และช่วงอายุ 20-24 ปี (ร้อยละ 48.07)

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของแต่ละภูมิภาค พบว่า ภาคเหนือ มีอัตราความชุกของผู้ตี้มปัจจุบันสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.40 รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 32.82 สำหรับภูมิภาคอื่นๆ นั้น มีความชุกของผู้ตี้มปัจจุบันน้อยกว่าความชุกของผู้ตี้มปัจจุบันในภาพรวมของประเทศ (ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 28.41) โดยความชุกของผู้ตี้มปัจจุบันของกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง (ไม่รวม กทม.) และภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 25.30 ร้อยละ 27.33 และร้อยละ 16.05 ตามลำดับ¹⁵

ในประเทศไทย เครื่องตี้มประเภทเบียร์เป็นเครื่องตี้มที่ผลิตโดยธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เท่านั้น และมีบทบาทต่อการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง นโยบายเปิดเสรีทางการค้า ทำให้เกิดแรงจูงใจให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาสร้างโรงงานในประเทศ ทำให้มีการผลิตเบียร์เป็นจำนวนมาก (mass production) และผลักดันให้ราคาเบียร์ถูกลงและหาซื้อได้ง่าย ในขณะที่การโฆษณาทำให้ค่านิยม บรรทัดฐานของสังคมเปลี่ยนแปลงไป และเห็นว่าการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งปกติ ยิ่งไปกว่านั้น ภาครัฐเองก็ไม่มียุทธศาสตร์เปลี่ยนแปลงมาตรการควบคุมการผลิตเบียร์เชิงอุตสาหกรรมภายในประเทศเลย¹⁶

การบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบในหลายมิติ ทั้งที่เกิดขึ้นกับตนเองและกับผู้อื่น¹⁷ โดยผลกระทบที่ไม่ได้เกิดขึ้นต่อตัวผู้ผลิตและ/หรือผู้บริโภคเองนั้นมีชื่อเรียกในทางเศรษฐศาสตร์ว่า “ผลกระทบภายนอกเชิงลบ” (negative externalities) ซึ่งนับเป็นหลักการสำคัญในการอธิบายความชอบธรรมในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ผลกระทบภายนอกเชิงลบมีด้วยกันหลายรูปแบบ และเกิดขึ้นกับผู้ที่ไม่ใช่ทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนในครอบครัวของผู้ตี้ม ผลกระทบต่อเพื่อนร่วมงานหรือเจ้านาย ผลกระทบต่อชุมชนหรือสาธารณะ ผลกระทบต่อสมาชิกครอบครัวเมื่อต้องเฝ้าระวังผู้ตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และผลกระทบต่อรัฐในฐานะหน่วยงานที่ต้องให้ความช่วยเหลือและจัดการปัญหาด้วยเหตุการบริโภคและผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยผลกระทบภายนอกดังกล่าวมักอยู่ในรูปของการเกิดความรุนแรง การคุกคาม

อาชญากรรม และอุบัติเหตุ¹⁸

เนื่องจากโลกทางการค้ามีความซับซ้อนและมีผลประโยชน์ ผลการศึกษาเกี่ยวกับการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย พบว่า 1) สถานการณ์การนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากต่างประเทศมาจากประเทศในสหภาพยุโรป และมีส่วนใช้ผลประโยชน์จากสัญญาอาเซียนโดยมีภาษีเป็นศูนย์ ส่วนในภาคใต้ของไทย พบว่ากลุ่ม 3 จังหวัดภาคใต้มีความเข้มข้นทางศาสนาอิสลามลดลง มีเปียร์ฮาลาล² ซึ่งเยาเวชนจากภาคใต้นิยมดื่ม เพราะได้รับอิทธิพลจากการโฆษณาและการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ด่านปลอดภาษี 2) นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรให้เป็นสินค้าที่ไม่ธรรมดา และเป็นสินค้าอยู่นอกกลุ่มการเจรจาการค้าเสรี 3) การเฝ้าระวังการแทรกแซงของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การคอร์รัปชั่นของนักการเมือง การมีส่วนได้เสียของเจ้าหน้าที่รัฐในระบบอุปถัมภ์เครือข่าย ผ่านการใช้เครือข่ายจากเจ้าหน้าที่สรรพสามิต เครือข่ายพัฒนาสังคม (เอ็นจีโอ) สื่อมวลชนท้องถิ่น เครือข่ายองค์กรงดเหล้า เครือข่ายเยาเวชน เป็นต้น โดยประสานงานกับจังหวัด ให้ทีมสาธารณสุขจังหวัด ทิศทางการเฝ้าระวังจัดทำโดยกลุ่มเอ็นจีโอแจ้งให้ภาคประชาชนได้ทราบความจริง เอ็นจีโอได้เข้ายื่นจดหมายเปิดผนึกต่อผู้บริหารประเทศ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข เพื่อแสดงจุดยืนในการต่อต้านกลุ่มบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่พยายามแฝงตัวมาในนามนักธุรกิจจากสภาธุรกิจอาเซียน สหรัฐอเมริกา (US-ASEAN Business Council: USABC) โดยหวังรี้อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และขัดขวางการออกมาตรการภาพคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา การแทรกแซงนโยบายของไทยผ่านตัวแทน (นอมินี) ต่างๆ เช่น กรณีสถานศึกษา การแทรกแซงนโยบายของไทยผ่านตัวแทน (นอมินี) ต่างๆ เช่น กรณีสถานศึกษา หรือ TABBA เอ็นจีโอต้องการให้กระทรวงสาธารณสุขหนักแน่นในจุดยืนด้านสุข

² ที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีวางขายกันในประเทศมุสลิมหลายประเทศ บางประเทศใช้ชื่อว่าน้ำผลไม้หมัก บ้างก็เรียกว่า “กรานมอลต์ GranMalt brewers” คณะกรรมการอิสลามประเทศสิงคโปร์ให้ความเห็นว่า เปียร์ที่ไม่มีแอลกอฮอล์นั้นเป็นที่ต้องห้าม (หะรอม) เพราะเครื่องดื่มชนิดนี้ถูกนำไปดื่มเพื่อการทดแทนเปียร์ที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นที่ต้องห้าม อ้างอิงจากแผนงานสร้างสุขมุสลิมไทย (สสม.)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส) 2015

ภาวะของประชาชน และไม่เปิดโอกาสให้นักธุรกิจผู้แทนทุนข้ามชาติเข้าพบ เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และ 4) ประเทศไทยควรมีความร่วมมือกับนานาชาติในการจัดทำกรอบอนุสัญญาควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ การวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะเพื่อกระตุ้นให้เกิดความตระหนักว่าปัญหาจากการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นปัญหาระดับโลก และควรมีความตระหนักว่า “ไม่มีแอลกอฮอล์ระดับใดที่ปลอดภัย” จึงต้องมีการเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด ความตกลงทางการค้าเสรีในอาเซียนในอนาคตจะเปิดโอกาสให้ประเทศที่มีใช้สมาชิกอาเซียนเข้ามาร่วมการค้าได้ทั้งหมด รวมทั้งกลุ่มพื้นที่รอบมหาสมุทรแปซิฟิก ประเทศไทย ภาคประชาสังคม และรัฐ ต้องปรับตัวหมุน ทำนโยบายและกฎหมายภายในประเทศให้เข้มแข็ง ควบคุมทั้งอุตสาหกรรม ตลาดการค้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ทั้งผู้ผลิตรายใหญ่ รายย่อย และการควบคุมการตี้ม ไม่ให้มีสถานการณ์ที่บ่งชี้ว่า ไทยปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมและการกีดกันทางการค้าเสรี ในระดับโลกต้องมีความร่วมมือจัดทำกรอบอนุสัญญาควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์¹⁹

ผลกระทบทางลบต่อสุขภาพที่มีสาเหตุจากการบริโภคเครื่องตี้มที่มีแอลกอฮอล์ มีความสลับซับซ้อนและไม่เพียงแต่ขึ้นอยู่กับปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับรูปแบบของการตี้ม ผลกระทบทางลบต่อสุขภาพคือทำให้เกิดความเสียหายต่ออวัยวะ เช่น ตับ และสมอง ถ้าหากรูปแบบของการตี้มนำไปสู่อาการเมาจะทำให้เกิดอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ รวมทั้งความรุนแรงในครอบครัว และความตาย มากไปกว่านั้น เมื่อรูปแบบของการบริโภคเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงการเสพติดแอลกอฮอล์ สิ่งนี้จะนำไปสู่อาการเรื้อรังอื่นๆ อีกหลายอย่าง²⁰

การบริโภคเครื่องตี้มที่มีแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ต่อต้นทุนทางเศรษฐกิจในวงกว้าง ถึงแม้จะเป็นการยากที่จะวัดผลกระทบในเชิงปริมาณ มีงานศึกษาวิจัยเพียงไม่กี่ชิ้นที่ใช้วิธีการที่หลากหลาย ซึ่งไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้โดยตรง งานศึกษาวิจัยเหล่านี้บ่งชี้ว่าต้นทุนทางเศรษฐกิจและสังคมของการบริโภคเครื่องตี้มที่มีแอลกอฮอล์เกินความพอดีในประเทศทางตะวันตกหลายประเทศอยู่ในปริมาณระหว่างร้อยละ 1-6 ของผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ²¹ ยังเป็นที่โต้แย้งว่าผลิตภัณฑ์เครื่องตี้มที่มีแอลกอฮอล์มีผลกระทบทางลบต่อแรงงานและผลผลิต รวมทั้งทำให้เกิด

ต้นทุนทางด้านการรักษาพยาบาล ประกันสุขภาพ การบังคับใช้กฎหมาย และสถานที่ทำงาน²²

รายงานโดยคณะกรรมการแห่งสหภาพยุโรป (European Commission) ชื่อ ‘เครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในยุโรป: มุมมองทางด้านสาธารณสุข’ ประมาณการว่า โรคต่างๆ อุบัติเหตุและการบาดเจ็บ รวมทั้งความรุนแรง ที่มีสาเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทำให้เสียค่าใช้จ่ายทางด้านสุขภาพ สวัสดิการ ค่าจ้างแรงงาน และการดำเนินการเกี่ยวกับอาชญากรรมที่สัมพันธ์กับแอลกอฮอล์ คิดเป็นมูลค่า หนึ่งในแสนสองหมื่นห้าพันล้าน (125 billion) ยูโรต่อปีในสหภาพยุโรป หรือเท่ากับร้อยละ 1.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ รายงานดังกล่าวบ่งชี้ว่าการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย ทำให้ลดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของสหภาพยุโรปด้วยการลดผลผลิต มีการคาดประมาณว่ามีชาวยุโรปมากถึง 23 ล้านคนต่อปี ที่ต้องพึ่งพาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ดังรายละเอียดว่าประชากร 7 ล้านคน รายงานว่าในปีที่ผ่านมา เมื่อตีมีเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แล้วเกิดการทะเลาะวิวาท และ (จากการทบทวนงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าต้นทุนระดับชาติ) ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของอาชญากรรมที่มีสาเหตุจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีมูลค่ามากถึงสามหมื่นสามพันล้าน (33 billion) ยูโรในปี ค.ศ. 2003 มูลค่านี้มาจากค่าใช้จ่ายสำหรับตำรวจ ศาล และเรือนจำ หนึ่งในหมื่นห้าพันล้าน (15 billion) ยูโร ค่าใช้จ่ายในการป้องกันอาชญากรรม และการดำเนินการด้านประกันภัยต่างๆ หนึ่งในหมื่นสองพันล้าน (12 billion) ยูโร และค่าเสียหายต่อทรัพย์สินหกพันล้าน (6 billion) ยูโร การเมาแล้วขับยานพาหนะส่งผลให้เกิดความเสียหายในทรัพย์สินเป็นมูลค่ามากถึงหนึ่งในหมื่นล้าน (10 billion) ยูโร ในขณะที่มูลค่าซึ่งวัดความเสียหายและผลกระทบทางกายภาพและจิตใจ ที่เกิดจากอาชญากรรมมีมากถึง เก้าพันล้าน – สามหมื่นเจ็ดพันล้าน (9 billion-37 billion) ยูโร²³

คล้ายกับกรณีของยาสูบ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีส่วนให้ประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจใน 15 ประเทศของสหภาพยุโรป (ออสเตรีย เบลเยียม เดนมาร์ก ฝรั่งเศส ฟินแลนด์ เยอรมัน กรีซ ไอร์แลนด์ อิตาลี ลักเซมเบิร์ก เนเธอร์แลนด์

โปรตุเกส สเปน สวีเดน และสหราชอาณาจักร) การค้าขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำให้เก็บภาษีได้ สองหมื่นห้าพันล้าน (25 billion) ยูโร ในปี ค.ศ. 2001 ซึ่งไม่รวมภาษีการขาย (sales tax) และภาษีอื่นๆ ที่อยู่ภายในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีการจ้างงานมากกว่า 750,000 ตำแหน่งในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงงานในผับ ร้านอาหาร ร้านค้า และอื่นๆ อย่างไรก็ตาม มีข้อโต้แย้งเกี่ยวกับต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ในวงกว้างของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งทำให้ต้องมองวิกฤตอย่างลึกซึ้งถึงผลกระทบด้านสังคมต่างๆ ²⁴

เช่นกันกับกรณีของยาสูบ ความกระวนกระวายใจของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพทางการแพทย์และสาธารณสุขขยายขอบเขตไปสู่มิติทางสังคมมากขึ้นโดยการร่างนโยบายใหม่ๆ ที่มุ่งหวังจะมีอิทธิพลในการลดอัตราการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงรูปแบบการดื่ม ในขณะนี้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสาธารณสุขมีหลายแนวทางที่จะแก้ปัญหาดังกล่าว มีนโยบายหลายอย่างที่มีมุ่งเน้นไปยังประชากรโดยรวม นโยบายเหล่านี้ใช้กลไกทางกฎ ระเบียบ ที่จะควบคุมการขายและการดื่มอย่างเข้มงวด (เช่น จำนวนร้านค้าปลีก อายุขั้นต่ำที่อนุญาตให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้) มาตรการทางด้านภาษี และการรณรงค์ทางด้านสาธารณสุข นโยบายอื่นๆ ที่เน้นพฤติกรรมเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น การเมาแล้วขับ และมาตรการอื่นๆ ซึ่งมุ่งเน้นไปยังตัวบุคคลโดยตรงผ่านระบบการดูแลสุขภาพปฐมภูมิ ²⁵

อย่างไรก็ตาม ณ ปัจจุบันองค์การอนามัยโลกประสบปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการที่จะแสดงความเป็นผู้นำที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากงบประมาณในการดำเนินการไม่เพียงพอ โดยเฉพาะการขาดเงินสนับสนุนจากงบประมาณที่ควรจะได้รับ การสนับสนุนอย่างสม่ำเสมอ มากไปกว่านั้น ผู้ผลิตเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ถูกกล่าวหาว่าปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจ ด้วยความพยายามที่จะโน้มน้าวนโยบายการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ ด้วยการจัดตั้งองค์กร “เพื่อสังคม” ด้วยทุนสนับสนุนจากอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ – เช่น กลุ่ม

แอมสเตอร์ดัม (Amsterdam Group) และศูนย์นโยบายแอลกอฮอล์นานาชาติ (International Centre on Alcohol Policy) ²⁶ อย่างไรก็ตาม องค์การอนามัยโลก ดำเนินการร่างกลยุทธ์ระดับโลก (global strategy) เพื่อลดอันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เมื่อปี ค.ศ. 2010

ความยากลำบากต่างๆ และอุปสรรคในการจัดทำและบังคับใช้นโยบายดังกล่าวจะสะท้อนได้จากความหมายที่คล้ายๆ กัน ที่มีการดำเนินการเมื่อไม่นานมานี้ โดยเฉพาะคณะกรรมการสุขภาพยุโรปซึ่งได้แถลง ‘กลยุทธ์สำหรับสหภาพยุโรปเพื่อสนับสนุนประเทศภาคีสมาชิกในการลดอันตรายจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์’ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2006 ความจำเป็นสำหรับการดำเนินการนี้ มีเหตุผลจากทั้งอันตรายของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ และผลกระทบอื่นๆ ทางสังคมและเศรษฐกิจ สำหรับผลกระทบต่อสุขภาพ กลยุทธ์นี้บ่งชี้ถึงการศึกษาวิจัยที่พบว่า เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร และ 7.4% ของโรคภัยไข้เจ็บทั้งหมดในสหภาพยุโรป นอกจากนี้ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ยังเป็นสาเหตุของอุบัติเหตุบนท้องถนน โดยมีการคาดประมาณว่ามีผู้เสียชีวิต 10,000 คนทุกปีในสหภาพยุโรปจากอุบัติเหตุบนท้องถนนที่มีสาเหตุจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ รวมทั้งผลกระทบระยะยาวของการ ‘ดื่มมากเกินไปความเหมาะสม’ (binge drinking) ในกลุ่มเยาวชน และการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่มากเกินไประหว่างการตั้งครรภ์ ²⁷

แม้ว่านักการเมืองจะระมัดระวังในการจัดทำนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ กลยุทธ์ของยุโรปชี้ชัดเจนว่าไม่ได้ต่อต้านการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หลักการที่สำคัญคือการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่ไม่เหมาะสม และผลกระทบที่เป็นอันตรายโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ‘ป้องกันและลดปริมาณการดื่ม และรูปแบบการดื่มที่สุดโต่ง’ รวมทั้งการดื่มของวัยที่อายุน้อยและผลกระทบที่เป็นอันตรายอย่างที่สุด เช่น อุบัติเหตุบนท้องถนน และโรคจากแอลกอฮอล์ของทารกในครรภ์ (Fetal Alcohol Syndrome) กลยุทธ์นโยบายดังกล่าวชี้ชัดอีกว่าไม่ได้พยายามที่จะทำให้มีมาตรการทางกฎหมายที่เหมือนกันหมดในทวีปยุโรป แต่ให้ประเทศภาคีใช้นโยบาย

ระดับชาติของตน นโยบายดังกล่าวของยุโรปเน้นแนวทางหลักสำคัญหลายประเด็น เพื่อให้เกิดรูปแบบของการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เป็นบรรทัดฐานเพื่อสุขภาพ

ประเด็นแรก กลยุทธ์ยุโรป มุ่งเน้นที่จะปกป้องวัยรุ่น เยาวชน และเด็ก โดยลดปริมาณการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของกลุ่มวัยเด็ก (under-age drinking) และลดอันตรายสำหรับกลุ่มเด็กที่เติบโตในครอบครัวซึ่งได้รับผลกระทบจากปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ การป้องกันดังกล่าวจำเป็นจะต้องรวมไปถึงเด็กที่ยังไม่คลอดจากกรรมมารดาโดยลดโอกาสของการได้รับแอลกอฮอล์จากแม่ที่กำลังตั้งครรภ์ ประเด็นที่สอง กลยุทธ์นี้หาทางที่จะลดการบาดเจ็บและความตายจากอุบัติเหตุอันเนื่องมาจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยเน้นไปยังกลุ่มวัย 18-24 ปี เพราะในกลุ่มอายุนี้ 35-45% ของการเสียชีวิตมีสาเหตุจากอุบัติเหตุทางรถยนต์

ยิ่งไปกว่านั้น นโยบายดังกล่าวเน้นการป้องกันอันตรายอันเนื่องมาจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงาน และลดผลกระทบทางลบในที่ทำงาน โดยแก้ปัญหาโรคเรื้อรังอันเนื่องมาจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ส่งเสริมมาตรการในสถานที่ทำงานและมีข้อมูลที่ถูกต้องสำหรับผู้บริโภค นโยบายนี้สนับสนุนที่จะเพิ่มความพยายามมากขึ้นในการให้ความรู้ และสร้างความตระหนักถึงผลกระทบที่เป็นอันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และพยายามให้ความรู้แก่ชาวยุโรปถึงรูปแบบของการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เหมาะสมเพื่อสุขภาพ และผลกระทบต่อตัวอ่อน (fetus) ต่อเยาวชน (under-age drinkers) และผลกระทบต่อการขับซึ่ยานพาหนะ ผลสุดท้ายที่กลยุทธ์ยุโรปหวังที่จะพัฒนาและมีหลักฐานในระดับสหภาพยุโรป ซึ่งทำให้มีข้อมูลที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ คำจำกัดความที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย และข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบของการดื่มและอื่นๆ สิ่งเหล่านี้จะทำให้สหภาพยุโรปอยู่ในฐานะที่ดีกว่าในการประเมินประสิทธิผลของนโยบายต่างๆ ที่กล่าวถึงประเด็นเหล่านี้

เป้าประสงค์เหล่านี้เป็นสิ่งที่จำเป็น แต่จะเห็นได้ว่าร่างนโยบายนี้ไม่ค่อยเข้มแข็งเท่าใดเพราะเป็นการบ่งชี้ปัญหามากกว่าปฏิบัติการแบบบูรณาการ เหตุผล

บางส่วนคือการรณรงค์และล็อบบี้อย่างเข้มแข็งซึ่งนำไปสู่การทำให้ร่างนโยบายก่อนหน้านี้อ่อนแอลงตามลำดับ ซึ่งทำให้เกิดการเรียกร้องให้มีมาตรการที่เข้มงวดขึ้น สถาบันการวิจัยและศึกษาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (The Institute of Alcohol Studies) ซึ่งมีหน้าที่ในการหาหลักฐาน ข้อเท็จจริงทางวิทยาศาสตร์สำหรับมาตรการทางนโยบายนี้ถูกอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ล็อบบี้ รณรงค์ต่อต้านเป็นประจําสม่ำเสมอเป็นเวลาถึง 2 ปี ซึ่งมีผลทำให้คณะกรรมการยุโรปตกลงที่จะให้มีการทบทวนรายงานนโยบายดังกล่าวโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งครั้งหนึ่งของผู้ทรงคุณวุฒิมาจากการเสนอชื่อโดยอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์²⁸ เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิทบทวนและพบว่ารายงานดังกล่าวมีความสมบูรณ์ ครบถ้วนและถูกต้อง อุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แห่งยุโรปให้ทุนสนับสนุนในการจัดทำรายงานอีกชิ้นหนึ่งเพื่อหักล้าง

อย่างไรก็ตาม ปัญหาจาก ‘วิกฤต’ ของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้หลายประเทศมองเห็นและดูเหมือนจะต้องทำ ‘สงคราม’ กับปัญหาของโรคพิษสุราเรื้อรังด้วยในอนาคตอันใกล้นี้ ดังนั้น การเมืองระดับโลกจะต้องเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างไม่ต้องสงสัย ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับวิชาชีพแพทย์กับมิติต่างๆ ทางสังคม เพราะรูปแบบของการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จะต้องถูกนำมาสู่บรรทัดฐานของวิถีชีวิตเพื่อสุขภาพ

ในขณะที่ประเทศต่างๆ ในสหภาพยุโรปมีการดำเนินการเพื่อจัดทำนโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (และอุตสาหกรรมข้ามชาติอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมยาสูบ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม) มีการดำเนินการที่จะผลักดันการทำความเข้าใจและการค้าเสรี เพื่อที่นโยบายด้านการค้าจะได้มีอิทธิพลเหนือนโยบายด้านสุขภาพภายในประเทศต่างๆ

การใช้องค์ความรู้ทางวิชาการเพื่อสนับสนุนมาตรการนโยบายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการแสดงกรอบแนวคิดในการพิจารณาทางเลือกของนโยบายที่ครอบคลุมกระบวนการพัฒนานโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งใน

ระดับพื้นที่ ระดับชาติ และระดับโลก อีกทั้งยังแนะนำแนวทางหรือเกณฑ์ที่ใช้การ
จำแนกระหว่างมาตรการที่ดีและไม่ดี เพื่อแสดงข้อมูลยืนยันให้เห็นว่า กรอบนโยบาย
ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดีคือ ชุดมาตรการที่สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ต่อ
สาธารณะสูงสุดจากแต่ละมาตรการและมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน การส่งเสริมให้ผู้
กำหนดนโยบายในภาครัฐ ใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ทางวิชาการในกระบวนการ
จัดทำนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มากที่สุด ทำให้การตัดสินใจตั้งอยู่บนฐาน
ของหลักฐานเชิงประจักษ์ รองรับโดยองค์ความรู้ที่มีอยู่ และเป็นไปแบบมีเหตุผล²⁹

2. องค์การการค้าโลกและการเปิดการค้าเสรี

การค้าระหว่างประเทศมีมาอย่างต่อเนื่องนับศตวรรษ แต่ที่เป็นกรอบความ
ตกลงการค้าระหว่างประเทศในยุคปัจจุบันเริ่มขึ้นหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ด้วย
ความตกลง “Bretton Woods” ซึ่งมีเป้าประสงค์ในการกระตุ้นการเจริญเติบโตด้าน
เศรษฐกิจในการปฏิสังขรณ์ยุโรปและญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยการทำให้เกิด
ความมั่นคงทางอัตราแลกเปลี่ยนค่าเงิน และกฎระเบียบทางการค้า ระหว่างปี ค.ศ.
1944-1947 การเจรจาความตกลง “Bretton Woods” นำไปสู่การจัดตั้งกองทุน
การเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund - IMF) และธนาคารโลก
(World Bank) ซึ่งนำไปสู่การจัดตั้งความตกลงทั่วไปทางภาษีและการค้า (General
Agreement on Tariffs and Trade – GATT)

ทศวรรษที่ 1980s และ 1990s สถาบันการเงินระหว่างประเทศเหล่านี้ได้
จัดทำนโยบายเศรษฐกิจต่างๆ ที่เรียกว่า “Washington consensus” นโยบายเหล่านี้
เกี่ยวข้องกับการลดกฎ ระเบียบ การปรับเปลี่ยนการบริการภาครัฐให้เป็นของเอกชน
(privatization) รวมทั้งกลไกที่เอื้อต่อการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจข้ามชาติ ในปี
ค.ศ. 1994 มีการจัดตั้งองค์การการค้าโลก (World Trade Organization - WTO) มา
แทนที่แกตต์ (GATT)

ด้วยบทบาทผู้ดีในความตกลงแกตต์ครอบคลุมกว้างขวาง จึงมีการตีความ
เพื่อการปฏิบัติได้หลายรูปแบบ จึงมีแนวโน้มที่จะใช้รูปแบบที่เป็นประโยชน์กับประเทศ
นั้นๆ มากที่สุด ซึ่งผลลัพธ์ ก็คือการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม แนวทางนี้คือ การเจรจา

อูรุกวัยที่นำไปสู่การจัดตั้ง WTO เริ่มต้นเมื่อเดือนกันยายน 2529 และเสร็จสิ้นสมบูรณ์เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ.2536 นับเป็นการเจรจาที่ยาวนาน และซับซ้อน กว่ารอบอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในอดีต เพราะการเจรจากรอบคลุมเนื้อหากว้างขวาง นอกจากมีการปรับปรุง Tokyo Round Codes แล้ว ยังได้นำเรื่องสินค้าเกษตร และสิ่งทอเข้ามาเจรจาเพื่อเปิดเสรีการค้าสินค้าทั้งสองอีกด้วย ที่สำคัญก็คือ มีการนำเรื่องการค้าคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการค้าบริการ ซึ่งไม่เคยมีมาก่อน มาเจรจาเพื่อจัดทำความตกลงหลักเป็นครั้งแรก เมื่อเรื่องที่เจรจากรอบคลุมถึงผลประโยชน์การค้ามหาดศาล การเจรจาจึงยากลำบาก เมื่อการเจรจาก้าวหน้าไปมาก ประเทศต่างๆ จึงเริ่มมองเห็นปัญหาของการบริหาร ความตกลงในอนาคต หากยังคงใช้แนวทางเดิม คือ ความตกลงแต่ละฉบับมีอิสระในการบริหาร โดยไม่มีการบังคับการเข้าเป็นสมาชิก และมีกระบวนการยุติข้อพิพาทที่แยกจากกัน ดังนั้นจึงมีข้อเสนอให้มีการจัดตั้งองค์การการค้าโลก (World Trade Organization - WTO) เพื่อบริหารความตกลงทั้งหมดที่เป็นผลจากการเจรจากรอบอูรุกวัย และมีการปรับปรุงกระบวนการยุติข้อพิพาททางการค้าให้มีลักษณะที่บังคับให้ประเทศสมาชิกต้องปฏิบัติตามคำตัดสินของคณะกรรมการพิจารณาข้อพิพาท หรือองค์การพิจารณาข้ออุทธรณ์ในกรณีที่มีการอุทธรณ์ ยกเว้นแต่สมาชิกทุกประเทศเห็นร่วมกันว่าไม่ควรปฏิบัติตามกฎเกณฑ์การค้าของ WTO

หลักการสำคัญของ WTO คือ หลักการปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับความอนุเคราะห์ยิ่ง (Most-Favoured-Nation Treatment หรือ MFN) ซึ่งการบังคับใช้มาตรการการค้า หรือการให้สิทธิประโยชน์ แก่การนำเข้า การส่งออก และการจ่ายโอนเงินที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศภาคีใดๆ จะต้องไม่มากกว่า หรือไม่น้อยกว่าที่ปฏิบัติกับการนำเข้า การส่งออก และการจ่ายโอนเงิน มูลค่าสินค้าจากประเทศภาคีอื่น พันธกรณีและสิทธิประโยชน์ที่อยู่บนพื้นฐานของหลักการนี้ เกี่ยวข้องกับมาตรการการค้าที่เขตแดน เมื่อมีการนำเข้าหรือการส่งออก ที่เห็นได้ชัดคือการเก็บภาษีศุลกากร หากเก็บในอัตราใดก็ต้องเหมือนกันหมด สำหรับสินค้า ที่คล้ายคลึงกัน จากทุกประเทศภาคี หลักการปฏิบัติเยี่ยงชาติ (National Treatment) ซึ่งหมายความว่าหากประเทศภาคีใด ให้การปฏิบัติแก่สินค้า การค้า และการบริการ ที่กำเนิดจาก

ภายในประเทศของภาคีนั้น ประเทศภาคีดังกล่าวก็ต้องให้การปฏิบัติที่ทัดเทียมกัน แก่สินค้า การค้า และการบริการที่คล้ายคลึงกัน ที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศภาคีอื่นด้วย หลักการนี้เป็นพื้นฐานสำหรับพันธกรณี และสิทธิประโยชน์ภายในประเทศ คือ หลังจากผ่านเขตแดนมาแล้ว หลักการความโปร่งใส (Transparency) ซึ่งหมายความว่า ในการกำหนดการบังคับใช้หรือการให้สิทธิประโยชน์ ทางการค้าโดยภาคีใดๆ ต้องมีความชัดเจน เปิดเผย เป็นที่รู้จักกันทั่วไป ทั้งนี้เพื่อให้การค้าเป็นสิ่งที่ทำนายได้ล่วงหน้า และระบบการค้ามีเสถียรภาพ³⁰

ระเบียบกฎเกณฑ์ของ WTO มีความชัดเจน และนำไปสู่การแข่งขันที่เป็นธรรมมากขึ้น ด้วยการปรับปรุง การเพิ่มบรรพ 4 (Part IV : Trade and Development) ซึ่งเกี่ยวกับการให้สิทธิประโยชน์แก่ประเทศกำลังพัฒนาเพื่อการขยายการค้า และการพัฒนา ซึ่งในหลักการแม้จะไม่มี การบังคับให้ประเทศพัฒนาแล้ว ต้องให้สิทธิพิเศษแก่ประเทศกำลังพัฒนาโดยไม่มีเงื่อนไข แต่ก็เป็น การเริ่มต้นวางพื้นฐานให้ช้อยกเว้นหรือข้อยืดหยุ่นในการปฏิบัติ ตามพันธกรณีแก่ประเทศกำลังพัฒนา เนื่องจากตัวบทของบรรพ 4 ดังกล่าว ไม่มีพันธผูกมัดประเทศพัฒนาแล้ว จึงไม่ก่อให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมชัดเจน ดังนั้นในการเจรจา รอบโตเกียว ประเทศที่กำลังพัฒนาจึงผลักดันให้ที่ประชุมของภาคีประเทศสมาชิกยอมรับมติของวันที่ 28 พฤศจิกายน 2522 ที่เรียกว่า Differential and More Favourable Treatment Reciprocity and Fuller Participation of Developing Countries หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า Enabling Clause โดยมีหลักการว่า ประเทศพัฒนาแล้วอาจให้สิทธิพิเศษทางศุลกากร แก่ประเทศกำลังพัฒนาในรูปของการลดอากรขาเข้าให้มากกว่าที่ลดให้กับสินค้านำเข้าจากประเทศที่พัฒนาแล้วได้ โดยไม่ผิดหลัก MFN และประเทศกำลังพัฒนาเหล่านั้นไม่ต้องให้ผลประโยชน์ตอบแทน เช่น การให้ประโยชน์ภายใต้โครงการ GSP เป็นต้น

องค์การการค้าโลกจัดตั้งและเริ่มปฏิบัติงาน เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2538 มีสำนักงานใหญ่ที่เมืองเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ถือเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นเวทีเจรจา กำหนดกฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศ และระงับข้อพิพาททางการค้าระหว่างสถานะขององค์การการค้าโลก มีสภาพเป็นนิติบุคคล

ตามกฎหมาย ได้รับเอกสิทธิและความคุ้มครองจากประเทศสมาชิก หน้าที่ขององค์การการค้าโลกคือ บริหารความตกลงพหุภาคีต่างๆ ซึ่งครอบคลุมถึงการค้าด้านบริการ การลงทุน และทรัพย์สินทางปัญญา เป็นเวทีการเจรจาระหว่างสมาชิกในเรื่องความสัมพันธ์ทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับความตกลงฉบับต่างๆ ตลอดจนการปฏิบัติตามผลของการเจรจา บริหารความเข้าใจว่าด้วยกระบวนการระงับข้อพิพาทและกลไกทบทวนนโยบายการค้า ร่วมมือกับกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) และธนาคารโลก เพื่อให้การวางนโยบายเศรษฐกิจสอดคล้องกัน และการบริหารความตกลงหลายฝ่าย³¹

สมาชิก WTO มีจำนวน 164 ประเทศ โดยในส่วนการระงับข้อพิพาททางการค้าจะมีกลไกทำหน้าที่คล้ายศาล เพื่อพิจารณาตัดสินคดีพิพาททางการค้าของสมาชิกที่จะมีผลผูกพันประเทศที่แพ้คดี ต้องทบทวนหรือยกเลิกมาตรการทางการค้าที่ไม่สอดคล้องกับพันธกรณีขององค์การการค้าโลก แบ่งเป็น (1) การตัดสินคดีในชั้นต้น โดยผู้พิจารณาคดีที่คู่พิพาทร่วมกันคัดเลือกมา 3 คน (3-member WTO tribunal) เรียกว่า คณะผู้พิจารณา (Panel) และ (2) การตัดสินคดีในชั้นอุทธรณ์ โดยองค์กรอุทธรณ์ (Appellate Body) ที่ประกอบด้วยสมาชิก 7 คน มีวาระคนละ 4 ปี และอาจต่ออายุได้อีก 1 วาระ หมุนเวียนสลับกันทำหน้าที่พิจารณาคดี คดีละ 3 คน เพื่อวินิจฉัยข้อพิพาททางการค้าในชั้นอุทธรณ์³²

เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2562 องค์กรอุทธรณ์ ซึ่งถือเป็นชั้นที่สุดของกลไกระงับข้อพิพาททางการค้าของ WTO ต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตที่ส่งผลให้ไม่สามารถทำหน้าที่ต่อไปได้

เนื่องจากสมาชิกองค์กรอุทธรณ์ที่มีอยู่ 7 คน ได้ทยอยครบวาระแล้ว 6 คน โดยสมาชิก WTO ไม่สามารถแต่งตั้งสมาชิกองค์กรอุทธรณ์แทนตำแหน่งที่ว่างลงได้ แม้จะมีเสียงเรียกร้องจากสมาชิก WTO ส่วนใหญ่ รวมทั้งไทย ให้มีการแต่งตั้งสมาชิกองค์กรอุทธรณ์ที่ว่างอยู่โดยเร็ว แต่ไม่สามารถบรรลุฉันทามติ (consensus) ร่วมกันได้ เนื่องจากสหรัฐอเมริกาคัดค้านการแต่งตั้งสมาชิกองค์กรอุทธรณ์มาตั้งแต่ปี 2560 โดยให้เหตุผลว่ายังมีข้อกังวลเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ขององค์กรอุทธรณ์ที่ไม่เคารพต่อหลักเกณฑ์การระงับข้อพิพาทของ WTO เช่น ใช้เวลาในการพิจารณาคดีอุทธรณ์นานเกินกรอบเวลา 90 วัน และคำวินิจฉัยอุทธรณ์มีผลกระทบต่อสิทธิของประเทศสมาชิก

WTO เป็นต้น ส่งผลให้ปัจจุบันมีสมาชิกองค์กรอุทธรณ์ เหลือเพียงตำแหน่งเดียว จากทั้งหมด 7 ตำแหน่ง

ขณะที่ในระบบการพิจารณาคดีอุทธรณ์ของ WTO ใน 1 คดี ต้องใช้สมาชิกองค์กรอุทธรณ์ 3 คนจากทั้งหมด 7 ตำแหน่ง ร่วมกันพิจารณา แต่มีสมาชิกองค์กรอุทธรณ์เหลือเพียง 1 คน จึงทำให้มีคดีอุทธรณ์ที่ค้างการพิจารณาอยู่ที่ WTO ในปัจจุบันถึง 14 คดี

ที่ผ่านมา สมาชิก WTO ได้พยายามผลักดันให้มีการแต่งตั้งสมาชิกองค์กรอุทธรณ์แทนตำแหน่งที่ว่างลงมาโดยตลอดเพื่อป้องกันไม่ให้งานขององค์กรอุทธรณ์หยุดชะงัก โดยสมาชิก เช่น สหภาพยุโรป ฮอนดูรัส ญี่ปุ่น บราซิล ออสเตรเลีย รวมถึงไทย ได้จัดทำข้อเสนอปรับปรุงแนวทางการทำงานขององค์กรอุทธรณ์ เพื่อแก้ไขข้อห่วงกังวลของสหรัฐ และผลักดันให้มีการหาทางออกเรื่องนี้อย่างสร้างสรรค์ แต่ก็ยังไม่สามารถโน้มน้าวสหรัฐให้เห็นด้วยกับการคัดเลือกสมาชิกองค์กรอุทธรณ์ที่ว่างอยู่ 6 ตำแหน่งได้

ปัจจุบันสมาชิก WTO จึงได้เริ่มหาทางเลือกอื่น เพื่อฝ่าทางตัน และแก้ไขปัญหาคความชะงักงันขององค์กรอุทธรณ์ อาทิ ให้คู่พิพาททำความตกลง 2 ฝ่าย ดังเช่นกรณีพิพาทระหว่างอินโดนีเซียกับเวียดนาม ซึ่งเลือกที่จะทำความตกลง 2 ฝ่าย เพื่อพิจารณาการปฏิบัติตามคำวินิจฉัยขององค์กรอุทธรณ์กรณีอินโดนีเซียใช้มาตรการปกป้องกับสินค้าเหล็กและเหล็กกล้าจากเวียดนาม

หรือกรณีที่สหภาพยุโรป (อียู) จัดทำความตกลง 2 ฝ่ายกับนอร์เวย์ และกับแคนาดาเพื่อใช้กลไกอนุญาโตตุลาการในการพิจารณาคดีอุทธรณ์เป็นการชั่วคราว ในระหว่างที่องค์กรอุทธรณ์ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่พิจารณาคดีอุทธรณ์ได้ รวมถึงการทำ ความตกลงหลายฝ่าย เรื่องการใช้กลไกอนุญาโตตุลาการในการพิจารณาอุทธรณ์เป็นการชั่วคราว เป็นต้น

ซึ่งการหาทางออกชั่วคราวเหล่านี้ มีเป้าหมายเพื่อรักษากลไกระงับข้อพิพาททางการค้าของ WTO ให้ดำเนินต่อไปได้และเพื่อคุ้มครองสิทธิของสมาชิก WTO

โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา และประเทศที่พัฒนาน้อยที่สุด จากการที่อาจมีสมาชิก WTO ใช้มาตรการทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม และไม่สอดคล้องกับพันธกรณีของ WTO

นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2562 คณะกรรมาธิการยุโรปได้เสนอร่างแก้ไขกฎระเบียบเกี่ยวกับการบังคับให้เป็นไปตามความตกลงทางการค้า (EU enforcement regulation) โดยให้อำนาจคณะกรรมาธิการยุโรปในการใช้มาตรการตอบโต้ทางการค้า (counter-measure) ในกรณีที่ไม่สามารถดำเนินการภายใต้กลไกระงับข้อพิพาทของ WTO เพื่อปกป้องประโยชน์ของสหภาพยุโรป จากการที่ประเทศสมาชิกอื่นถือโอกาสใช้ประโยชน์ที่องค์กรอุทธรณ์ไม่สามารถทำหน้าที่ได้ และไม่ยอมเข้าสู่กระบวนการทางเลือกเพื่อให้กระบวนการพิจารณากรณีพิพาทถึงที่สุด ซึ่งขั้นตอนต่อไปคือการเสนอร่างฉบับนี้สู่การพิจารณาเพื่อขอความเห็นชอบจากคณะมนตรียุโรปและรัฐสภายุโรป ก่อนที่จะสามารถมีผลใช้บังคับต่อไป คาดว่าอาจจะสามารถใช้บังคับได้ในช่วงกลางปี 2563 ขณะเดียวกัน เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2562 ในสภาผู้แทนราษฎรสหรัฐอเมริกาผู้แทนอภิปรายเสนอให้ประเทศสหรัฐอเมริกายึดมั่นพันธกรณีในฐานะประเทศสมาชิก WTO ทำงานร่วมกับประเทศสมาชิกอื่น ๆ ในการปฏิรูป WTO เพื่อปรับปรุงกลไกระงับข้อพิพาทของ WTO ให้โปร่งใส ชัดเจน และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้เร่งหาข้อสรุปเรื่องการแต่งตั้งสมาชิกองค์กรอุทธรณ์ที่ค้างอยู่

33

โดยสรุปคือ หลักการของการเปิดการค้าเสรีขององค์การการค้าโลก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมทั้งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีราคาถูกลง และสามารถทำการโฆษณาและการตลาดได้อย่างอิสระเสรี หมายความว่า ไม่สามารถมีนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ไม่ว่าจะเป็นการขึ้นภาษี ไม่ว่าจะเป็นการห้ามโฆษณา หรือควบคุมในมิติใดๆ ก็ตาม เพราะนโยบายหรือกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นอุปสรรคทางการค้า

2.1 นโยบายเปิดการค้าเสรีและข้อตกลงทางการค้าเสรี

เขตการค้าเสรี (Free trade area) หมายถึง การรวมกลุ่มเศรษฐกิจโดยมี

เป้าหมายเพื่อลดภาษีศุลกากรระหว่างกันภายในกลุ่ม ที่ทำข้อตกลงให้เหลือน้อยที่สุด หรือเป็น 0% และใช้อัตราภาษีปกติที่สูงกว่ากับประเทศนอกกลุ่ม การทำเขตการค้าเสรีในอดีตมุ่งในด้านการเปิดเสรีด้านสินค้า (Goods) โดยการลดภาษีและอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีเป็นหลัก แต่เขตการค้าเสรีในระยะหลัง ๆ นั้น รวมไปถึงการเปิดเสรีด้านบริการ (Service) และการลงทุนด้วย เขตการค้าเสรีที่สำคัญในปัจจุบัน คือ NAFTA และ AFTA และขณะนี้ ประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ในระหว่างการเจรจาทำเขตการค้าเสรีในภูมิภาคอเมริกา (อังกฤษ: Free Trade Area of the Americas: FTAA) โดยตั้งเป้าหมายที่จะให้การเจรจาเสร็จสิ้นในปี พ.ศ. 2548 แต่ไม่เป็นผลสำเร็จ และยังไม่มีความคืบหน้าใดๆ จนถึงปัจจุบัน รูปแบบเขตการค้าเสรีแบ่งได้ 2 ชนิดคือ

สหภาพศุลกากร (Custom Union) หมายถึง การรวมตัวกันทางเศรษฐกิจในระดับที่ลึกและกว้างกว่าเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) เพราะมีลักษณะที่เป็นตลาดร่วม (Single Market) ซึ่งไม่มีกำแพงภาษีระหว่างประเทศสมาชิกในสหภาพศุลกากรเก็บภาษีศุลกากรอัตราเดียวกัน (Common Level) กับทุกประเทศนอกกลุ่ม สหภาพศุลกากรจึงทำให้ประเทศในกลุ่มมีสภาพเป็นเสมือนประเทศเดียวกันหรือตลาดเดียวกัน สหภาพศุลกากรที่สำคัญ คือ สหภาพยุโรป (European Union) (กำลังจะขยายสมาชิกภาพโดยรับประเทศในยุโรปตะวันออกบางประเทศเข้าร่วมด้วย) และกลุ่มประเทศในตลาดร่วมของภูมิภาคอเมริกาส่วนใต้ (MERCOSUR) ซึ่งประกอบไปด้วยประเทศ อาร์เจนตินา บราซิล ปารากวัย อุรุกวัย และเวเนซุเอล่า

พันธมิตรทางเศรษฐกิจ (Closer Economic Partnership: CEP) หมายถึง ความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่มีการพัฒนารูปแบบไปจากที่เคยมีมา โดยมีกรอบความร่วมมือที่กว้างขวางกว่าเขตการค้าเสรี อย่างไรก็ตาม ความเข้าใจเกี่ยวกับ CEP หรือขอบเขตของ CEP อาจจะแตกต่างกันไป โดยทั่วไป CEP (หรือศัพท์อื่นที่มีความหมายคล้ายคลึงกัน) ครอบคลุมความร่วมมือทางเศรษฐกิจทั้งในด้านการค้า สินค้า บริการ และการลงทุน และแบ่งอย่างกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

- CEP ที่มีเขตการค้าเสรี เป็นหัวใจสำคัญ และรวมถึงความร่วมมือทางเศรษฐกิจด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น ทรัพย์สินทางปัญญา การประสาน

นโยบายการแข่งขัน และการจัดซื้อโดยรัฐ เป็นต้น ดังกรณี CEP ระหว่างออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ และความร่วมมือที่อาเซียนกำลังจะเจรจากับจีน ในกรณีดังกล่าวนี้ CEP จึงเป็นกรอบความร่วมมือทั้งในเชิงลึกและกว้างกว่าเขตการค้าเสรี โดยปกติ

- CEP ที่ไม่มีการทำเขตการค้าเสรี แต่อาจมีการลดภาษีศุลกากร (ไม่ใช่การลดถึงขั้นต่ำสุด หรือเป็น 0 ดังเช่นกรณี FTA) และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าด้วย รวมทั้งมีการร่วมมือกันในด้านอื่น ๆ อย่างกว้างขวาง เช่น CEP ระหว่างอาเซียนกับออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามทั้ง FTA และ Custom Union ต่างก็เป็นกระบวนการในการผนึกความร่วมมือ และหรือการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจ (Economic Integration) และเป็นปัจจัยเร่งการเปิดเสรีที่ก้าวไปเร็วกว่าการเปิดเสรีตามข้อผูกพันของ WTO รวมทั้งเป็นการเตรียมการเปิดเสรีตามเป้าหมายภายใต้ปฏิญญาโบกอร์ของ APEC ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกที่พัฒนาแล้วเปิดเสรีอย่างเต็มที่ภายในปี ค.ศ. 2010 (พ.ศ. 2553) และประเทศสมาชิกที่กำลังพัฒนาเปิดเสรีภายในปี ค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563)

ในที่นี้ การใช้คำว่า "เขตการค้าเสรี" นั้น หมายถึง ความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดกันเป็นพิเศษในลักษณะที่เป็นการกล่าวอย่างกว้าง ๆ ครอบคลุมไปทั้ง FTA, Customs Union และ CEP ส่วนการใช้คำว่า FTA หรือ Custom Union หรือ CEP นั้น หมายถึง ความร่วมมือในรูปแบบนั้น ๆ เป็นกรณี ๆ ไป

การเจรจาความตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับการค้าเสรีสามารถจำแนกออกเป็น 3 ระดับ กล่าวคือ ³⁴

ระดับแรก คือ ความตกลงการค้าเสรีภายใต้กรอบพหุภาคี เป็นการเจรจาทำความตกลงภายใต้กรอบขององค์การการค้าโลก (WTO) ซึ่งเป็นองค์การระหว่างประเทศซึ่งจัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2538 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งทางการค้าระหว่างประเทศต่างๆ และส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศโดยการเปิดตลาดของประเทศต่างๆ

แนวโน้มสำคัญของการค้าโลกในช่วงปัจจุบัน คือการมุ่งไปสู่ระบบการค้าที่เป็น Rule-Based System คือ มีการวางกฎเกณฑ์และกติกาทางการค้าที่ชัดเจน สามารถฟ้องร้องกันในกรณีที่มีการไม่ปฏิบัติตามกติกาได้ ทั้งนี้ กฎเกณฑ์ทางการค้าที่สำคัญ คือ การไม่เลือกปฏิบัติ (Non-Discrimination) การทำนายล่วงหน้าได้ (Predictability) ความโปร่งใส (Transparency) และความเสรีในการเปิดตลาด (Liberalization)

ความตกลงการค้าเสรีในกรอบพหุภาคีนับเป็นรูปแบบที่เหมาะสมและเรียบง่ายที่สุดในทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ โดยหลักเกณฑ์สำคัญของ WTO คือ หลักการปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติที่ได้รับความอนุเคราะห์ยิ่ง (Most Favored Nation) และหลักการปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติ (National Treatment) ซึ่งช่วยลดการกีดกันการค้าในระบบการค้าระหว่างประเทศให้มีน้อยลง แต่กระนั้น กระบวนการของ WTO มีจุดอ่อนสำคัญคือ จะต้องตกลงเป็นเอกฉันท์ระหว่างประเทศสมาชิกทุกประเทศ ดังนั้น หากประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียวเท่านั้นไม่เห็นด้วยกับร่างข้อตกลงแล้ว ก็ถือว่าข้อตกลงยังไม่ได้รับความเห็นชอบ ดังนั้น จึงนับว่าเป็นเรื่องยากที่จะให้ได้มาซึ่งข้อตกลงอันเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายซึ่งประกอบไปด้วยประเทศต่างๆ จำนวนมาก

สำหรับการเจรจา WTO ในรอบการพัฒนาแห่งโดฮา (Doha Development Round - DDA) ซึ่งเริ่มต้นจากการประชุมในระดับรัฐมนตรีที่นครโดฮาของประเทศกาตาร์ระหว่างวันที่ 9-13 พฤศจิกายน 2544 ซึ่งที่ประชุมรัฐมนตรี WTO ได้ออกประกาศ “ปฏิญญาโดฮา” ให้เปิดการเจรจาการค้ารอบใหม่ หรือที่เรียกว่า “Doha development agenda หรือ DDA” โดยให้เริ่มเจรจาตั้งแต่ต้นปี 2545 และสิ้นสุดภายในเวลา 3 ปี คือ ก่อนวันที่ 1 มกราคม 2548 แต่การเจรจาการค้ารอบนี้กลับประสบปัญหา ประเทศสมาชิกได้แตกแยกออกเป็นกลุ่ม ๆ ทำให้ไม่สามารถเจรจาให้แล้วเสร็จก่อนวันที่ 1 มกราคม 2548 ตามที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้

ระดับที่สอง คือ ความตกลงการค้าเสรีภายใต้กรอบภูมิภาค เป็นต้นว่า สหภาพยุโรป กลุ่มอาเซียน กลุ่มการค้าเสรีทวีปอเมริกาเหนือ (NAFTA) กลุ่มประเทศ

ในตลาดร่วมของภูมิภาคอเมริกาส่วนใต้ (MERCOSUR) ฯลฯ ปัจจุบันสหภาพยุโรป (EU) นับเป็นความตกลงการค้าเสรีภายใต้กรอบภูมิภาคเดียวเท่านั้นของโลกที่มีขนาดใหญ่ในระดับ Super Bloc ซึ่งนับว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากและมีการขยายจำนวนสมาชิกอย่างต่อเนื่อง แม้ในระยะต่อมามีความพยายามจัดตั้งเขตการค้าเสรีขนาดใหญ่ในลักษณะ Super Block เพิ่มเติม เป็นต้นว่า กลุ่มเอเปค (APEC) กลุ่ม ASEM กลุ่ม FTAA (Free Trade Area of America) แต่ไม่ประสบผลสำเร็จเทียบเท่ากับสหภาพยุโรป เนื่องจากประสบปัญหาต้องเจรจากับสมาชิกจำนวนมากซึ่งคล้ายคลึงกับการเจรจาพหุภาคีภายใต้กรอบ WTO

ด้วยภูมิภาคเอเชีย มีการนำเสนอในการประชุม East Asia Summit ซึ่งจัดขึ้นที่หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมื่อปลายเดือนตุลาคม 2552 เกี่ยวกับการจัดตั้งเขตความร่วมมือในภูมิภาคขนาดใหญ่หรือ East Asia community ซึ่งเสนอให้ครอบคลุมญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และประเทศกลุ่มอาเซียนอีก 10 ประเทศ

ตาราง 2.1 ระดับความก้าวหน้าของการค้าเสรี

ระดับของการรวมตัวกัน	ยกเลิกภาษีศุลกากรและโควตานำเข้าสินค้าระหว่างกัน	กำหนดอัตราภาษีศุลกากรและโควตานำเข้าร่วมกันสำหรับสินค้าจากนอกกลุ่ม	ยกเลิกข้อจำกัดการเคลื่อนย้ายปัจจัยในการผลิต	นโยบายและสถาบันทางเศรษฐกิจมีความสอดคล้องกันและรวมเข้าด้วยกัน	การรวมตัวกันทางเศรษฐกิจและการเมืองอย่างสมบูรณ์
เขตการค้าเสรี	✓				
สหภาพศุลกากร	✓	✓			
ตลาดร่วม	✓	✓	✓		
สหภาพทางเศรษฐกิจ	✓	✓	✓	✓	
สหภาพทางการเมือง	✓	✓	✓	✓	✓

ที่มา ยุทธศาสตร์การเจรจาการค้าเสรีของไทย วารสารส่งเสริมการลงทุนศูนย์บริการ

ลงทุน หน้า 24

ระดับที่สาม คือความตกลงภายใต้กรอบทวิภาคีเป็นการเจรจาทำความตกลงระหว่างสองประเทศโดยข้อตกลงเกือบทั้งหมดอยู่ในรูปของเขตการค้าเสรี อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีการขยายขอบเขตความตกลง FTA ออกไปเกินกว่าเดิมซึ่งเน้นเฉพาะการสร้างความสะดวกในการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันเท่านั้น แต่จะครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ ที่คู่เจรจาทุกฝ่ายพอใจตั้งแต่การลงทุน การบริการ และการพัฒนาต่าง ๆ ร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อให้แน่ใจว่าคู่สัญญาจะสามารถได้ประโยชน์จากข้อตกลงดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ จากเหตุผลข้างต้น ปัจจุบันแทนที่จะใช้ชื่อความตกลงระดับทวิภาคีว่า FTA จะมีการตั้งชื่อใหม่ว่า ความร่วมมือใกล้ชิดทางเศรษฐกิจ Closer Economic Partnership หรือ CEP ซึ่งนับเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างพันธมิตรทางเศรษฐกิจและการเมือง

ด้วยว่าข้อตกลง FTA จะทำให้เกิดสิทธิพิเศษทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศคู่ตกลง ขณะเดียวกันย่อมส่งผลกระทบต่อการค้ากับประเทศนอกกลุ่มเท่ากับว่ากีดกันการค้าและการลงทุนกับประเทศนอกกลุ่ม จึงนับเป็นแรงกระตุ้นสำคัญให้ประเทศอื่นๆ จำเป็นต้องเปิดเจรจาเขตการค้าเสรีเช่นเดียวกัน ปัจจุบันประเทศต่างๆ ที่จะทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีจำนวนมาก รวมทั้งลักษณะภายใต้กรอบภูมิภาคและกรอบทวิภาคี จนทำให้เศรษฐกิจเหล่านี้มีความสลับซับซ้อนเป็นอย่างมาก Dr. Jagdish Bhagwati ซึ่งเป็นศาสตราจารย์ด้านเศรษฐศาสตร์ สาขาการค้าระหว่างประเทศ ของมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ได้เปรียบเทียบข้อตกลงเขตการค้าเสรีว่าเป็น “Spaghetti Bowl” เพราะมีความเกี่ยวโยงซับซ้อนกันไปมาเหมือนสปาเก็ตตี้ที่พันกันยุ่งเหยิงภายในชาม³⁵

แม้ว่าหลักการเปิดเสรีทางการค้าบริการที่ผ่านมา จะเป็นแบบ Bottom up Approach และ มีการกำหนดรายการสงวนการเปิดเสรีในภาคส่วนบริการที่ไม่พร้อมที่จะเปิดเสรี แม้ในภาคส่วนที่เปิดเสรีก็ยังสามารถที่จะกำหนดข้อสงวนในการเข้าถึงตลาดหรือการให้การปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติได้ ส่วนการเปิดเสรีในกลุ่มสหภาพยุโรปเป็นการเปิดเสรีโดยองค์รวม ทั้งเปิดเสรีด้านการจำหน่ายสินค้า บริการ การลงทุน และการเคลื่อนย้ายของประชากรด้วย เพื่อบรรลุเป้าหมายของการเป็นตลาดเดียว การเปิดเสรี

ในกลุ่มที่มีการลงทุนสองฝ่ายไม่มีการเสียเปรียบ ได้เปรียบ ระหว่างกันเลย การเปิดเสรีย่อมมีข้อจำกัดและข้อกำหนดในการรับการลงทุน หรือ ข้อสงวนในการรับการลงทุน จากต่างชาติไม่กรณีใดก็กรณีหนึ่ง หรือโดยผสมผสานกัน ทุกประเทศยังมีระบบสัมพันธ์กัน โดยเฉพาะการลงทุนที่เกี่ยวกับฐานทรัพยากรธรรมชาติ หรือการลงทุนในอุตสาหกรรมที่ถือว่ามีความอ่อนไหว เป็นต้น³⁶

แต่การค้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ไม่อาจอ้างหลักการขอเป็นข้อสงวนข้างต้น ด้วยว่าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้แก่รัฐจากการเก็บภาษีสรรพสามิต อีกทั้งเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ก็มีความง่ายในการผลิต สามารถทำได้เองในครัวเรือน ในทางปฏิบัติจึงเป็นไปได้ที่จะทำการห้ามผลิตและจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศเสรี เมื่อผู้บริโภคยังต้องการบริโภค และมีมูลค่าตลาดสูง ถ้าไม่ผลิต ไม่ขาย ก็อาจจะเสียเงินตราให้ต่างชาติ หรือไม่ก็จะเกิดธุรกิจผิดกฎหมาย ยิ่งกว่านั้น กลไกอุปสงค์อุปทาน จะกระตุ้นให้คนจำนวนมากหันมาต้มสุราเถื่อนขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และการปราบปรามจะยิ่งทำให้อุปสงค์เพิ่มขึ้นและยิ่งคุ้มค่าที่จะผลิตสุราเถื่อน

สรุปคือ นโยบายและข้อตกลงทางการค้าเสรีในระดับทวิภาคีและระดับพหุภาคี มีรายละเอียดที่จำกัดอำนาจอธิปไตยของรัฐ ในการออกกฎหมายและนโยบายในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการเอื้อให้อุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ข้ามชาติสามารถฟ้องรัฐบาลได้โดยตรง ด้วยการอ้างอุปสรรคทางการค้าของนโยบายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นกรณีพิพาททางการค้า

2.2 การขยายตัวของ การเจรจา ระดับทวิภาคี³⁷

เดิมทีความตกลงการค้าเสรีระดับทวิภาคีมีจำนวนน้อยมากไม่ถึง 50 ฉบับ แต่ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา เนื่องจากแรงผลักดันสำคัญ 4 ประการคือ

1. การเจรจาในระดับพหุภาคีภายใต้กรอบองค์การการค้าโลกไม่คืบหน้าเท่าที่ควร ทำให้ประเทศต่างๆ หันมาพิจารณาการทำข้อตกลงการค้าเสรีภายใต้กรอบการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาคและภายใต้กรอบการเจรจาในระดับทวิภาคี

มากขึ้นเพื่อให้เกิดผลสืบหน้าในด้านการเปิดเสรีเศรษฐกิจการค้าระหว่างกันที่เป็น
รูปธรรมและรวดเร็วกว่าการเจรจาภายใต้ WTO

สหรัฐอเมริกา นับเป็นประเทศที่สำคัญในการผลักดันกรอบการเจรจาการค้า
ระดับภูมิภาค และระดับทวิภาคี เนื่องจากเห็นว่า มีแนวโน้มจะเลือกประโยชน์ให้กับ
ตนเองมากกว่าการดำเนินการภายใต้กรอบพหุภาคี กล่าวคือจากการที่เป็นตลาดขนาดใหญ่
ใหญ่ทำให้มีอำนาจในการเจรจาในระดับทวิภาคีสูง ดังนั้นจึงเห็นว่าตนเองสามารถที่จะ
โน้มน้าวให้ประเทศคู่เจรจาปรับเปลี่ยนนโยบายและกฎหมายได้ง่ายกว่า

2. การที่จีนเปิดประเทศโดยเฉพาะภายหลังได้เข้าเป็นสมาชิกขององค์การ
การค้าโลกได้สำเร็จ ทำให้สินค้าจากจีนสามารถแข่งขันเท่าเทียมในตลาดโลกกับภาคี
องค์การการค้าโลกโดยทั่วไป แต่ด้วยเพราะได้รับการปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับการ
อนุเคราะห์ยิ่ง (the most favored Nation principle) ส่งผลให้ประเทศอื่นๆ หวั่น
เกรงการแข่งขันจากจีนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้
แรงงานเข้มข้น (labor-intensive industries) ทำให้ประเทศต่างๆ พากันจัดตั้งเขต
การค้าเสรีในลักษณะทวิภาคี เพื่อให้สินค้าของตนมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น
ในตลาดของประเทศคู่สัญญา

3. การที่ประเทศต่างๆ จะทำข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างกัน ทำให้ประเทศ
ที่ไม่ได้ทำสัญญาตระหนักว่า สินค้าส่งออกของตนเองจะเผชิญปัญหาเสียเปรียบในการ
แข่งขัน ส่งผลให้ประเทศนั้นๆ ต้องเร่งเจรจาทำความตกลงการค้าเสรีตามไปด้วย เป็น
ต้นว่า สิงคโปร์ทำความตกลงกับสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดใหญ่มาก จึงกระตุ้นให้ประเทศ
อื่นๆ เช่น มาเลเซีย ไทย เร่งรัดอยากเปิดเจรจาทำความตกลงการค้าเสรีกับสหรัฐฯ
ตามไปด้วย มิฉะนั้นจะเสียเปรียบสินค้าสิงคโปร์ในตลาดสหรัฐฯ

4. นักเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับการเจรจาระดับภูมิภาคและ
ระดับทวิภาคี เป็นต้นว่า ดร. Jagdish Bhawati ซึ่งเป็นศาสตราจารย์ทางด้าน
เศรษฐศาสตร์สาขาการค้าระหว่างประเทศของมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ศาสตราจารย์
Dr. Ross Garnaut แห่งมหาวิทยาลัยแห่งชาติของออสเตรเลีย รวมถึง ศาสตราจารย์
ดร.รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ แห่งคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เสนอว่า

ประเทศต่างๆ ควรมุ่งเน้นเจรจาไปในระดับพหุภาคีเป็นหลักเนื่องจากเหตุผล 3 ประการคือ

1) การค้าเสรีทั่วโลกนับเป็นสิ่งที่ดีที่สุดในทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เป็น First Best Solution ที่ก่อประโยชน์สุทธิแก่สังคมเศรษฐกิจโลกโดยส่วนรวม เนื่องจากมีผลดีในแง่ช่วยส่งเสริมการขยายตัวของการค้าเป็นอย่างมาก โดยไม่มีผลเสียที่ก่อให้เกิดจากการเบี่ยงเบนทางการค้าแต่อย่างใด ส่วนแนวทางภายใต้กรอบการเจรจาระดับภูมิภาคและระดับทวีภาคีนั้น แม้จะมีผลดีในแง่ส่งเสริมการขยายตัวของการค้าระหว่างประเทศที่เป็นภาคีสมาชิกภายในเขตการค้าเสรีก็ตาม แต่จะเกิดผลกระทบในทางลบเช่นเดียวกัน ในรูปของการเบี่ยงเบนทางการค้า กล่าวคือ ข้อตกลงการค้าทวีภาคีจะให้สิทธิประโยชน์พิเศษแก่ประเทศคู่สัญญาอันก่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมต่อประเทศที่ 3 ดังนั้น มีแนวโน้มจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการค้าโดยจากเดิมที่เคยส่งสินค้าจากประเทศที่ 3 ซึ่งมีประสิทธิภาพการผลิตสูงกว่าปรับเปลี่ยนมาสั่งซื้อจากประเทศที่เป็นสมาชิกเขตการค้าเสรีซึ่งมีประสิทธิภาพการผลิตต่ำกว่า ทั้งนี้ เมื่อนำผลดีผลเสียมาหักลบกันแล้ว จะได้ผลกระทบสุทธิติดลบ เพราะข้อเสียจากการเบี่ยงเบนทางการค้ามีมากกว่าผลดีจากการขยายตัวของการค้า

2) การเจรจาภายใต้กรอบทวีภาคีต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก แต่ผลที่ได้ไม่นับว่าไม่ค่อยคุ้มค่า เนื่องจากเป็นการทำความตกลงกับประเทศใดประเทศหนึ่งเท่านั้น แตกต่างจากการเจรจาในระดับพหุภาคีภายใต้กรอบ WTO ที่ครอบคลุมเป็นร้อยประเทศ

3. นายปีเตอร์ ซูเทอร์แลนด์ อดีตผู้อำนวยการองค์การการค้าโลก ได้ตีพิมพ์เผยแพร่เมื่อต้นปี พ.ศ. 2548 ให้มุมมองว่า การเจรจการค้าทวีภาคีระหว่างประเทศต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างยุ่งเหยิงและระบบอาจส่งผลกระทบทางลบ โดยกลายเป็นตัวการที่บ่อนทำลายระบบการค้าแบบพหุภาคี

ตัวอย่างที่สำคัญที่ศาสตราจารย์ Ross หยิบมาอธิบายคือกรณีของอินเดียซึ่งเป็นประเทศสมาชิกผู้ร่วมก่อตั้งหน่วยงานความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าและภาษีศุลกากร (GATT) ซึ่งเป็นหน่วยงานก่อนยกระดับเป็น WTO แต่ภายหลังเป็นสมาชิกกลับเพิ่มอัตราภาษีศุลกากรอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาดังกล่าว ส่วนเงินกลับตรงกันข้าม

โดยเข้าเป็นสมาชิก WTO เมื่อปี พ.ศ. 2544 (ค.ศ. 2001) แต่กลับเริ่มเปิดประเทศให้ชาวต่างชาติเข้าไปลงทุนนับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมา ทำให้การค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แม้จะมีการเจรจาการค้าระหว่างประเทศเพื่อลดภาษีศุลกากร แต่ศาสตราจารย์ Rose ให้ทัศนะว่ายังมีมาตรการกีดกันทางการค้าที่ประเทศต่างๆ นำมาใช้ซึ่งมาตรการเหล่านี้สอดคล้องกับกฎระเบียบของ WTO เป็นต้นว่า มาตรการของสหรัฐฯ ในการกีดกันการนำเข้าเหล็กจากต่างประเทศเพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมเหล็กภายในประเทศ³⁸

ปัจจุบันแนวทางการกีดกันทางการค้าเพื่อปกป้องสินค้าในประเทศหรือกิจการสินค้าต่างประเทศโดยวิธีการที่มีใช้ภาษีอากร (Non-Tariff Barriers) นับเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ใช้แพร่หลายโดยเฉพาะในประเทศยุโรปและสหรัฐฯ เช่น มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (CD) มาตรการตอบโต้การอุดหนุน (CVD) มาตรการมาตรฐานสิ่งแวดล้อม มาตรฐานสุขอนามัยพืชและสัตว์ (Sanitary and Phytosanitary: SPS) การสร้างอุปสรรคทางการค้า (Technical Barrier to Trade: TBT) การต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

จากประเด็นข้างต้น เห็นได้ว่า แม้แต่นักเศรษฐศาสตร์ระดับโลกก็มีทัศนะไม่เห็นด้วยกับการทำความตกลงทางการค้าเสรี เพราะมีผลกระทบสูงโดยเฉพาะการเบี่ยงเบนทางการค้า ด้วยเครื่องตีแอลกอฮอล์เป็นสินค้าไม่ธรรมดา การสร้างอุปสรรคทางการค้าโดยมีใช้ภาษีอากร เช่น การออกกฎเกี่ยวกับภาพคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์/ฉลากของเครื่องตีแอลกอฮอล์ ซึ่งกฎนี้เคยถูกตอบโต้มาแล้วในกรณีการควบคุมด้วยการขยายภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ รัฐในนามกระทรวงสาธารณสุขไทยเคยถูกท้าทายถูกฟ้องเป็นคดีทั้งศาลปกครอง (ออกกฎโดยไม่ชอบ) และศาลยุติธรรม (ด้วยถือว่าเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเครื่องหมายการค้าบนซองบุหรี่) รัฐอาจถูกมาตรการตอบโต้ทางการค้าด้วยข้ออ้างว่า “สร้างอุปสรรคทางการค้า” “ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา” สรุปคือ การขยายการค้าเสรีจะทำให้รัฐบาลไทยสุ่มเสี่ยงที่จะไม่บังคับใช้กฎหมาย หรือนโยบายควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์อย่างเข้มงวดเพราะเกรงว่าจะถูกร้องเรียนและเป็นกรณีพิพาททางการค้า รวมทั้งจะไม่กล้ากำหนดนโยบาย หรือออกกฎหมายควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดขึ้นในอนาคต (Chilling Effect)

2.3 การเจรจา FTA ของไทย ³⁹

สำหรับข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA) ฉบับแรก
ที่ไทยจัดทำคือข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area) หรือที่
เรียกว่า AFTA ซึ่งมีผลบังคับใช้มาตั้งแต่ปี 2535 อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะอยู่คู่สังคมไทย
มานานกว่าทศวรรษ แต่องค์ความรู้สำหรับคนทั่วไปยังมีอยู่จำกัด ทั้งนี้ ความตกลง
การค้าเสรี (FTA) เป็นความตกลงระหว่าง 2 ประเทศขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะ
ลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกันให้เหลือน้อยที่สุดเพื่อให้เกิดการค้าเสรีระหว่างกัน
และปัจจุบันประเทศต่างๆ ก็ได้ขยายขอบเขตของ FTA ให้ครอบคลุมการค้าด้านบริการ
อาทิ บริการท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล การสื่อสาร การขนส่ง ฯลฯ พร้อมกับความ
ร่วมมือในด้านต่างๆ เช่น การลงทุน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการอำนวยความสะดวก
ทางการค้า ด้วย FTA สะท้อนแนวคิดสำคัญทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่า
"ประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศจะเกิดขึ้นสูงสุดเมื่อประเทศต่างๆ ผลิตสินค้าที่
ตนมีต้นทุนในการผลิตต่ำที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ แล้วนำสินค้าเหล่านั้น
มาค้าขายแลกเปลี่ยนกัน" ซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริงนั้น ประโยชน์สูงสุดดังกล่าวจะไม่
เกิดขึ้น หากยังมีการเก็บภาษีขาเข้าและมีการใช้มาตรการกีดกันทางการค้าต่างๆ ซึ่ง
ส่งผลบิดเบือนราคาที่แท้จริงของสินค้า และทำให้การค้าขายไม่เป็นไปอย่างเสรีและมี
ประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ดี เขตการค้าเสรีนั้น ในทางปฏิบัติเป็นเรื่องที่มีความยุ่งยากใน
ระดับหนึ่ง และหากต้องการให้ได้ผลจริงจึงจะต้องพัฒนาไปสู่การเป็นสหภาพศุลกากร
โดยเร็ว เพื่อหลีกเลี่ยงการหลบหนีภาษีในรูปแบบต่าง ๆ เนื่องจากประเทศนอกกลุ่มจะ
พยายามส่งสินค้าเข้าทางประเทศที่ทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี ที่มีภาษีต่ำไปสู่ประเทศ
ในเขตการค้าที่มีภาษีสูง ลักษณะพื้นฐานที่เหมือนกันอยู่ 3 ประการของ FTA คือ

- มีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า และไม่สร้าง
อุปสรรคทางการค้าเพิ่มต่อประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่สมาชิก (No fortress effects)
- ครอบคลุมการค้าระหว่างประเทศมากพอ (Substantial
coverage) ซึ่งเป็นกติกาที่ องค์กรการค้าโลก (WTO) กำหนดไว้เพื่อปกป้องและ
ป้องกันผลกระทบของ FTA ที่มีต่อประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่สมาชิกของ FTA นั้นๆ

- มีตารางการลดภาษีหรือเปิดเสรีที่ประเทศคู่สัญญา FTA เจรจากันว่าจะลดภาษีให้แกกันสินค้าใดบ้าง จะลดอย่างไร และจะใช้ระยะเวลายาวนานเท่าไรในการลด

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศของไทย ได้กำหนดเป้าหมายการทำ FTA ของไทยไว้ว่า “เพื่อสร้างพันธมิตรทางเศรษฐกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ เพิ่มโอกาสในการส่งออก และปรับโครงสร้างการผลิตในประเทศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น”

เพื่อให้ประเทศไทยสามารถไปสู่เป้าหมายดังกล่าวได้สำเร็จ คณะผู้แทนไทย จึงได้มีการเจรจาความตกลงการค้าเสรีกับหลายประเทศ ทั้งที่จัดขึ้นในประเทศไทย และที่ต้องเดินทางไปเจรจายังต่างประเทศ ซึ่งรูปแบบความตกลงที่ไทยได้ทำกับต่างประเทศนั้น สามารถจำแนกย่อยออกเป็น 2 รูปแบบ

1. FTA ระหว่างไทยกับประเทศคู่สัญญา (Bilateral FTA) เป็นการเจรจาจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศกับประเทศอื่นๆ โดยตรง เช่น ไทยกับออสเตรเลีย ไทยกับนิวซีแลนด์ เป็นต้น
2. FTA ระหว่างประเทศกลุ่มอาเซียนกับประเทศคู่สัญญา (ASEAN FTA) เป็นการเจรจาจัดทำข้อตกลงระหว่างกลุ่มอาเซียนกับประเทศอื่นๆ เช่น จีน ญี่ปุ่น กลุ่มสหภาพยุโรป อินเดีย เป็นต้น

อนึ่ง นอกจากความตกลงทวิภาคีในรูปแบบปกติแล้วยังมีความตกลงในรูปแบบ Early harvest เป็นการเจรจาทำความตกลงที่เปิดเสรีเฉพาะในบางภาคอุตสาหกรรมเท่านั้น เป็นต้นว่า ไทยได้ทำความตกลงการค้าเสรีกับจีน อินเดีย และบาหลีเรน

ในช่วงที่ผ่านมา กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศได้กำหนดเป้าหมายในการเจรจาจัดทำข้อตกลง FTA เอาไว้ ดังนี้

ประการแรก รักษาตลาดเดิมที่เป็นตลาดหลักของไทย (Market Strengthening) คือ สหรัฐฯ และญี่ปุ่นซึ่งมีมูลค่าการค้าขายระหว่างกันสูงมาก ดังนั้น ข้อตกลงย่อมมีศักยภาพส่งผลดีต่อการค้าและการลงทุนระหว่างกันสูงตามไปด้วย

ประการที่สอง ขยายตลาดใหม่ทั้งในแนวกว้างและเจาะลึกในตลาดที่มี ศักยภาพ (Market Broadening & Deepening) รวมถึงเป็นแหล่งวัตถุดิบราคาถูก เช่น จีน อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ซึ่งมีประชากรจำนวนมากและประชากรมี กำลังซื้อสูง

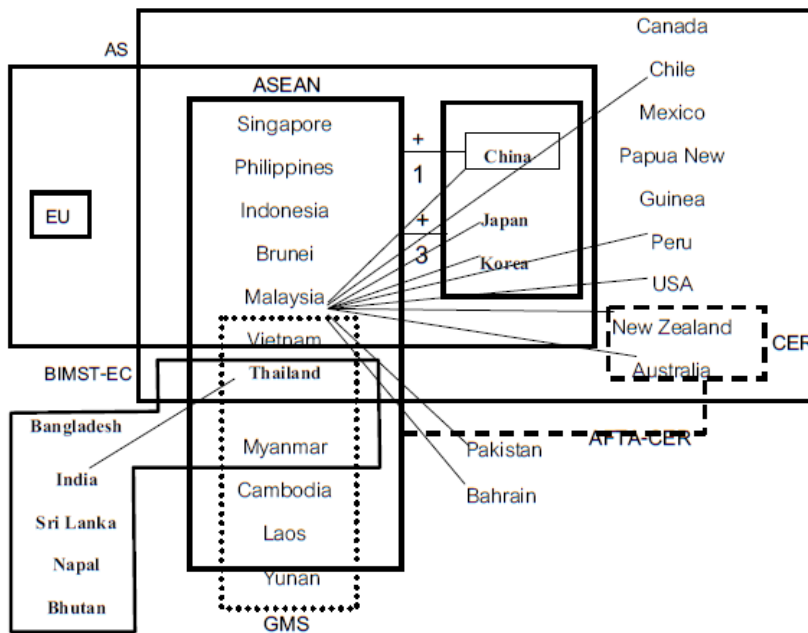
ประการที่สาม ขยายไปสู่ตลาดใหม่และประตูการค้าการลงทุนในภูมิภาค อื่นๆ (Regional Gateway) เช่น บาหลีเรน ในภูมิภาคตะวันออกกลาง เปอร์ู ในทวีปอเมริกาใต้ สมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (EFTA) เป็นต้น นอกจากนี้ ได้เตรียมความพร้อมใน การเจรจา FTA ก้าวต่อไป กับสหภาพยุโรป แคนาดา แอฟริกาใต้ ซิลี เม็กซิโก เกาหลี ใต้ กลุ่มประเทศในตลาดร่วมของภูมิภาคอเมริกาส่วนใต้ (MERCOSUR) เป็นต้น

รักษาตลาดเดิม-ขยายตลาดใหม่ สำหรับการคัดเลือกประเทศที่จะทำการ เสร็จจําความตกลงการค้าเสรี ประเทศไทยมีหลักการพิจารณาสำคัญ ได้แก่ สถานภาพของประเทศคู่ค้า เช่น ขนาดและความเติบโตเศรษฐกิจ จำนวนประชากร อำนาจซื้อ รายได้ต่อจำนวนประชากร ศักยภาพการค้า และการลงทุน ควรอยู่ในระดับ ที่เหมาะสม และไม่แตกต่างกันมากเกินไป

โครงสร้างการผลิตและส่งออก หากโครงสร้างการส่งออกแตกต่างกัน การ เปิดเสรีการค้า จะเป็นประโยชน์แลกเปลี่ยนสินค้าที่แตกต่างกัน โดยไม่เป็นการแข่งขัน ระหว่างภาคผลิตเองระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิกทำเลที่ตั้งประเทศ ควรอยู่ในภูมิภาค เดียวกัน ซึ่งจะส่งผลดีให้การค้าขายระหว่างกันสะดวกมากยิ่งขึ้นและลดต้นทุนขนส่ง โดยเน้นเจรจาในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นเป้าหมายการส่งออกของไทยและคลัสเตอร์ ที่ ไทยมีศักยภาพหากพิจารณายุทธศาสตร์รายสาขา 4 สาขา ได้แก่ เกษตร อุตสาหกรรม บริการ และทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า โดยมีสาระสำคัญคือสาขา อุตสาหกรรม การเกษตร และอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป การส่งออกของไทยจะมี ปัญหาอย่างมากในเรื่องมาตรฐานด้านสุขอนามัย มาตรฐานด้านความปลอดภัยด้าน อาหาร และสิ่งแวดล้อม กำหนดเจรจาเพื่อให้ลด ยกเลิก หรือปรับเปลี่ยนไม่ให้เป็น อุปสรรค และพัฒนาการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล ร่วมมือในการแก้ไขปัญหาและ อำนวยความสะดวกด้านการค้า โดยการจัดทำข้อตกลงยอมรับมาตรฐานร่วมกัน

Mutual Recognition Arrangement : MIRA) และการถ่ายทอดเทคโนโลยีสาขา อุตสาหกรรม

สำหรับมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barriers : NTBs) ก็พยายามเจรจา ตกลง ยกเลิก หรือปรับเปลี่ยนเพื่อไม่ให้เป็นการอุปสรรคต่อการค้า พัฒนาการผลิตในประเทศให้ได้มาตรฐานสากล และจัดทำข้อตกลงยอมรับมาตรฐาน ร่วมกัน ค่อยๆ เปิดเสรีโดยเน้นใช้รูปแบบ Positive-List Approach ซึ่งจะเน้นธุรกิจที่ ไทยมีความพร้อม เป็นต้นว่า ท่องเที่ยว ก่อสร้าง ออกแบบ ฯลฯ



แผนภาพ 2.1 ความตกลงทางการค้าเสรีในระดับภูมิภาคและทวีปเอเชียของ ไทย ที่มา ปรับปรุงจากฝ่ายการวิจัยสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ สถาบันวิจัยเพื่อ การพัฒนาประเทศไทย (2545)

ประเทศไทยทำ FTA กับ 8 ประเทศ ได้แก่ จีน นิวซีแลนด์ บาห์เรน ญี่ปุ่น เปรู สหรัฐฯ อินเดีย และออสเตรเลีย และกับ 1 กลุ่มเศรษฐกิจ BIMST-EC โดยเหตุผล สำคัญเพื่อรักษาสถานภาพและศักยภาพในการส่งออกของไทยโดยการขยายโอกาสใน

การส่งออก และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของสินค้าไทยทั้งในตลาดสำคัญในปัจจุบัน (เช่น สหรัฐฯ ญี่ปุ่น อาเซียน) และตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ (เช่น จีน อินเดีย ออสเตรเลีย BIMST-EC ³) นอกจากนี้ ไทยยังจัดทำ FTA กับประเทศที่จะเป็นประตูการค้าสู่ภูมิภาค (Gateway) อื่นๆ ของโลก (เช่น บาหลีเรน เปรู) และอยู่ระหว่างการศึกษาศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมในการเจรจา FTA กับสมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (European Free Trade Association: EFTA) เม็กซิโก เกาหลีและกลุ่มประเทศ Mercosur

ตาราง 22 จำนวนความตกลงการค้าเสรี

RTAs	Year of entry into force	Goods notifications	Services notifications	Accessions to an RTA	Cumulative Notifications of RTAs in force	Cumulative Number of RTAs in force
Whole	2020	1	1	0	490	303
East Asia	2020	1	1		170	90
Thailand	2020	0	0		22	13

ที่มา WTO, Regional Trade Agreements Information System, Extracted on 26/03/2020

ประเทศไทยเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลกตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 1995 และเป็นสมาชิกของแกตต์ GATT ตั้งแต่วันที่ 20 พฤศจิกายน 1982 ในปี พ.ศ 2563

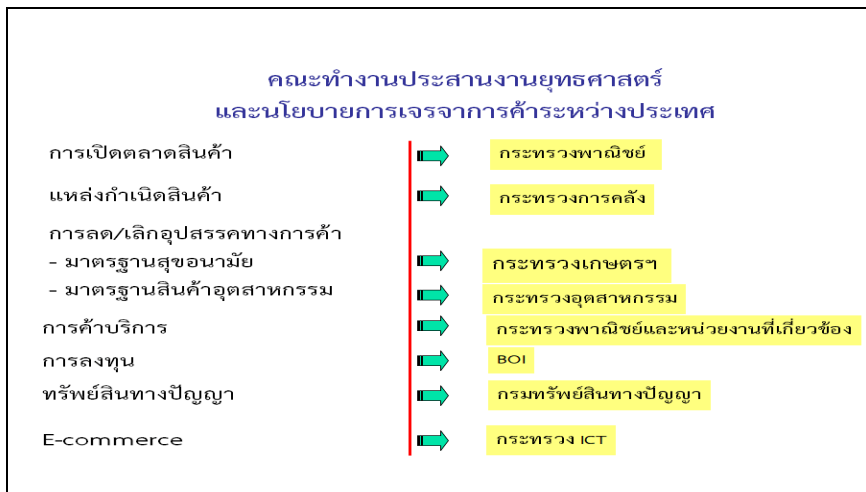
³ กรอบความร่วมมือเป็น Bangladesh-India-Myanmar-Sri Lanka-Thailand Economic Cooperation หรือ BIMST-EC ต่อมาเมื่อเดือนธันวาคม 2546 ประเทศเนปาลและภูฏานได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกรอบความร่วมมือนี้ ทำให้ในปัจจุบัน ความร่วมมือภายใต้กรอบ BIMSTEC มีสมาชิกรวม 7 ประเทศ คือ บังคลาเทศ ศรีลังกา อินเดีย ไทย เมียนมา เนปาล และภูฏาน ซึ่งภายหลังจากการประชุมระดับผู้นำกลุ่มประเทศ BIMSTEC หรือ BIMSTEC Summit ครั้งที่ 1 ได้มีมติเปลี่ยนแปลงชื่อกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจใหม่เป็น Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation หรือ BIMSTEC

จากฐานข้อมูล รายงานความตกลงทางการค้าเสรีระดับภูมิภาค ขององค์การการค้าโลก พบว่า ความตกลงมีจำนวนทั้งสิ้น 303 ฉบับ อยู่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน 90 ฉบับ และในประเทศไทย 13 ฉบับ

อย่างไรก็ตาม การจัดยุทธศาสตร์ของประเทศไทยที่ผ่านมาเกี่ยวกับความตกลงทางการค้าเสรี ไม่เคยคำนึงถึงประเด็นสุขภาพ ไม่มีภาคีเครือข่ายภาคสาธารณสุข หรือสุขภาพเข้าไปร่วมจัดยุทธศาสตร์ชาติ และไม่เคยที่จะวิเคราะห์ข้อดีและเสียของสินค้าอันตรายต่อสุขภาพ เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย ดังแผนภาพ 2.2 ยิ่งไปกว่านั้น มีความรีบเร่งเจรจา โดยกล่าวอ้างว่า

“เร่งมือเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป กระแสลมของการเปลี่ยนแปลงพัดแรงขึ้นทุกวัน ไม่เร็วเกินไป เมื่อดูจากกระแสการเปลี่ยนแปลง ของเศรษฐกิจโลกยุค “ฟิวท์กัน” (Globalization) ที่มีการจับคู่เศรษฐกิจการค้า และการรวมกลุ่มการค้า เช่น FTAA EU ถ้าวรซ้ากว่านี้ อาจจะไม่เสียมากกว่าได้: จีนกำลังเจรจากับออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ จะเจรจากับจีน อินเดีย”

โดยนางอภิรดี ตันตราภรณ์ อธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
ในเอกสารการประชุมสัมมนาผู้บริหารระดับสูงของบริษัทสหยูเนี่ยน จำกัด มหาชน
24 กรกฎาคม 2547



แผนภาพ 2.2 คณะทำงานประสานงานยุทธศาสตร์ และนโยบายการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

3. กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ

3.1 หลักการพื้นฐาน

หลักการพิจารณาที่ถือเป็นหลักความตกลงขั้นพื้นฐาน⁴⁰ มีดังนี้

ประเด็นที่ 1 แหล่งที่มาของกฎหมายระหว่างประเทศ (Sources of international law) เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ปัญหาความสัมพันธ์ของกฎหมายการค้าและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากกฎหมายทั้งสองประเภทเป็นสาขาหนึ่งของกฎหมายระหว่างประเทศภาครัฐ (Public International Law) แหล่งที่มาหลักของกฎหมายสิ่งแวดล้อมคือสนธิสัญญา นอกจากนั้นยังมี Soft Law ที่ถือว่าเป็นแนวทางหรือพันธะทางศีลธรรมของรัฐที่ควรปฏิบัติในการอยู่ร่วมกันในสังคมโลก ส่วนจารีตประเพณี (Customary) และหลักกฎหมายทั่วไป (General Principles of International Law) สามารถปรับใช้กับการค้าระหว่างประเทศได้เช่น หลักการใช้สิทธิโดยไม่สุจริต (Abuse of Rights) ทำให้เกิดความเสียหายต่อรัฐอื่นถือเป็นความรับผิดชอบระหว่างประเทศ (State Responsibilities) เช่น การทิ้งกากสารกัมมันตภาพ หรือขยะที่เป็นพิษลงในดินแดนของรัฐอื่น หรือมลพิษที่เกิดจากแหล่งในดินแดนของตนไปก่อให้เกิดความเสียหายต่อรัฐอื่นถือว่ารัฐนั้นจักต้องมีความรับผิดชอบ (Responsibility) ตามกฎหมายระหว่างประเทศ

หลักการที่ 2 แหล่งที่มาของกฎหมายระหว่างประเทศส่วนใหญ่มักจะอยู่ในรูป Soft Law/lex ferenda เช่น ปฏิญญา (Declaration) หลักการ (Principle) ข้อเสนอแนะ (Recommendation) นอกจากนั้น สนธิสัญญาก็มีผลผูกพันเฉพาะประเทศภาคีสถิติสัญญาด้านสิ่งแวดล้อมมีจำนวนน้อยที่มีส่วนในการสร้าง “กฎเกณฑ์ที่ใช้บังคับได้ทั่วไป” ในขณะที่แหล่งที่มาหลักของกฎเกณฑ์ทางการค้าระหว่างประเทศส่วนใหญ่เกิดจากสนธิสัญญา ซึ่งถือว่าเป็นกฎหมายที่ใช้บังคับได้ (Hard Law) และกฎเกณฑ์ต่างๆทางการค้าเกิดจากการเจรจาแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ของรัฐภาคี ดังนั้น ข้อบทแห่งพันธกรณีจึงมักจะกำหนดลงถึงรายละเอียดชัดเจน เมื่อมีความขัดหรือแย้งกันระหว่างกฎเกณฑ์ทางการค้า องค์การที่ทำหน้าที่ตีความกฎหมายการค้าจึงถือว่ากฎหมายการค้าเป็นกฎหมายเฉพาะ ที่จะต้องนำมาปรับใช้กับคดีมากกว่า

หลักการที่ 3 อารัมภบทของสนธิสัญญาจะไม่ถือว่าเป็นสาระสำคัญของเนื้อหา

ของสนธิสัญญา เช่น ข้อบท (Provisions) แต่ถือว่าเป็นเจตนารมณ์ของรัฐภาคีในการจัดทำสัญญา ดังนั้น อาร์มบท จึงถือเป็นแนวทางในการตีความสนธิสัญญา ซึ่งสอดคล้องกับหลักการตีความสนธิสัญญาตามอนุสัญญากรุงเวียนนาว่าด้วยสนธิสัญญา ค.ศ. 1969

หลักการที่ 4 ในการพิจารณาแหล่งที่มาของกฎหมายการค้าการลงทุนระหว่างประเทศนั้น นอกจากกฎเกณฑ์ภายใต้ความตกลงองค์การการค้าโลกซึ่งถือว่าเป็นระบอบกฎหมายหลักที่ใช้บังคับกับรัฐภาคี WTO แล้วอาจต้องพิจารณาตามความตกลงระดับภูมิภาคหรือความตกลงทวิภาคีที่รัฐผูกพัน เช่น ความตกลงเขตการค้าเสรี (เช่น AFTA) หรือความตกลงเรื่องความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

หลักการที่ 5 ใน Article III ของ Understanding on Rules and Procedures Governing the Settlement of Dispute ของ WTO ได้กำหนดแหล่งที่มาของกฎหมายเพื่อใช้ในการวินิจฉัยข้อพิพาทภายใต้ความตกลง WTO ซึ่งการวินิจฉัยต้องสอดคล้องกับจารีตประเพณีว่าด้วยการตีความกฎหมายระหว่างประเทศ โดยคำตัดสินต้องไม่เป็นการเพิ่มหรือลดสิทธิและพันธกรณีที่กำหนดไว้ในความตกลง

หลักการที่ 6 กฎหมายการค้ามีความเฉพาะเจาะจงและมีความชัดเจนเด็ดขาด เช่น กฎในเรื่องห้ามเลือกปฏิบัติซึ่งกำหนดให้รัฐต้องปฏิบัติ “ไม่น้อยกว่า” (“no less favoured than”) หรือ กฎเกี่ยวกับ อุปสรรคด้านเทคนิคทางการค้า (Technical Barrier to Trade-TBT) ที่กำหนดให้มาตรการทางเทคนิค “ต้องใช้” มาตรฐานระหว่างประเทศ (“use” international standards) ในการจัดระเบียบกฎหมายของโลก (World Legal Order)

ความไม่ลงรอยหรือความขัดแย้งกันเกี่ยวกับกฎระเบียบการค้าโลก ส่วนหนึ่งเกิดจากทัศนคติของคณะกรรมการวินิจฉัยข้อพิพาทซึ่งตีความในหลักการ “กฎหมายที่ใช้บังคับ” ซึ่งก็คือปัญหา “แหล่งที่มาของกฎหมาย” หลักการดังกล่าวขึ้นอยู่กับความเข้าใจและภูมิหลังของผู้ตีความอย่างมาก หลังจากได้มีการจัดตั้ง WTO ได้มีการปฏิรูประบบการระงับข้อพิพาททางการค้าใหม่ ซึ่งนอกจากจะมี The Panel ซึ่งถือเสมือนศาลชั้นต้น แล้วยังมีการจัดตั้ง Appellate Body ที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เป็น

อิสระและมีความรู้ความสามารถทางด้านกฎหมายระหว่างประเทศ (Public International Law) มากขึ้นกว่าเดิมที่เป็นแต่เพียงทิมเจรจาการค้า

หลักการของ GATT/WTO คือการส่งเสริมให้มีการค้าที่เสรีขึ้น ลดอุปสรรคการค้าระหว่างประเทศทั้งในรูปแบบของอุปสรรคที่เป็นภาษีอากร (Tariff Barriers) และอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีอากร (Non-Tariff Barriers) หลักการไม่เลือกปฏิบัติ (Non-Discrimination) เป็นหัวใจสำคัญซึ่งให้ทุกๆ รัฐสามารถแข่งขันกันบนพื้นฐานที่เท่าเทียมกันในสินค้า บริการ การลงทุน โดยไม่มีปัจจัยในการทำให้มีการเบี่ยงเบนตลาดและการเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Distortion) นั้น ทุกรัฐภาคีต้องปฏิบัติตามหลักการ การปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติ (National Treatment) ซึ่งรัฐจะปฏิบัติต่อสินค้า (ในกรณีการค้าสินค้า) และ บุคคล (ในกรณีการค้าบริการ และ การลงทุน) รวมทั้งต่อการลงทุน (Investment) ภายใต้ข้อบทการลงทุน ที่เป็นคนในชาติกับคนต่างชาตินบนพื้นฐานที่เท่าเทียมกัน ภายใต้สถานการณ์ที่เหมือนกัน หรือคล้ายคลึงกัน (Like, as same as, circumstances, Like Product) และรัฐภาคีต้องปฏิบัติตามหลักการของการปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับความอนุเคราะห์ยิ่ง (Most-Favored-Nation: MFN Treatment) กล่าวคือการปฏิบัติต่อสินค้า คนต่างชาติ การลงทุน ทุกๆ ชาติระหว่างกันโดยเท่าเทียมกัน ภายใต้สถานการณ์ที่เหมือน หรือคล้ายคลึงกัน (Like, as same as, circumstances, Like Product) เพื่อประกันว่าสินค้า/คน ต่างชาติทั้งหมด จะได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน⁴¹

แม้ว่าองค์การการค้าโลก (ภายใต้ข้อยกเว้นทั่วไปของ GATT มาตรา 20) อนุญาตให้ประเทศและดินแดน “สามารถออกมาตรการที่จำเป็น เพื่อปกป้องชีวิตและสุขภาพของมนุษย์ สัตว์ หรือพืช” แต่กฎและเงื่อนไขข้ออื่นๆ ทำให้ข้อยกเว้นนี้ยากที่จะกระทำได้ในความเป็นจริง ตัวอย่างเช่น ประเทศใดประเทศหนึ่งอาจจะถูกบีบบังคับให้พิสูจน์ว่ากฎหมายและมาตรการทางนโยบายต่างๆ เป็นสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าน้อยที่สุด และไม่ใช่เป็นการสร้างอุปสรรคทางการค้า⁴² กฎเช่นนี้จะจำกัดงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ รวมทั้งโครงการเพื่อสาธารณสุขภายในประเทศ ซึ่งจะถูกมองว่าเป็นการ “บิดเบือนทางการค้า” สิ่งนี้จะบังคับให้รัฐบาลต้องให้เงินสนับสนุนแก่หน่วยงานภาครัฐในประเทศ และองค์การธุรกิจข้ามชาติที่ให้บริการภายใต้สัญญา

ภาครัฐ อย่างเท่าเทียมกัน กฎนี้จะทำให้นโยบายภาครัฐไม่สามารถให้เงินสนับสนุนหน่วยงานของรัฐเพื่อประโยชน์แก่ประชาชนได้

ในเรื่องการลงทุนระหว่างประเทศ เมื่อพิจารณาแล้ว ยังต้องใช้กฎหมายภายในของแต่ละประเทศที่รับการลงทุน และใช้บังคับกับการลงทุนของต่างชาติที่เข้ามาประกอบการในประเทศที่รับการลงทุน การลงทุนระหว่างประเทศย่อมอยู่ภายใต้กฎหมายของรัฐที่รับการลงทุน เว้นแต่ประเทศที่รับการลงทุนจะได้ตกลงกับรัฐคู่ภาคีในการเปิดเสรี ซึ่งมีทั้งในระบบการเปิดเสรีแบบ Positive Approach หรือ Negative Approach ซึ่งยังมีข้อสงวน หรือรายการที่สงวนไว้ยังไม่เปิดรับการลงทุน มากบ้าง น้อยบ้าง แล้วแต่การเจรจาตกลงกัน และมีหลากหลายรูปแบบในการเปิดเสรี จึงเห็นได้ว่า ไม่มีประเทศใดในโลกที่เปิดเสรีร้อยเปอร์เซ็นต์ แม้ทุกประเทศจะส่งเสริมให้มีการรับการลงทุนก็ตาม การลงทุนยังคงเป็นอำนาจรัฐอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในฐานะทรัพยากรธรรมชาติจะเป็นการลงทุนภายใต้กรอบของกฎหมายที่เฉพาะ เช่น ระบบการให้สัมปทาน หรือการทำความตกลงแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน (Profit Sharing Agreement) หรือ แม้แต่สัญญาเพื่อการส่งเสริมคุ้มครองการลงทุนในระดับทวิภาคี (Bilateral Investment Agreement) แม้จะมีการกำหนดขอบเขตต่างๆ ว่าด้วยการคุ้มครองนักลงทุน และการลงทุน การเวนคืน ยึดทรัพย์ การอนุญาตให้มีการส่งออกเงินกำไรจากการลงทุนออกนอกประเทศ และเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องก็ตาม แต่ในสนธิสัญญาดังกล่าวโดยสรุป จะบัญญัติไว้ว่าให้ตกอยู่ภายใต้กฎหมายของรัฐที่ไปรับการลงทุนเป็นหลัก

3.2 กลไกการระงับข้อพิพาทตามกฎหมายการค้าระหว่างประเทศ

การระงับข้อพิพาทระหว่างรัฐและเอกชน (Investor-State Dispute Settlement: ISDS) หรืออนุญาโตตุลาการ ซึ่งเป็นการระงับข้อพิพาทวิธีหนึ่ง ซึ่งได้รับความนิยมน้อยแพร่หลาย ในปัจจุบันการระงับข้อพิพาททางธุรกิจส่วนใหญ่กระทำโดยกระบวนการอนุญาโตตุลาการ เนื่องจากมีวิธีการพิจารณาที่ไม่มีขั้นตอนการดำเนินการที่ยุ่งยาก และมีประสิทธิภาพ คู่พิพาทมีอิสระในการแต่งตั้ง arbitrator เพื่อวินิจฉัยชี้ขาดข้อพิพาทได้ เปิดโอกาสให้คู่พิพาททั้งสองฝ่ายได้นำเสนอพยานหลักฐานต่อ

อนุญาโตตุลาการได้อย่างเท่าเทียม และมีคำชี้ขาด ซึ่งคู่พิพาทต้องปฏิบัติตาม ทำให้การพิจารณาคดีมีลักษณะยืดหยุ่น ประหยัด รวดเร็วกว่าการดำเนินคดีในศาล⁴³

ISDS ซึ่งถูกคิดค้นขึ้นมาเมื่อเกือบ 20 ปีที่แล้ว เริ่มใช้ครั้งแรกในมาตรา 11 ของ NAFTA หรือเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (สหรัฐฯ-แคนาดา-เม็กซิโก) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 โดยอ้างเหตุผลว่า เพื่อให้ให้นักลงทุนต่างชาติมั่นใจว่า การลงทุนของตนจะได้รับความคุ้มครองจากรัฐบาลของประเทศผู้รับการลงทุน โดยจะได้รับการชดเชย ได้รับความคุ้มครองการเวนคืน ได้รับสิทธิปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติ และชาติที่ได้รับความอนุเคราะห์ยิ่ง รวมทั้งได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกันกับการลงทุนในประเทศผู้รับการลงทุนอื่นๆ และสามารถทำธุรกรรมการโอนได้อย่างเสรี

ในกระบวนการการค้าโลกมีกลไกที่คล้ายๆ กันอยู่อีกอย่างหนึ่ง ที่เรียกกันว่า ความตกลงเพื่อการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า BIT (Bilateral Investment Treaty) BIT เป็นหนังสือสัญญาาระหว่างประเทศที่จะสร้างความมั่นใจให้นักลงทุนข้ามชาติที่จะเข้ามาลงทุนในไทย ว่ารัฐบาลจะไม่ไปยึดทรัพย์ หรือมีนโยบายใดให้เขาเสียหาย เช่น จะไม่ไปเวนคืนที่ดินของพื้นที่อุตสาหกรรมของเขา เป็นต้น แต่ความหมายของ “การยึดทรัพย์” ถูกตีความให้กว้างขวาง นัยยะดังกล่าวถูกขยายความไปถึงการยึดทรัพย์ทางอ้อม (Indirect Expropriation) ซึ่งหมายถึง “ผลกำไรที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต” ด้วย ยิ่งไปกว่านั้น การให้นิยามอย่างกว้างขวางของ “นักลงทุน” ว่าอาจจะหมายถึงการมีหุ้นส่วนเพียงเล็กน้อย หรือการมาเปิดตู้ไปรษณีย์ ณ ประเทศไทยเพื่อการติดต่อกันนับเป็น “นักลงทุน” แม้จะไม่ได้มาลงทุนจริงก็ตาม ตัวอย่างกรณีระดับโลก เช่น ประเทศออสเตรเลีย ถูกบริษัท ฟิลลิป มอร์ริส ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติอเมริกันฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายต่อรัฐบาลออสเตรเลีย ในกรณีที่ออกนโยบายของบุหรีปราศสีสันและเป็นมาตรฐาน (Plain and Standardized Cigarette Packaging) ห้ามโฆษณาที่ของบุหรี ให้ใส่ได้แต่ชื่อบริษัทเท่านั้น ไม่ให้ปรากฏรส กลิ่น และอื่นใด ในพื้นที่ 15% ส่วนอีก 85% ต้องเป็นรูปภาพที่เตือนอันตรายจากการสูบบุหรี⁴⁴ ฉะนั้น ไม่ว่าจะเป็นอย่างใด เอกชนก็นำไปฟ้องรัฐได้ และไม่ใช่ว่าการฟ้องผ่านศาลยุติธรรม แต่ผ่านระบบที่เรียกว่ากระบวนการอนุญาโตตุลาการ (เป็นการพิจารณาคดีพิพาทของเอกชนกับรัฐ

ที่ให้คน 3 คน ซึ่งคู่กรณี 2 ฝ่ายเลือกตัวแทนข้างละ 1 คน และเห็นชอบร่วมกันเลือกอีก 1 คนมาเป็นผู้พิจารณา)

ด้วยในข้อบ่งชี้ด้วยการลงทุน ที่เปิดโอกาสให้สามารถใช้กระบวนการอนุญาโตตุลาการระหว่างประเทศเป็นทางเลือกหนึ่งในการระงับข้อพิพาท จากประสบการณ์ของประเทศในความตกลงการค้าเสรีในอเมริกาเหนือ (NAFTA) ที่ถูกนักลงทุนต่างชาติใช้กลไกดังกล่าวฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายและล้มนโยบายสาธารณะ โดยในความตกลง NAFTA นับเป็นครั้งแรกที่มีการระบุถึง “การยึดทรัพย์สินทางอ้อม” ซึ่งไม่มีนิยามที่ชัดเจนว่ามันคืออะไร

ประสบการณ์จากกลไก ISDS ที่ว่านี้ นักลงทุนจึง “ได้” ทั้งค่าชดเชยที่มาจากภาษีประชาชน และ “ได้” ทั้งการล้มนโยบายสาธารณะ ไม่ว่าจะนโยบายนั้นจะออกมาเพื่อคุ้มครองสิ่งแวดล้อม สังคม หรือประชาชนในประเทศก็ตาม มีบางกรณีเพียงแค่นักลงทุนเชื่อว่าจ้าง ฟ้อง นโยบายสาธารณะที่เป็นประโยชน์กับประชาชนในประเทศนั้นๆ ก็ต้องถูกพับไป จากรายงาน “Profiting from Injustice: How law firms, arbitrator and financiers are fuelling an investment arbitration boom” ขององค์กรพัฒนาเอกชน สองแห่งในสหภาพยุโรป คือ TNI และ CEO ซึ่งทำการสำรวจความตกลงการค้าที่มีกลไกระงับข้อพิพาทระหว่างรัฐและเอกชน ซึ่งมีมากกว่า 3,000 ฉบับทั่วโลก พบว่ามีแรงกระตุ้นอย่างผิดปกติให้นักลงทุนฟ้องรัฐ ซึ่งเกือบทั้งหมดมาจากการรณรงค์ของบรรดาบริษัทที่ปรึกษากฎหมาย (Law Firms)⁴⁵

อาจสรุปได้ว่า มาตรการต่างๆ ที่คุ้มครองผู้บริโภครู้สึกเสี่ยงต่อการถูกฟ้องร้องจากนักลงทุน ด้วยกลไกการระงับข้อพิพาทระหว่างรัฐและเอกชน หรือที่เรียกว่า ISDS (Investor-State Dispute Settlement) เพราะเป็นมาตรการที่ต้องการลดการบริโภค แต่มีผลต่อรายได้ของนักลงทุน และกลไกการระงับข้อพิพาทโดย ISDS รัฐผู้เสี่ยงที่จะแพ้ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการค้า ยิ่งไปกว่านั้นเป็นการให้ภาคธุรกิจมีส่วนร่วมในการออกกฎหมาย ซึ่งถือเป็นการแทรกแซงนโยบายด้านสุขภาพ

องค์การการค้าโลกเป็นองค์กรนิติบัญญัติด้านการค้าของโลก แต่ถูกมองว่า ได้สร้างมาตรฐานเชิงเดี่ยว (standards harmonization) เพื่อประโยชน์ของประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นสำคัญ ให้ประโยชน์ต่อผู้ผลิตในประเทศอุตสาหกรรมในการเปิดตลาดการค้าของประเทศอื่นที่เป็นประเทศกำลังพัฒนา ในปัจจุบัน องค์การการค้าโลกได้กลายเป็นองค์กรระดับข้อพิพาททางการค้าที่มีการฟ้องร้องคดี เพื่อระงับข้อพิพาทระหว่างประเทศต่างๆ จำนวนมาก จนกลายเป็นว่านโยบายของประเทศต่างๆ ถูกกำหนดขึ้นโดยผ่านคำวินิจฉัยของคณะกรรมการชี้ขาดข้อพิพาทขององค์การการค้าโลกมากกว่าโดยการเจรจาของประเทศสมาชิก และความซักซ้าของการเจรจาที่ต้องผ่านระบบความเห็นชอบที่เป็นเอกฉันท์ (consensus) ประเทศที่ต้องการเร่งเปิดเสรีทางการค้า จึงละทิ้งการเจรจาแบบพหุภาคี มาสู่แนวทางภูมิภาคนิยมและทวิภาคี ซึ่งจะมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก กฎเกณฑ์และนโยบายการค้าระหว่างประเทศจะถูกใช้อย่างเลือกปฏิบัติ และเกิดการกีดกันทางการค้า โดยเฉพาะต่อสินค้าของประเทศที่มาจากนอกกลุ่มการค้า⁴⁶

ข้อคิดที่สำคัญยิ่งของการพิจารณาดุลยภาพของอธิปไตยแห่งชาติรัฐ และกลไกตลาดนั้นอยู่บนพื้นฐานของประเด็นสำคัญ คือ เป้าหมายของการพัฒนา หรือเป็นเพียงเครื่องมือครองครองหนึ่งที่อาจจะเอื้อต่อการพัฒนา เนื่องจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเจรจาความตกลง FTA ซึ่งเป็น Preferential Trade Arrangement หรือการเจรจาความตกลงการค้าให้สิทธิพิเศษ ที่ขึ้นอยู่กับอำนาจการต่อรองในการเจรจา ผลประโยชน์ที่จะได้รับของประเทศหนึ่ง กับอีกประเทศหนึ่งย่อมแตกต่างกัน หากการเจรจาดังกล่าวพื้นฐานที่เสียเปรียบ ยิ่งเมื่อกระทบกับผลของ FTA ที่กระทำกับอีกประเทศหนึ่งไม่ว่าก่อนหน้านั้น หรือในภายหลังที่มีความได้เปรียบมากกว่า ประเทศชาติอาจจะเสียหายได้ FTA จึงมีโอกาสทำให้มีความลัทธิกันในการเปิดเสรี และยิ่งไปกว่านั้น คำถามคือการทำความตกลง FTA เป็นเครื่องมือของการเปิดเสรีหรือไม่? และประเด็นดังกล่าวนี้นำมาสู่การพิจารณาว่า การทำความตกลง FTA จำเป็นที่ชาติรัฐทั้งปวงจะต้องพิจารณาในข้อบทอย่างละเอียดรอบคอบ และ วิเคราะห์อย่างลึกซึ้งถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจและชีวิต สภาพความเป็นอยู่ของประชาชนแห่งชาติรัฐนั้นๆ ด้วย⁴⁷

3.3 ความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการ

ความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการ (The General Agreement on Trade in Services) หรือที่เรียกว่า “GATS” เป็นความตกลงพหุภาคีว่าด้วยการค้าบริการระหว่างประเทศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดหลักการและกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการเปิดเสรีการค้าในบริการระหว่างประเทศสำหรับประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ได้ถือปฏิบัติต่อประเทศต่างๆ ว่าจะต้องยื่นคำขออย่างไม่เปิดเผยเกี่ยวกับการบริการที่ต้องการให้ประเทศอื่นตกลงและยอมรับ และประเทศอื่นที่ได้รับการร้องขอจะต้องตัดสินใจที่จะยินยอม หรือปฏิเสธ ทั้งนี้ ประเทศสมาชิกทั้งหลายจะต้องปฏิบัติตามพันธกรณีต่างๆ ภายใต้ GATS อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน เช่น หลักการปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับความอนุเคราะห์ยิ่ง (Most-Favored-Nation Treatment: MFN) การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้กฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ที่ควบคุมการค้าบริการตามหลักความโปร่งใส (Transparency) โดยให้ประเทศสมาชิกคำนึงถึงการใช้อนุสัญญาทางกฎหมายภายในของประเทศตนในลักษณะสมเหตุสมผล เป็นกลาง หรือก่อให้เกิดอุปสรรคโดยไม่จำเป็นต่อการค้าบริการระหว่างประเทศสมาชิกด้วยกัน

ดังนั้นเมื่อพิจารณาจนถึงจุดนี้ก็จะพบหลักการที่สำคัญว่า “นโยบายการเปิดบริการโดยเสรีระหว่างประเทศ เป็นมุมมองเรื่องอำนาจอธิปไตยของรัฐที่จะกระทำได้ แต่จะต้องไม่ถึงกับเป็นการกีดกันทางการค้าบริการกับประเทศนอกกลุ่มสมาชิก ซึ่งเป็นหลักการของกฎหมายเศรษฐกิจระหว่างประเทศในเรื่องการค้าบริการแบบเสรีประการหนึ่ง ที่ถือกำเนิดขึ้นโดยการยอมรับของนานาประเทศกว่า 100 ประเทศซึ่งเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก

อย่างไรก็ตาม การยกเลิกข้อจำกัดหลังจากมีความตกลงร่วมกันแล้วย่อมทำได้ยาก มีกรณีศึกษาที่เป็นประเด็นเกี่ยวข้องกับสาธารณสุข เช่น สหภาพยุโรปร้องขอต่อประเทศสหรัฐอเมริกาให้ยกเลิกข้อจำกัดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของบริษัทเอกชนด้านการประปาและสุขภาพ รวมทั้งร้านค้าปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในขณะที่สหภาพยุโรปประกาศว่าจะไม่ยินยอมตกลงเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริการทรัพยากรมนุษย์ (human services) ทั้งสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาต่างก็พยายาม

ที่จะหาทางยกเลิกอุปสรรคทางการค้าที่มีอยู่ในประเทศอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ทรัพยากรมนุษย์ การบริการทางด้านพลังงาน การศึกษาระดับอุดมศึกษา และการบริการด้านสิ่งแวดล้อม⁴⁸

รูปแบบการค้าบริการ การให้บริการสามารถเกิดขึ้นได้ 4 รูปแบบ (4 mode of supply) ดังนี้⁴⁹

รูปแบบที่ 1 : การบริการข้ามพรมแดน (Cross-border Supply) หรือเรียกว่า การค้าบริการ mode 1 เป็นการให้บริการจากพรมแดนของประเทศสมาชิกหนึ่งไปสู่พรมแดนของประเทศสมาชิกอื่นที่เป็นลูกค้า โดยผู้ให้บริการไม่ต้องปรากฏตัวอยู่ในประเทศประเทศลูกค้า เช่น การศึกษาผ่านทางไกล บริการผ่านสื่อสารโทรคมนาคม และบริการให้คำปรึกษาผ่าน internet เป็นต้น

รูปแบบที่ 2 : การบริโภคในต่างประเทศ (Consumption Abroad) หรือเรียกว่า การค้าบริการ mode 2 เป็นการให้บริการที่เกิดขึ้นในพรมแดนของประเทศผู้ให้บริการ โดยอาศัยการเคลื่อนย้ายของผู้บริโภคเป็นเงื่อนไขสำคัญ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ บริการด้านการท่องเที่ยว การออกไปรับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลต่างประเทศ การไปศึกษาในต่างประเทศ เป็นต้น

รูปแบบที่ 3 : การจัดตั้งธุรกิจเพื่อให้บริการ (Commercial Presence) หรือเรียกว่า การค้าบริการ mode 3 เป็นการเข้าไปลงทุนจัดตั้งธุรกิจในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้บริการในประเทศลูกค้า เช่น การจัดตั้งสาขา สำนักงานตัวแทน หรือบริษัท เป็นต้น

รูปแบบที่ 4 : การให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Presence of Natural Person) หรือเรียกว่า การค้าบริการ mode 4 เป็นการเข้าไปทำงานประกอบอาชีพในสาขาบริการด้านต่างๆ เป็นการชั่วคราว ในประเทศลูกค้า เช่นการเข้ามาประกอบวิชาชีพที่ปรึกษากฎหมายของนักกฎหมายชาวต่างชาติในไทย ครูต่างชาติเข้ามาให้บริการสอนภาษาในประเทศไทย เป็นต้น

เนื่องจากปริมาณกิจกรรมด้านเศรษฐกิจมีเพิ่มมากขึ้นทั่วโลกซึ่งเกี่ยวกับการบริการ ความตกลงนี้ขององค์การการค้าโลกเอื้อให้มีการลงทุนจากองค์กรธุรกิจ และ

การลดกฎ ระเบียบที่เกี่ยวกับการบริการที่ครอบคลุมมิติต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ความตกลง GATS มองว่าการบริการ เช่น การบริการด้านสุขภาพ การประปาและสุขภาพ พลังงาน และการศึกษา เป็น*ผลิตภัณฑ์*ที่ควรอยู่ภายใต้กฎ ระเบียบ ทางการค้า โดยหลักการของ GATS จะครอบคลุมจำนวนของการบริการเพิ่มมากขึ้นในระยะยาว⁵⁰ ตัวอย่างเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีลักษณะที่เป็น*ผลิตภัณฑ์* ขณะเดียวกันก็มีงานบริการมากมายทั้งการกระจาย*ผลิตภัณฑ์* การขนส่ง การจำหน่ายในร้านค้าปลีก ค้าส่ง การให้บริการในสถานบริการ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ไนท์คลับ ผับ บาร์ เป็นต้น

อุปสรรคของการค้าบริการที่เจรจาในความตกลงการค้าเสรี ความตกลงการค้าบริการโดยทั่วไปจะกำหนดให้สมาชิกจะต้องลด หรือยกเลิกข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าบริการใน 2 ลักษณะ คือ ข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาด (limitation to market access) และข้อจำกัดในการให้การปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติ (limitation to national treatment) ข้อจำกัด 2 ประเภทดังกล่าว *ที่ต้องลดหรือยกเลิกมีลักษณะดังนี้ ข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาดคือ กฎหมาย กฎระเบียบ หรือเงื่อนไขต่างๆ* ที่สมาชิกกำหนดขึ้น อันเป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาประกอบธุรกิจและให้บริการของผู้ให้บริการต่างชาติ GATS กำหนดข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาดไว้ 6 ข้อ คือ

1) การจำกัดจำนวนผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะ เป็นในรูปแบบของโควตา การผูกขาด หรือเงื่อนไขเกี่ยวกับการทดสอบความจำเป็นทางเศรษฐกิจ เช่น การออกใบอนุญาตสำหรับการจัดตั้งศูนย์การค้ารายใหม่ขึ้นกับการทดสอบความจำเป็นทางเศรษฐกิจ (economic needs test) ซึ่งจะพิจารณาจากความหนาแน่นของประชากร เป็นต้น

2) ข้อจำกัดเกี่ยวกับมูลค่ารวมของธุรกรรมการค้าบริการ หรือสินทรัพย์ในรูปแบบของโควตา หรือเงื่อนไขเกี่ยวกับการทดสอบความจำเป็นทางเศรษฐกิจ เช่น จำกัดมูลค่าธุรกรรมของสาขาของธนาคารต่างชาติต้องไม่เกินที่เปอร์เซ็นต์ของทรัพย์สินในประเทศทั้งหมดของทุกสาขารวมกัน

3) ข้อจำกัดเกี่ยวกับจำนวนทั้งหมดของการประกอบการ หรือปริมาณผลผลิตที่ได้จากบริการ หรือเงื่อนไขเกี่ยวกับการทดสอบความจำเป็นทางเศรษฐกิจ เช่น จำกัดจำนวนภาพยนตร์ต่างชาติที่เข้าฉาย เป็นต้น

4) ข้อจำกัดเกี่ยวกับจำนวนทั้งหมดของบุคคลธรรมดาที่จ้างในสาขา

บริการใดโดยเฉพาะ ในรูปของโควตา หรือเงื่อนไขการทดสอบความจำเป็นทางเศรษฐกิจ เช่น จำกัดจำนวนแรงงานต่างชาติในบริษัทต้องไม่เกินจำนวนที่กำหนด เป็นต้น

5) มาตรการซึ่งจำกัดหรือกำหนดประเภทเฉพาะของการจัดตั้งธุรกิจ เช่น กำหนดว่าต้องมีการร่วมทุนกับคนในชาติจึงจะสามารถจัดตั้งธุรกิจได้

6) ข้อจำกัดในการเข้าร่วมทุนของต่างชาติในรูปของการจำกัดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติ เช่น สัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติในธุรกิจโทรคมนาคมในประเทศ ต้องไม่เกิน 49% เป็นต้น

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการค้าเครื่องตีแอลกอฮอล์

ธุรกิจเครื่องตีแอลกอฮอล์เกี่ยวข้องกับข้อ 1 การจำกัดจำนวนผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะ เป็นในรูปของโควตา การผูกขาด เช่น การออกใบอนุญาต

ข้อจำกัดในการให้การปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติ หรือ limitation to national treatment คำว่า national treatment หมายถึง การให้การปฏิบัติต่อบริการ หรือผู้ให้บริการต่างชาติทัดเทียมกับของคนชาติตน ดังนั้น ข้อจำกัดในการให้การปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติมักเป็นกฎระเบียบที่มีการเลือกปฏิบัติคือ ให้การปฏิบัติต่อต่างชาติด้อยกว่าคนในชาติของตน สาขาบริการกลุ่มเจรจาว่าด้วยเรื่องการค้าบริการใน WTO ได้จัดทำ Services Sectoral Classification List ขึ้น เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการเจรจาจัดทำข้อผูกพันการเปิดตลาดบริการ (ข้อผูกพันเฉพาะ) โดยแยกเป็นสาขาย่อยของบริการที่มีการค้าระหว่างประเทศ 12 สาขา ดังนี้⁵¹

1) บริการธุรกิจ : ประกอบด้วยบริการวิชาชีพ (เช่น วิศวกร สถาปนิก นักกฎหมาย และนักบัญชี) บริการด้านคอมพิวเตอร์บริการด้านวิจัยและพัฒนา บริการเกี่ยวกับบอสังหาริมทรัพย์ บริการให้เช่า/เช่าซื้อ และอื่นๆ เป็นต้น

2) บริการด้านการสื่อสาร : ประกอบด้วยบริการไปรษณีย์ โทรคมนาคม โสตทัศน

3) บริการด้านการก่อสร้าง

4) บริการจัดจำหน่าย : ประกอบด้วยบริการตัวแทนจำหน่าย ค่าปลีกค้าส่ง แฟรนไชส์ เป็นต้น

- 5) บริการด้านการศึกษา
- 6) บริการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
- 7) บริการด้านการเงิน ประกอบด้วย ประกันภัย หลักทรัพย์ และธนาคาร
- 8) บริการด้านสุขภาพและสังคม เช่น โรงพยาบาล คลินิก เป็นต้น
- 9) บริการเกี่ยวกับการเดินทางและท่องเที่ยว ประกอบด้วย โรงแรม ภัตตาคาร ธุรกิจเดินทางท่องเที่ยว มัคคุเทศก์
- 10) บริการนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา เช่น บริการด้านการบันเทิง บริการห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น
- 11) บริการด้านการขนส่ง ประกอบด้วย การขนส่งทางน้ำ ทางบก ทางราง และทางทะเล
- 12) บริการอื่นๆ ที่ไม่อยู่ใน 11 สาขา เช่น บริการด้านความงาม สปา เป็นต้น

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกี่ยวข้องกับข้อ 4) บริการจัดจำหน่าย : ประกอบด้วยบริการตัวแทนจำหน่าย ค้าปลีก ค้าส่ง แพรนไชส์ เป็นต้น ข้อ 9) บริการเกี่ยวกับการเดินทางและท่องเที่ยว ประกอบด้วย โรงแรม ภัตตาคาร และ 11) บริการด้านการขนส่ง ประกอบด้วย การขนส่งทางน้ำ ทางบก ทางราง และทางทะเล

กฎส่วนใหญ่ของ GATS รวมทั้ง “ชาติที่ได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่ง” (Most Favored Nation) เป็นการสั่งการจากบนลงล่าง หมายถึงจะถูกบังคับใช้กับภาคบริการต่างๆ ในประเทศสมาชิกทุกประเทศขององค์การการค้าโลก ตัวอย่าง เช่น ตามกฎหมายและนโยบายภายในประเทศ กฎ และมาตรการต่างๆ ของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการบริการจะต้องไม่ “เป็นภาระเกินความจำเป็นเพื่อประกันคุณภาพของการให้บริการ” และเงื่อนไขของคุณภาพรวมทั้งกระบวนการของผู้ให้บริการ มาตรฐานทางเทคนิค และเงื่อนไขของการออกใบอนุญาต จะต้องไม่เป็นอุปสรรคทางการค้าที่ไม่จำเป็นทางด้านบริการ⁵² เมื่อกระบวนการของการลดข้อจำกัดทางการค้าเป็น

ปัญหาความขัดแย้งและข้อพิพาท กับมาตรฐานทางสุขภาพ คณะกรรมการทางการค้า ภายใต้อค์การการค้าโลกมักจะตัดสินให้การค้ามีความสำคัญกว่าสุขภาพ⁵³

มีหลายประเทศที่ต่อต้านการขยายกฎขององค์การการค้าโลกที่พยายามจะ ครอบคลุมด้านการบริการ GATS จึงพยายามที่จะใช้ปฏิบัติการที่ค่อยเป็นค่อยไปที่ละ ขั้น โดยกระบวนการ “จากล่างสู่บน” ประเทศต่างๆ เจรจาเพื่อบรรลุความผูกพันการ บริการให้อยู่ภายใต้ 2 กฎการค้า หนึ่งในสองกฎการค้าคือ “การเข้าถึงตลาด” (market access) ห้ามมิให้รัฐบาลจำกัดจำนวน หรือประเภทของผู้ให้บริการ ตัวอย่าง เช่น กฎนี้ จะทำลายกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในประเทศ ที่จำกัดจำนวนร้าน สุราค้าปลีก

ภายใต้อีกข้อที่สอง “การปฏิบัติเยี่ยงชาติ” (national treatment) รัฐบาล ของประเทศใดก็ตามจะต้องปฏิบัติต่อบริษัทข้ามชาติเช่นเดียวกับบริษัทภายในประเทศ

อาจสรุปจากหลักการนี้ได้ว่า หากประเทศไทยเซ็นสัญญาความตกลง ทางการค้าเสรี ผลกระทบที่ตามมาจากความตกลงโดยเฉพาะด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็ต้องผูกพันการบริการให้อยู่ภายใต้ 2 กฎการค้า กล่าวคือ กฎการค้าข้อแรก “การ เข้าถึงตลาด” (market access) ห้ามมิให้รัฐบาลจำกัดจำนวน หรือประเภทของผู้ ให้บริการ ตัวอย่าง เช่น กฎนี้จะทำลายพระราชบัญญัติสรรพสามิต และพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมทางภาษี การออกใบอนุญาต ประกอบการร้านจำหน่าย การอนุญาตให้ผลิต และการห้ามใช้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และกฎข้อที่สอง “การปฏิบัติเยี่ยงชาติ” เมื่อรัฐสนับสนุนอนุญาต ให้บริษัทเอกชนไทยลงทุนได้ ผลิตได้ และจำหน่ายได้ บริษัทข้ามชาติ ก็ต้องได้รับสิทธิ เช่นเดียวกัน

3.4 กลไกระงับข้อพิพาท ระหว่างนักลงทุนเอกชนกับรัฐ ((Investor-State Dispute Settlement - ISDS))

กลไกสำคัญในกฎหมายการค้าระหว่างประเทศเพื่อการส่งเสริมและคุ้มครอง การลงทุน หัวใจของกลไก ISDS คือการสร้างความมั่นใจให้นักลงทุนว่าจะได้รับ

ความคุ้มครองในกรณีที่การกระทำของรัฐหรือนโยบายสาธารณะขัดขวางการดำเนินงานของเอกชน แม้ว่าภายใต้ FTA จะกำหนดสิทธิของนักลงทุนและกระบวนการระงับข้อพิพาทไว้ค่อนข้างชัดเจน แต่ในทางปฏิบัติการบังคับของการใช้กลไก ISDS ยังคงมีปัญหาและข้อบกพร่อง ในเรื่องกระบวนการพิจารณาคดีความโปร่งใส ความสอดคล้องของการตีความและคำตัดสินชี้ขาด ระยะเวลาในการพิจารณา ในกระบวนการอนุญาโตตุลาการ เป็นปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นเพราะใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน ส่วนใหญ่ใช้เวลาประมาณ 3-5 ปีในการพิจารณา หากรวมกระบวนการก่อนเข้าอนุญาโตตุลาการ เช่น กระบวนการปรึกษาหารือและการแจ้งการนำข้อพิพาทเข้าสู่กระบวนการอนุญาโตตุลาการเข้าไปด้วยแล้ว ก็จะทำให้กระบวนการทั้งหมดใช้เวลาประมาณ 8-10 ปี สาเหตุที่กระบวนการล่าช้าส่วนใหญ่ เกิดจากพฤติกรรมของภาคีคู่พิพาท ที่ใช้กลไกการฟ้องร้องเกินสมควร การแปลเอกสารและหลักฐานของคดี กระบวนการวิธีพิจารณาคดีขององค์คณะอนุญาโตตุลาการ เป็นต้น ซึ่งระยะเวลาที่เกิดขึ้นผันแปรโดยตรงกับค่าใช้จ่าย ปัญหาเรื่องภาระค่าใช้จ่ายนี้ อาจก่อให้เกิดปัญหาสำหรับประเทศกำลังพัฒนา ที่อาจต้องนำงบประมาณในการพัฒนาประเทศมาใช้จ่ายกับนักลงทุนต่างชาติ ซึ่งอาจต้องประเมินถึงความคุ้มค่าและการปกป้องผลประโยชน์ของประเทศโดยรวม นอกจากนี้อาจกระทบต่อสิทธิของภาคเอกชนในการเข้าถึงกลไก ISDS ของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมที่ไม่อาจแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินการพิจารณาข้อพิพาทได้⁵⁴

กลไก ISDS ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีไทย-สหภาพยุโรป และการใช้ประโยชน์จากกลไกการคุ้มครองการลงทุนภายใต้ความตกลงการค้าเสรี มีสาระสำคัญสรุปได้ ดังนี้⁵⁵

1. การระงับข้อพิพาทระหว่างนักลงทุนเอกชนกับรัฐ (Investor-State Dispute Settlement - ISDS) เป็นกลไกภายใต้ความตกลง (1) ส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน (Bilateral Investment treaties - BITs) เริ่มใช้เมื่อ ปี พ.ศ. 2503 (ค.ศ. 1960) ปัจจุบันมี BITs ทั่วโลกประมาณ 3,500 ฉบับ และ (2) ความตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreements - FTAs) กับรัฐบาลของประเทศที่ตนเข้าไปลงทุน โดยกลไก ISDS ในการระงับข้อพิพาท ได้แก่ (1) กระบวนการระงับข้อพิพาททางเลือก

(Alternative Dispute Resolutions) ซึ่งเป็นการระงับข้อพิพาทนอกศาลโดยอาจใช้วิธีการเจรจาและการหารือ (Consultation and Negotiation) การไกล่เกลี่ย (Mediation) และการประนีประนอมยอมความ (Conciliation) และ (2) กระบวนการอนุญาโตตุลาการระหว่างประเทศ (International Arbitration) ภายใต้องค์กรและกฎระเบียบ และวิธีดำเนินการที่กำหนดในความตกลงฯ ทั้งนี้ ในความเป็นจริง ISDS ไม่ใช่เรื่องใหม่ ซึ่งได้ใช้มากกว่า 25 ปีแล้ว แต่เนื่องจากปัจจุบันมีประเทศต่างๆ สนใจมากขึ้น เนื่องจากมีแนวโน้มการลงทุนระหว่างประเทศในภูมิภาคต่างๆ เพิ่มขึ้น

2. ปี พ.ศ. 2557 ประเทศไทยมีความตกลงเพื่อการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน (BITs) กับประเทศต่างๆ ซึ่งมีผลใช้บังคับไปแล้ว จำนวน 37 ประเทศ และอยู่ระหว่างการเจรจาจัดทำอีกกว่า 50 ประเทศ รวมถึงมีกลไกการคุ้มครองการลงทุนในความตกลงการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ จำนวน 7 ฉบับ ทั้งนี้ จนถึงปัจจุบันไทยมีคดีฟ้องร้องในประเทศจำนวน 1 คดี เมื่อปี พ.ศ. 2552 ได้แก่ คดีบริษัทวอลเตอร์ บาว (Walter Bau) เกี่ยวกับเรื่องสัมปทานทางด่วนกับบริษัทดอนเมืองโทลล์เวย์ ซึ่งเป็นกรณีพิพาทระหว่างประเทศไทยกับเยอรมนี

3. ปัจจุบันสหภาพยุโรปอยู่ระหว่างการหารือภายในเพื่อนำเสนอร่างข้อบท ISDS ที่เข้ากับพัฒนาการปัจจุบันในความตกลง FTA ไทย-สหภาพยุโรป ซึ่งสหภาพยุโรปยังไม่เคยบรรลุผลการเจรจาในข้อบท ISDS กับประเทศใดมาก่อน ผลการศึกษาของบริษัทฯ ได้เสนอการเปรียบเทียบแนวปฏิบัติต่างๆ รวมถึงบทวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของไทยกับข้อบทเรื่อง ISDS ดังนี้

· การศึกษาเพื่อหาแนวปฏิบัติจากประเทศสมาชิก โดยเลือกประเทศที่มีปริมาณ BITs มากที่สุด โดยกำหนดเพียงหลักเกณฑ์กว้างๆ และเปิดช่องให้ตีความ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางที่ผ่านมาของไทย เช่น เรื่องการกำหนดค่านิยามนักลงทุน อีกทั้งมีการทบทวนแนวทางปฏิบัติในการจัดทำความตกลงให้ทันสมัยและมีข้อบทที่ละเอียดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาในทางปฏิบัติที่เคยเกิดขึ้นในอดีต เช่น มาตรการ Compulsory licenses และมาตรการที่เข้าข่ายข้อยกเว้นภายใต้ Article XX ของ GATT ไม่ถือเป็นการเวนคืนทางอ้อม ที่สอดคล้องกับท่าทีของไทยแต่ต่างจากท่าทีของสมาชิกสหภาพยุโรป

- มุมมองของสหภาพยุโรปต่อข้อโต้แย้งของกลไก ISDS ในปัจจุบัน เช่น ทำให้มีการผ่อนปรน "Chilling effect" (ความชะงักไม่กล้าออกกฎระเบียบของรัฐบาล เนื่องจากกลัวการฟ้องร้องจากนักลงทุน) ในแง่กฎระเบียบของรัฐ เกิดความไม่แน่นอนของคำตัดสินของอนุญาโตตุลาการ เนื่องจากความไม่ชัดเจนของข้อบทในความตกลง "ไม่มีการป้องกัน" "Treaty shopping" (ช่องทางเลือกในการดำเนินคดีในกรณีพิพาทด้านการลงทุน) โดยอาจมีการจัดตั้งสำนักงานในประเทศหนึ่งๆ แค่เพื่อสร้างจุดเกาะเกี่ยวในการใช้สิทธิฟ้องคดีได้ หรือเป็นการส่งเสริมความไม่โปร่งใสของกระบวนการพิจารณาคดีเนื่องจากกระบวนการ ISDS มักทำการลับ เป็นต้น

- ประเด็นที่กำลังอยู่ในระหว่างการหารือระหว่าง European Parliament และ European Council เช่น การป้องกันการใช้ประโยชน์ในทางมิชอบจากกลไก ISDS และ frivolous claims โดยการเสนอแนวทางต่างๆ กัน อาทิ การศึกษาความเป็นไปได้ในการอุทธรณ์ การบังคับคำตัดสินตามกฎหมายภายในของภาคีที่สามารถดำเนินการได้โดยทันที เป็นต้น

- ยุทธศาสตร์ของสหภาพยุโรปในเรื่องการคุ้มครองการลงทุนและ ISDS โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการคุ้มครองการลงทุนที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพขึ้น รวมถึงการพัฒนากลไก ISDS โดยสหภาพยุโรปได้พยายามนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ เช่น ส่งเสริมให้แก้ปัญหาโดยการระงับข้อพิพาททางเลือกก่อน และพัฒนาควบคู่ไปกับการป้องกันการฟ้องร้อง การนำ UNCITRAL ว่าด้วยความโปร่งใสมาใช้ นอกจากนี้ มีการนำเสนอแนวทางการจัดทำบัญชีรายชื่อ roster list และการจัดตั้งกลไกอุทธรณ์ระหว่างภาคี เป็นต้น

- ข้อเสนอแนะต่างๆ ของบริษัท Hollan Fenwick Willan (HFW) ต่อไทย เช่น แนะนำให้ไทยใช้หลักการ ICSID Additional facility rule เนื่องจากมีข้อบกพร่องที่กำหนดความลับที่ดี มีระยะเวลาพอสมควรและมีความยืดหยุ่น จำนวนอนุญาโตตุลาการ หรือการแนะนำหลักการ Fork in the Road เพื่อหลีกเลี่ยงการฟ้องร้อง การพิจารณามาตรการป้องกันในการคงไว้ซึ่งอำนาจอสูงสุดของรัฐ และทำให้เป้าหมายต่อสาธารณะประโยชน์ลุล่วงไปได้ โดยปราศจากข้อเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน (ทั้งนี้ ยังไม่มีความตกลงด้านการคุ้มครองการลงทุน BITs ไต ระหว่างไทยกับ

ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปที่มีข้อกำหนดเฉพาะเกี่ยวกับมาตรการป้องกันดังกล่าว) เป็นต้น

4. ภาพรวมกลไกการระงับข้อพิพาทระหว่างรัฐกับเอกชน (Investor - State Dispute Settlement – ISDS) ว่าเป็นกลไกภายใต้ความตกลงเพื่อการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน (Bilateral Investment treaties - BITs) หรือ FTA กับรัฐบาลของประเทศที่ตนเข้าไปลงทุน โดยหากรัฐภาคีละเมิดพันธกรณีตามที่กำหนดในความตกลง และส่งผลให้การลงทุนของนักลงทุนได้รับความเสียหาย นักลงทุนก็จะมีสิทธิใช้กลไก ISDS ในการระงับข้อพิพาทกับรัฐคู่พิพาท โดยเฉพาะกระบวนการอนุญาโตตุลาการระหว่างประเทศ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ศาลท้องถิ่น ซึ่งเห็นว่า ISDS จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนที่จะมีทางเลือกในการระงับข้อพิพาท และเป็นปัจจัยหนึ่งประกอบการพิจารณาในการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างประเทศ นอกจากนี้เห็นว่า ISDS จะส่งเสริมหลักการ good governance ของรัฐบาล เนื่องจากหากรัฐดำเนินการโดยขาดความระมัดระวังและไม่เป็นธรรมก็มีความเสี่ยงที่จะถูกนักลงทุนฟ้องร้องได้ อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตถึงปัญหาของกลไก ISDS ดังนี้

1) ความไม่แน่นอนของหลักเกณฑ์ ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาโตตุลาการระหว่างประเทศ เนื่องจากเป็นสาขาวิชาใหม่ เปิดช่องให้คณะอนุญาโตตุลาการตีความ ซึ่งในหลายกรณียังเป็นประเด็นข้อถกเถียง เช่น คำนิยามของสิทธิต่างๆ ของนักลงทุนที่ได้รับการคุ้มครองยังขาดความชัดเจน อาทิ สิทธิที่จะได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรมและเท่าเทียม (Fair and Equitable Treatment) สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองจากการเวนคืน (Expropriation) เป็นต้น

2) กรณีการฟ้องร้องที่ถูกมองว่าไม่เหมาะสม เช่น การที่นักลงทุนท้องถิ่นต้องการฟ้องร้องรัฐบาลของตนเอง โดยใช้ช่องทางจัดตั้งบริษัทในประเทศที่มีความตกลง BIT กับประเทศของตน เพื่อมีเป้าหมายในการใช้ ISDS เป็นต้น

3) ค่าใช้จ่ายการดำเนินคดีที่สูงมาก

5. แนวโน้มพัฒนาการข้อพิพาท ISDS ของสหภาพยุโรป สหภาพยุโรปตระหนักถึงปัญหาของกลไกเป็นอย่างดี จึงมีความพยายามที่จะปรับปรุงพัฒนาหลักเกณฑ์ของ ISDS ให้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนี้

1) ความชัดเจนของข้อบท ข้อบท ISDS ที่สหภาพยุโรปจัดทำจะมี รายละเอียดสูงมากขึ้น โดยเฉพาะคำนิยามต่างๆ เพื่อสร้างความชัดเจน จากกรณีพิพาทต่างๆ ที่เคยเป็นข้อถกเถียง ซึ่งนับเป็นความตั้งใจที่ดี แต่การเขียนขยายความ อาจยังสร้างความสับสนเพิ่มขึ้นได้

2) เสริมสร้างความสมดุลระหว่างนักลงทุนกับรัฐ ประเทศสมาชิก สหภาพฯ ถูกลูกลงทุนฟ้องร้องภายใต้ ISDS มากขึ้น จึงมีแนวคิดการสร้างสมดุล ระหว่างผลประโยชน์ของนักลงทุนกับรัฐผู้รับการลงทุน โดยเห็นว่ารัฐควรสามารถคงไว้ซึ่งสิทธิในการออกกฎระเบียบเพื่อประโยชน์สาธารณะ

3) ส่งเสริมกระบวนการระงับข้อพิพาททางเลือก (Alternative Dispute Resolutions ADR) โดยสหภาพฯ กำหนดข้อบังคับให้คู่พิพาทต้องใช้ ADR ก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการอนุญาโตตุลาการ

6. กระบวนการระงับข้อพิพาททางเลือก (ADR) เป็นหนึ่งในวิธีการระงับข้อพิพาทภายใต้ ISDS โดยให้มีบุคคลที่สามเข้ามาช่วยไกล่เกลี่ยและระงับข้อพิพาทมากกว่า การใช้ข้อบทกฎหมาย ซึ่งนับว่าเป็นแนวทางใหม่ที่ได้รับ ความสนใจมากขึ้น เนื่องจากช่วยลดค่าใช้จ่าย และสามารถชะลอการใช้อนุญาโตตุลาการระหว่างประเทศได้

4. การค้าเสรีผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และปัญหาสาธารณสุข

องค์การการค้าโลกและความตกลงการค้าในระดับภูมิภาคมุ่งเน้นที่จะจัดอุปสรรคต่างๆ ทางการค้า ทั้งทางด้านภาษีนำเข้า (tariff) และที่ไม่ใช่ภาษีนำเข้า (non-tariff) ที่ปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศจากการแข่งขันกับองค์กรธุรกิจต่างชาติ อุปสรรคทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีนำเข้าหมายถึงกฎหมายและกฎ ระเบียบที่มีผลกระทบต่อการค้า รวมถึงกฎ ระเบียบ ของรัฐบาลที่ใช้เพื่อรักษามาตรฐานทางคุณภาพและความรับผิดชอบ (accountability) เอกสารมากกว่า 900 หน้าขององค์การการค้าโลก เกี่ยวกับกฎ ระเบียบ ที่อนุญาตให้ใช้ได้สำหรับสำหรับนโยบายภายในประเทศ เช่น การปกป้องสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยทางอาหาร และการบริการด้านสุขภาพ กฎ ระเบียบต่างๆ ขององค์การการค้าโลก มีเป้าประสงค์เพื่อส่งเสริมการค้าข้ามพรมแดน

ภายใต้สมมติฐานว่าเพิ่มการค้าจะเพิ่มความมั่งคั่งของประเทศชาติ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ในขณะที่มีความพยายามเพื่อเพิ่มการค้าเสรีข้ามพรมแดน กฎ ระเบียบ ข้อตกลงทางการค้าจำกัดอำนาจอธิปไตยของรัฐบาลในการออกกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการค้า และเอื้อต่ออำนาจของสถาบันการเงินระหว่างประเทศและองค์การการค้านานาชาติ

แม้ว่าองค์การการค้าโลก (ภายใต้ข้อยกเว้นของ GATT มาตรา XX) อนุญาตให้ใช้ “มาตรการต่างๆ ที่จำเป็นในการปกป้อง คุ้มครองชีวิตมนุษย์ สัตว์ พืช หรือสุขภาพ” แต่มาตรการอื่นๆ ทำให้ข้อยกเว้นนี้ยากที่จะดำเนินการได้ ยกตัวอย่างเช่น รัฐบาลที่ใช้ข้อยกเว้นเหล่านี้ มีภาระจะต้องพิสูจน์ว่า กฎ ระเบียบ เหล่านี้เป็นทางเลือกที่เป็นอุปสรรคน้อยที่สุดต่อการค้า และไม่ใช้เป็นการกีดกันการค้าทางอ้อม⁵⁶ กฎ ระเบียบ เช่นนี้จะจำกัดการสนับสนุนสำหรับโครงการสาธารณสุขสำหรับภาครัฐ รวมทั้งงบประมาณที่รัฐบาลสนับสนุนโครงการด้านสาธารณสุขต่างๆ โดยจะถูกรับมองว่าเป็น “การเบี่ยงเบนทางการค้า” (“trade distortive”) และรัฐบาลจะถูกเรียกร้องให้สนับสนุนงบประมาณที่เท่าเทียมกันทั้งองค์การภายในประเทศและองค์การต่างชาติ ซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อนโยบายสาธารณสุขที่จะให้งบประมาณสนับสนุนแก่องค์การภายในประเทศ

สิ่งที่เกี่ยวข้องอย่างสำคัญต่อสาธารณสุขคือ องค์การการค้าโลกบังคับให้ “กฎ ระเบียบมีความสอดคล้อง” (harmonization) หมายถึงลดความหลากหลายของ กฎ ระเบียบ มาตรฐานต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการภายในประเทศ บางกลุ่มมองว่า “ความสอดคล้อง” ของกฎ ระเบียบ มาตรฐานต่างๆ จะไม่เอื้อให้ประเทศที่กำลังพัฒนาที่มีความกล้าริเริ่มมาตรฐานทางแรงงานและสิ่งแวดล้อมที่ไม่เคยมีมาตรฐาน กฎ ระเบียบ มาก่อน⁵⁷ อย่างไรก็ตาม “ความสอดคล้อง” อาจจะทำลาย ปล่อยให้ บั่นทอน มาตรฐาน กฎ ระเบียบ ต่างๆ ที่มีอยู่แล้ว เพราะ “ความสอดคล้อง” หมายถึงความสอดคล้องกับมาตรฐานในระดับโลกที่เป็นอุปสรรคน้อยที่สุดต่อการค้า⁵⁸

องค์การการค้าโลกและความตกลงการค้าเสรีต่างๆ มีอิทธิพล / อำนาจ / ศักดิ์ เหนือกฎหมายภายในประเทศ รวมทั้งกฎหมายทางด้านสุขภาพและสาธารณสุข ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีเหล่านี้ รัฐบาลทุกระดับเผชิญหน้ากับการเสียอำนาจ

อธิปไตย (sovereignty) ในการจัดทำนโยบายด้านบริการสุขภาพและสาธารณสุข รัฐบาลมีหน้าที่ปกป้องและคุ้มครองสุขภาพของประชาชน แต่ความตกลงการค้าเสรี มองว่านโยบายทางด้านสาธารณสุขเป็นอุปสรรคทางการค้า เมื่อมีข้อพิพาท (dispute) เกิดขึ้น องค์การการค้าโลกจะแต่งตั้งอนุญาโตตุลาการ 3 คน (tribunal) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางการค้าระหว่างประเทศ แต่ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสุขภาพหรือสาธารณสุข และกระบวนการพิจารณาของอนุญาโตตุลาการเป็นการพิจารณาอย่าง ปกปิดเป็นความลับต่อสาธารณะ เมื่อรัฐบาลที่ถูกร้องเรียนในกรณีพิพาทถูกตัดสินโดย อนุญาโตตุลาการให้ปรับเปลี่ยนกฎหมายในประเทศให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบ ทาง การค้าระหว่างประเทศ รัฐบาลประเทศนั้นๆ ต้องปฏิบัติตาม หากไม่ปฏิบัติตามก็จะถูก ลงโทษค่าปรับเป็นจำนวนมหาศาล ที่ผ่านมามีองค์กรธุรกิจข้ามชาติและผู้ลงทุนต่างชาติ ทำให้รัฐบาลหลายชาติได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจอย่างมาก เนื่องจากนโยบาย สาธารณะเพื่อสุขภาพของประชาชนถูกคุกคามโดยข้ออ้างว่า “เป็นอุปสรรคทาง การค้า”

อย่างไรก็ตาม จากการตรวจสอบความตกลงทางการค้าเสรีตามที Professor Dr. Jane Kelsey แห่งคณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัย Auckland ได้ให้ ข้อเสนอแนะว่า ยังไม่เคยปรากฏในรอบกว่าสิบปีที่ผ่านมา จะมีการแก้ไขสัญญา การค้าได้หากได้ทำความตกลงไปแล้ว และยังพบด้วยว่า ประเทศสหรัฐอเมริกาที่ดี สหภาพยุโรปก็ดี⁵⁹ หากไทยได้เข้าร่วมลงนามไปแล้วก็ยากที่จะถอนสัญญา โดยเฉพาะ การนำผลิตภัณฑ์และบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออกจากความตกลงการค้าเสรี⁶⁰

ความกังวลเกี่ยวกับนโยบายการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีผลกระทบอย่าง รุนแรงต่อสาธารณสุขกำลังแพร่กระจายไปทั่วโลก⁶¹⁻⁶² ที่เห็นได้ชัดคือ ความตกลงที่ ครอบคลุมและก้าวหน้าหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Comprehensive and Progressive Trans-Pacific Partnership Agreement – CP-TPP)

หลังจากการเจรจาที่ยาวนานมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008 ในที่สุดกลุ่ม 12 ประเทศ ซึ่งนำโดย สหรัฐฯ และญี่ปุ่น ได้บรรลุข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้น แปซิฟิก (Trans-Pacific Partnership Agreement - TPPA) ไปเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม ค.ศ. 2012 ที่ผ่านมา โดย TPPA นับเป็นข้อตกลงที่จะสร้างเขตการค้าเสรีที่ใหญ่ที่สุดใน

โลก คิดเป็นสัดส่วนราว 40% ของ GDP โลก อย่างไรก็ตาม TPP ถูกลดความน่าสนใจลงหลังสหรัฐฯ ดำเนินการถอนตัวจากการเจรจาอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 23 มกราคม ค.ศ. 2017 สมาชิกของ TPP จึงมีจำนวนสมาชิกลดลงเหลือ 11 ประเทศ ซึ่งมีขนาดเศรษฐกิจรวมกันเพียงราว 14% ของโลก ส่งผลให้สมาชิกที่เหลือโดยเฉพาะญี่ปุ่น และแคนาดา เริ่มแสดงความกังวลว่าการถอนตัวของสหรัฐฯ ในครั้งนี้จะทำให้ผลประโยชน์จากการเข้าร่วมเจรจาลดลงจนขาดแรงจูงใจในการดำเนินการต่อ ขณะที่สมาชิกบางส่วน เช่น ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ มีความหวังว่าจะมีสมาชิกใหม่เข้าร่วมการเจรจาเพิ่มเติม และทำให้ TPP กลับมาเป็นข้อตกลงที่น่าสนใจอีกครั้ง⁶³

เมื่อสถานการณ์โลกมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีข้อตกลงเขตการค้าเสรีใหม่ล่าสุดที่เรียกขานกันว่า TPP-11 หรือ CP-TPP ที่มีสมาชิก 11 ประเทศรวมก่อตั้ง มีผลประกาศใช้แล้วตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมา โดยมีประเทศญี่ปุ่นก้าวเข้ามาเป็นแกนนำ ยืนยันกับอีก 10 ประเทศผู้ก่อตั้งว่าจะต้องเดินหน้าต่อไป เพราะทุกประเทศเห็นประโยชน์ของการลดภาษีและอุปสรรคการค้าขายต่อกัน ประเทศที่เหลือปรับเปลี่ยนชื่อเสียใหม่ เดิมคำว่า Comprehensive and Progressive อันหมายถึงการทำให้ครอบคลุมและ "ก้าวหน้า" มากขึ้น จึงปรับชื่อใหม่ให้เป็น CP-TPP ที่เป็นประเด็นสำคัญสำหรับข้อตกลงนี้คือไม่มีจีนอยู่ในกลุ่มนี้ เพราะแรกเริ่มเดิมทีที่สหรัฐอเมริกาเสนอตั้งเขตการค้าเสรีนี้ก็เพื่อสกัดอิทธิพลของจีน เพราะจีนไปผลักดันเขตการค้าเสรีอีกกลุ่มหนึ่งในภูมิภาคนี้ที่เรียกว่า RCEP หรือ Regional Comprehensive Economic Partnership ซึ่งมีสมาชิกทั้งหมด 16 ประเทศ รวมถึงอาเซียนทั้ง 10 ชาติ บวกจีน ญี่ปุ่น อินเดีย เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

การที่จีนหนุนเนื่อง RCEP นั้นก็เพื่อจะสกัดอิทธิพลของสหรัฐอเมริกาในเอเชียเช่นกัน และเมื่อเปรียบเทียบสองกลุ่มนี้แล้ว จะเห็นว่า RCEP น่าจะใหญ่กว่า TPP ทั้งในแง่ของกำลังเศรษฐกิจรวมของสมาชิก และพลังอำนาจการต่อรองที่มีทั้งจีน อินเดีย และญี่ปุ่นอยู่ในกลุ่มนี้ กลุ่ม TPP มีประเทศญี่ปุ่น แคนาดา เม็กซิโก เปรู ชิลี ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอาเซียนอีก 4 ประเทศคือ สิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไน และเวียดนาม แต่ RCEP ยังอยู่ในกระบวนการต่อรองในรายละเอียด แต่เมื่อ CP-TPP เริ่มกลับมาเดินหน้าต่อ RCEP ก็คงต้องเร่งเพื่อขยายผลของการเปิดการค้าให้เสรีมากขึ้น⁶⁴

และในที่สุด เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ได้มีพิธีการลงนามของ 15 ประเทศ (ยกเว้นอินเดีย) ร่วมกันสำหรับความตกลง RCEP

ผลจากการค้าเสรี การเก็บภาษีผลิตภัณฑ์เครื่องตีแม่เหล็กอลูมิเนียมนำเข้าและผลิตภัณฑ์เครื่องตีแม่เหล็กอลูมิเนียมที่ผลิตในประเทศต่างๆ กัน ประเทศที่ลงนามในสัญญา ก็จะได้ประโยชน์ร่วมกัน ²¹ ดังนั้น ความตกลงการค้าเสรีจะมีผลกระทบต่อภาคสุขภาพเป็นอย่างมาก เพราะสินค้าประเภทเครื่องตีแม่เหล็กอลูมิเนียมจะมีราคาที่ถูกกลง ทำให้มีการบริโภคมากขึ้น ประเด็นเรื่องการคุ้มครองการลงทุนและการระงับข้อพิพาทด้านการลงทุน ถือเป็นความอ่อนไหวอย่างมากสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนา ⁶⁵ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ เนื่องจากความตกลงลักษณะนี้ จำกัดอำนาจอธิปไตยของประเทศที่รับการลงทุน ในการที่จะกำกับ ควบคุม นักลงทุนจากต่างประเทศ ประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นประเทศผู้รับการลงทุน จึงคัดค้านตลอดมาและไม่เห็นด้วยกับการสร้างมาตรฐานพหุภาคีด้านการลงทุนมาโดยตลอด

เนื่องจากประชาคมอาเซียน (ASEAN Economic Community - AEC) กำลังถูกท้าทายจาก TPP ในแง่ของการเชื่อมโยงตลาดและห่วงโซ่การผลิต รวมไปถึงมาตรฐานใหม่ด้านการค้าการลงทุน นักลงทุนในปัจจุบันไม่เพียงแต่มองหาฐานการผลิตที่มีแหล่งวัตถุดิบและต้นทุนที่ต่ำ แต่ยังสามารถเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิตและตลาดเป้าหมายในระดับภูมิภาคได้ด้วย ดังนั้น AEC ซึ่งเป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงถูกท้าทายจากข้อตกลง TPP ที่สามารถเชื่อมโยงตลาดและแหล่งวัตถุดิบระหว่างภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและอเมริกา ซึ่งน่าจะสร้างแรงกดดันให้ประชาคมอาเซียนเร่งเจรจาทำความตกลงการค้าเสรีในระดับพหุภาคีและทวิภาคี เช่น RCEP (อาเซียน อินเดีย จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์) ในขณะที่สมาชิกอาเซียนที่ได้เข้าร่วมเจรจา TPP ไปแล้ว ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไน และเวียดนาม แม้ว่าจะได้รับประโยชน์ด้านการค้าการลงทุนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ก็ต้องปรับตัวตามมาตรฐานต่างๆ ที่ระบุไว้ใน TPP ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

ที่ผ่านมา มีข้อเสนอจากนักวิชาการ และหน่วยงาน เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ที่เห็นว่า ไทยควรศึกษาเงื่อนไขของข้อตกลง TPP ด้วยข้อกำหนดของ

TPP ที่ไม่อนุญาตให้สมาชิกใหม่เปลี่ยนแปลงข้อตกลงเดิมกับสมาชิกทั้ง 12 ประเทศ ทำให้ไทยต้องประเมินผลกระทบจากการเข้าร่วม TPP ให้รอบคอบ โดยในเบื้องต้น ประเด็นที่ไทยจะเสียเปรียบคือ สิทธิบัตรยาและทรัพย์สินทางปัญญา แต่หากไทยไม่เข้าร่วมก็อาจสูญเสียส่วนแบ่งตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศ TPP (คือสหรัฐอเมริกา แคนาดา และเม็กซิโก ซึ่งไทยยังไม่มี ความตกลงการค้าเสรีในระดับทวิภาคี) และไทยมีความตกลงทางการค้าเสรีที่มากอยู่แล้ว⁶⁶ แต่ยังไม่มีการประเมินว่าเกิดผลเป็นอย่างไร

เมื่อศึกษาถึงความสอดคล้องของนโยบายที่เกี่ยวข้องกับโรคไร้เชื้อหรือโรคไม่ติดต่อ (Non-communicable diseases) กับสาเหตุของการเกิดโรคพบว่า การบริโภคยาสูบ การไม่ออกกำลังกาย การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และอาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ สิ่งเหล่านี้เป็นตัวแปรสำคัญสำหรับข้อกำหนดทางสังคมและสุขภาพ ความสอดคล้องของนโยบายพบว่ามีน้อยมากระหว่างนโยบายสุขภาพและนโยบายทางการค้า⁶⁷ การควบคุมยาสูบในระดับโลกนับว่าเป็นความสำเร็จในการทำให้เกิดนโยบายที่สอดคล้องระหว่างประเทศทางการค้าและสุขภาพ ในทางตรงกันข้าม การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และอาหาร พบว่ามีความสอดคล้องทางนโยบายที่น้อยมากระหว่างการค้าและสุขภาพ อำนาจขององค์กรธุรกิจ บทบาทของหลักฐานเชิงประจักษ์ การไม่มีความตกลงการชี้แนะที่สอดคล้อง และขาดการนำที่ประสานกันขององค์กรระหว่างรัฐบาล สิ่งเหล่านี้เป็นกุญแจสำคัญที่มีอิทธิพลในการสร้างความสอดคล้องเชิงนโยบายระหว่างการค้าและสุขภาพ

เมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2562 มีการประชุมวิชาการรางวัลเจ้าฟ้ามหิดล ประจำปี พ.ศ. 2562 ซึ่งมีนักวิจัยด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาร่วมประชุมจากทั่วโลก และมีการอภิปรายเกี่ยวกับความจำเป็นในการจัดทำนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับโลก เนื่องจากสถิติเกี่ยวกับอันตรายของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทั่วโลกมีดังต่อไปนี้⁶⁸

- มากกว่า 3 ล้านคนต่อปีเสียชีวิตจากสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
- เป็นสาเหตุของโรคและการบาดเจ็บมากกว่า 200 ชนิด

- คนวัยหนุ่มสาวจะมีความเสี่ยงมากกว่า คือ 1 ใน 4 ของการเสียชีวิตเกิดขึ้นในกลุ่มวัย 20-39 ปี และมีผลกระทบทางด้านระบบประสาทและกายภาพในระยะยาวต่อสมองของวัยรุ่น

- กลุ่มคนที่ยากจนและประชากรชายขอบ จะได้รับผลกระทบมากที่สุด
- ความรุนแรงในครอบครัว หรือผลกระทบต่อเพศหญิง (Gendered violence) ผลกระทบต่อทารกในครรภ์ (Fetal Alcohol Syndrome - FASD)
- เป็นภาระทางงบประมาณที่สิ้นเปลืองสำหรับเจ้าหน้าที่ตำรวจ เรือนจำ ระบบศาลยุติธรรมและระบบสุขภาพ

เมื่อผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีขนาดนี้ เหตุใดจึงไม่สามารถจัดทำนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเข้มงวดในระดับโลกได้? มีหลายสาเหตุด้วยกัน ดังต่อไปนี้

- เนื่องจากความหลากหลายของอันตรายที่มีสาเหตุมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- องค์การอนามัยโลก ซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบาย ขาดแคลนทรัพยากรและไม่มีผู้ผลักดันนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างต่อเนื่อง
- องค์กรเพื่อสังคม (civil society) ล่าช้าในการขับเคลื่อนนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ยุคนี้เป็นยุคเสรีนิยมใหม่ (Neoliberal era)
- อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากบทเรียนที่ได้รับจากอุตสาหกรรมยาสูบข้ามชาติ
- มีเอกสารหลักฐานอยู่บ้างเกี่ยวกับการแทรกแซงนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติ
- การขาดความตระหนักว่าอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลประโยชน์ทับซ้อน

สถาบันที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในชีวิตของประชาชนคือองค์กรธุรกิจ ซึ่งเรามีความเข้าใจน้อยมาก หรืออีกนัยหนึ่งคือมีความเข้าใจผิดพลาดมากที่สุด องค์กรธุรกิจในยุคปัจจุบันพยายามที่จะเข้ามามีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของประชาชนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในปี ค.ศ. 2017 ผู้บริหารของบริษัท Diageo กล่าวว่า โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ทำงานได้เป็นอย่างดี “การทำงานเชิงรุก มีหลักฐานเชิงประจักษ์ในการมีส่วนร่วมที่จะสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้ง และสร้างชื่อเสียงกับรัฐบาล อุตสาหกรรม และผู้มีส่วนได้-เสียอื่นๆ ประสบความสำเร็จในการลดการคุกคาม.....เพื่อโน้มน้าวให้เกิดกฎ ระเบียบ ที่มีความสมดุลงมากขึ้น” หลักฐานจากรายงานคณะทำงานขององค์การสหประชาชาติ (Progress Report of The United Nations Inter-agency Task Force on the Prevention and Control of Non-Communicable Diseases, Annex 4, 22 December 2017) บ่งชี้ว่า “.....การดำเนินการของคณะทำงานฯ พบว่ามีความพยายามเชิงรุกจากอุตสาหกรรมข้ามชาติอย่างแพร่หลายในการโน้มน้าวนโยบายของรัฐบาล ในขณะที่อุตสาหกรรมยาสูบเป็นที่รับรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมในการสร้างอิทธิพลต่อนโยบายของรัฐ คณะทำงานฯ มีหลักฐานเพิ่มมากขึ้นว่าอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม มีการใช้กลยุทธ์แบบเดียวกันกับที่อุตสาหกรรมยาสูบใช้

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พยายามเข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้องกับองค์การอนามัยโลก และองค์การสหประชาชาติมากขึ้น เพื่อเข้ามาแทรกแซงการจัดทำนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับโลก ดังหลักฐานเชิงประจักษ์ต่อไปนี้

- เมื่อเดือนกันยายน ค.ศ. 2013 อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเจ้าภาพร่วม (co-host) กับองค์การสหประชาชาติ ในการจัดกิจกรรมด้านโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (UN HLM on NCDs)

- รายงานขององค์การสหประชาชาติ ด้านโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (UN HLM on NCDs) เรียกร้องให้มีบทบาทสำหรับ “ผู้ดำเนินการด้านเศรษฐกิจ” (Economic Operators) ซึ่งทำให้การจัดทำนโยบายอ่อนแอลง

- โครงการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ“ผู้ดำเนินการด้านเศรษฐกิจ”ขององค์การอนามัยโลก มีการประชุมเป็นประจำกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ด้วยหลักฐานดังกล่าว จึงไม่มีความก้าวหน้าใดๆ หลังจากการประชุม “กลยุทธ์ระดับโลกปี ค.ศ. 2010” (Global Strategy 2010)

- ไม่มีการเพิ่มทรัพยากรสำหรับนโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะในประเทศ “รายได้ต่ำและรายได้ปานกลาง” (Low and Middle Income Countries – LMICs) ซึ่งมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นและอันตรายจากการดื่มที่เพิ่มขึ้น

- ไม่มีประเทศที่มีรายได้ต่ำแม้แต่เพียงประเทศเดียว ที่รายงานว่ามีการเพิ่มทรัพยากร (WHO Forum on Alcohol, Drugs and Addictive Behaviors, 2017)

- ไม่มีโครงการริเริ่มใหม่ที่จะส่งเสริมนโยบาย “กลยุทธ์ระดับโลก” (Global Strategy)

ด้วยบริบทเหล่านี้ จึงเป็นเหตุผลที่จำเป็นจะต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อจัดทำกรอบอนุสัญญาควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับโลก

- การขยายของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าไปในประเทศที่มีรายได้ต่ำและปานกลาง

- ความตกลงทางเศรษฐกิจ/สนธิสัญญาทางการค้า

- การตลาด ดิจิทัล และข้ามพรมแดน (Digital and Cross-border marketing)

- การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางบรรยากาศ (Climate disruption)

ผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้า หากมีการจัดการค้าเสรีอันดับแรกคือต้องลดภาษีให้เหลือศูนย์ จะทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาลดลง ประชาชน โดยเฉพาะผู้ดื่มหน้าใหม่เข้าถึงได้มากขึ้น กระตุ้นการดื่มเพิ่มมากขึ้น ส่งผล

กระทบต่อการเกิดโรคและอุบัติเหตุที่นำมาซึ่งความพิการและถึงชีวิต ยิ่งไปกว่านั้น การขยายตัวเชิงรุกและบทบาทของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งยวดสำหรับมาตรา 5.3 (เช่นในกรอบอนุสัญญาควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลก – WHO-FCTC) นั่นคือการแทรกแซงของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อนโยบายของรัฐในการควบคุมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ และหากถึง ณ วันนั้น กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็จะไร้ผล

บทที่ 3

ผลการศึกษารวบรวมสถานการณ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อตกลงทางการค้าเสรีและมูลค่าการค้าเครื่องตี้อแอลกอฮอล์

1. สถานการณ์การนำเข้าเครื่องตี้อแอลกอฮอล์จากต่างประเทศเข้าประเทศไทยปี พ.ศ.2543-2562 (20 ปี)

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลที่บ้านทีกเครื่องตี้อแอลกอฮอล์นำเข้าจากประเทศต่างๆ 20 ปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2543-2562 โดยใช้ข้อมูล real time ของกรมศุลกากรที่บ้านทีกในระบบ เลขรหัสหมวดหมู่ดังกล่าวปรากฏในพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนิซออาเซียน ปี ค.ศ.2012 (ASEAN Harmonized Tariff Nomenclature 2012 : AHTN)

1.1 สถานการณ์การค้าเครื่องตี้อแอลกอฮอล์นำเข้าจากต่างประเทศ

สถานการณ์การนำเข้าเครื่องตี้อแอลกอฮอล์ 20 ปี พ.ศ. 2543-2562

ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2552 การนำเข้าเครื่องตี้อแอลกอฮอล์มีอัตราการเติบโตของการนำเข้าขึ้นๆ ลงๆ แม้ว่ามูลค่าการนำเข้าจะสูงขึ้นเรื่อยๆ ก็ตาม ดังแผนภูมิ 3.1 และ 3.2

สถานการณ์การนำเข้าเครื่องตี้อแอลกอฮอล์ในปี พ.ศ. 2544-2545 มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องตี้อแอลกอฮอล์ จากประเทศ Philippines, Indonesia (re-bottled) เพิ่มมากขึ้น สำหรับเครื่องตี้อแอลกอฮอล์ เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) เริ่มเปิดการค้าเสรีสุราต่างประเทศ โดยภาษีศุลกากรเป็นศูนย์ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2553 เป็นต้นไป⁶⁹ การเปิดเสรีสุราจะส่งผลให้รัฐบาลต้องสูญเสียรายได้จากการเก็บภาษีปีละประมาณ 88,000 ล้านบาท ข้อมูลยอดนำเข้าสุราโดยการสวมสิทธิอาฟต้าของบริษัทข้ามชาติผ่านประเทศฟิลิปปินส์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546-2552 มีจำนวนรวมกว่า 5 ล้านสองแสนลิ้ง หรือประมาณ 62 ล้านขวด ทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียรายได้กว่า 1,900 ล้านบาท โดยการเปิดเสรีสุราต่างประเทศ จะเป็นการเพิ่มสถิติให้วัยรุ่นดื่มสุรา

เพิ่มขึ้นด้วย เนื่องจากวัยรุ่นนิยมดื่มสุราต่างประเทศมากกว่าสุราพื้นบ้าน⁷⁰⁻⁷¹

ในช่วงปี พ.ศ. 2549 (ค.ศ. 2006) รัฐบาลในยุคนั้นต้องการทำข้อตกลงทางการค้าให้มากที่สุด อย่างไรก็ตามขณะนั้น มีความพยายามที่จะทำความตกลงการค้าระหว่าง ไทยกับสหรัฐ เพราะเชื่อการคาดประมาณ ตามแบบจำลอง Global Trade Analysis Project (GTAP) ว่าการค้าไทยจะขยายตัวถึงร้อยละ 5 ซึ่งขณะนั้น ปัจจัยการค้าของไทยในตลาดสหรัฐฯ ตีบลง⁷² ขณะนั้น ไทยมีความตกลงทางการค้าเสรี 4 ฉบับ คือ FTA ระหว่างไทยกับอินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และเปรู ด้วยว่า ทัศนคติต่อการทำความตกลงการค้าเสรี เท่ากับเป็นการซื้อกรรมธรรมประกันภัย (Insurance Policy) ไว้รองรับให้ผู้ประกอบการไทยหากการเจรจาใน WTO ล้มเหลว แต่ความตกลงทางการค้าไทยเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น⁷³

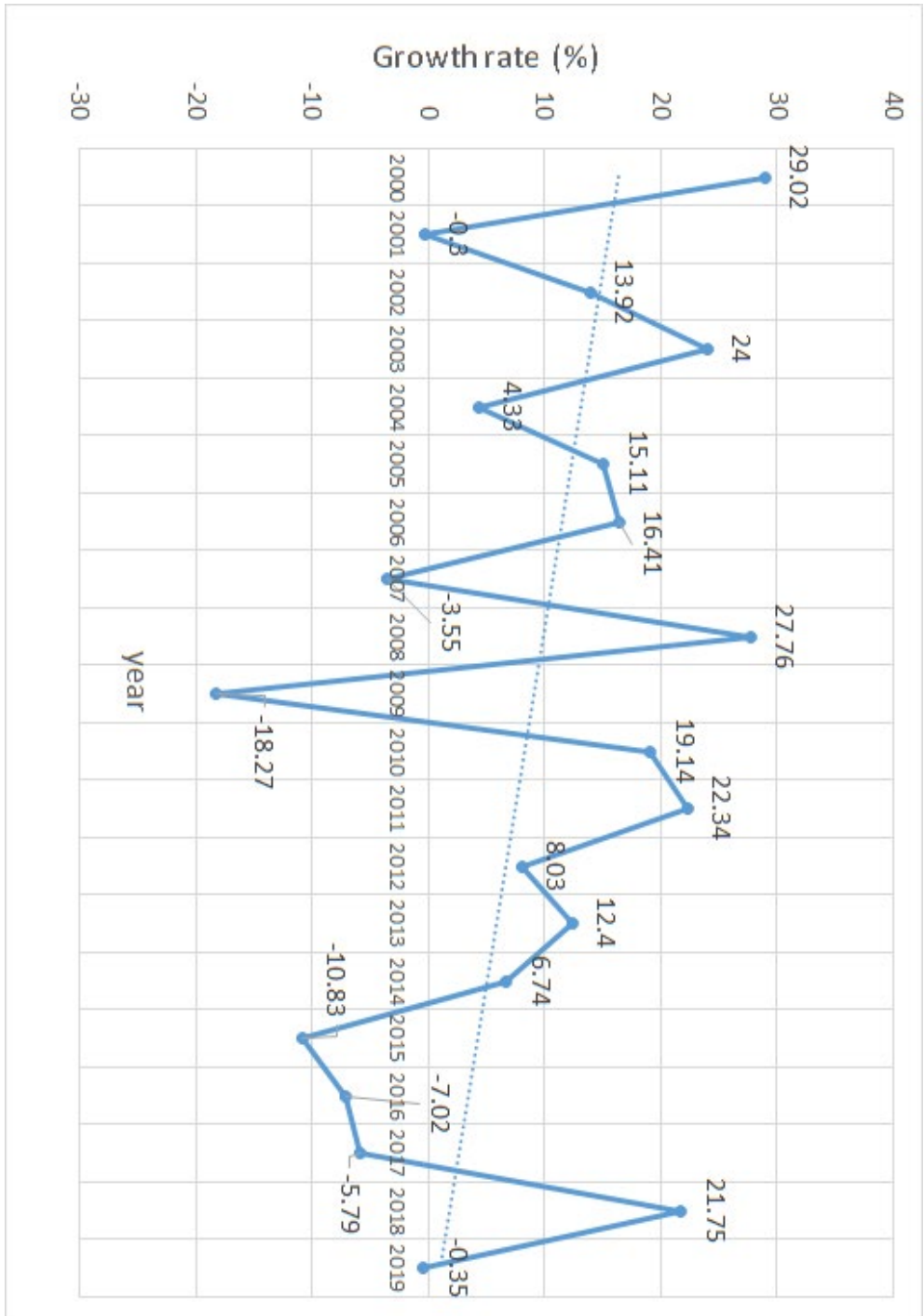
ในช่วงปี พ.ศ. 2550 (ค.ศ. 2007) อัตราการเติบโตของการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในแดนลบ ด้วยผลจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศไทย ในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2549 พลเอกสนธิ บุญยรัตกลิน ยึดอำนาจรัฐบาลรักษาการ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร

ในช่วงปี พ.ศ. 2552 (ค.ศ. 2009) อัตราการเติบโตของการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในแดนลบ ด้วยผลของสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศไทย และเศรษฐกิจโลกได้เริ่มเข้าสู่วิกฤตเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2551-2552 รวมถึงประเทศไทย ด้วยเช่นกัน

ในช่วงปี พ.ศ. 2553 (ค.ศ. 2010) ไทยเปิดการค้าเสรีอาเซียน ทิศทางการเติบโตของการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ช่วงปี ค.ศ. 2011-2012 สภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอย ในปี ค.ศ. 2011 เกิดวิกฤตหนี้สาธารณะในพื้นที่ยุโรป (Eurozone) ทวีความรุนแรงขึ้น การฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศพัฒนาไว้หลังเศรษฐกิจของประเทศเศรษฐกิจใหม่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง ด้วยสาเหตุดังกล่าว เศรษฐกิจโลกมีความเสี่ยงที่จะถดถอยมากขึ้น ดังนั้น อัตราการเติบโตของการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แม้จะอยู่แดนบวก แต่มีลักษณะขึ้นๆ ลงๆ ด้วยอิทธิพลของสถานการณ์ยุโรป และไทยนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากยุโรปมากที่สุด

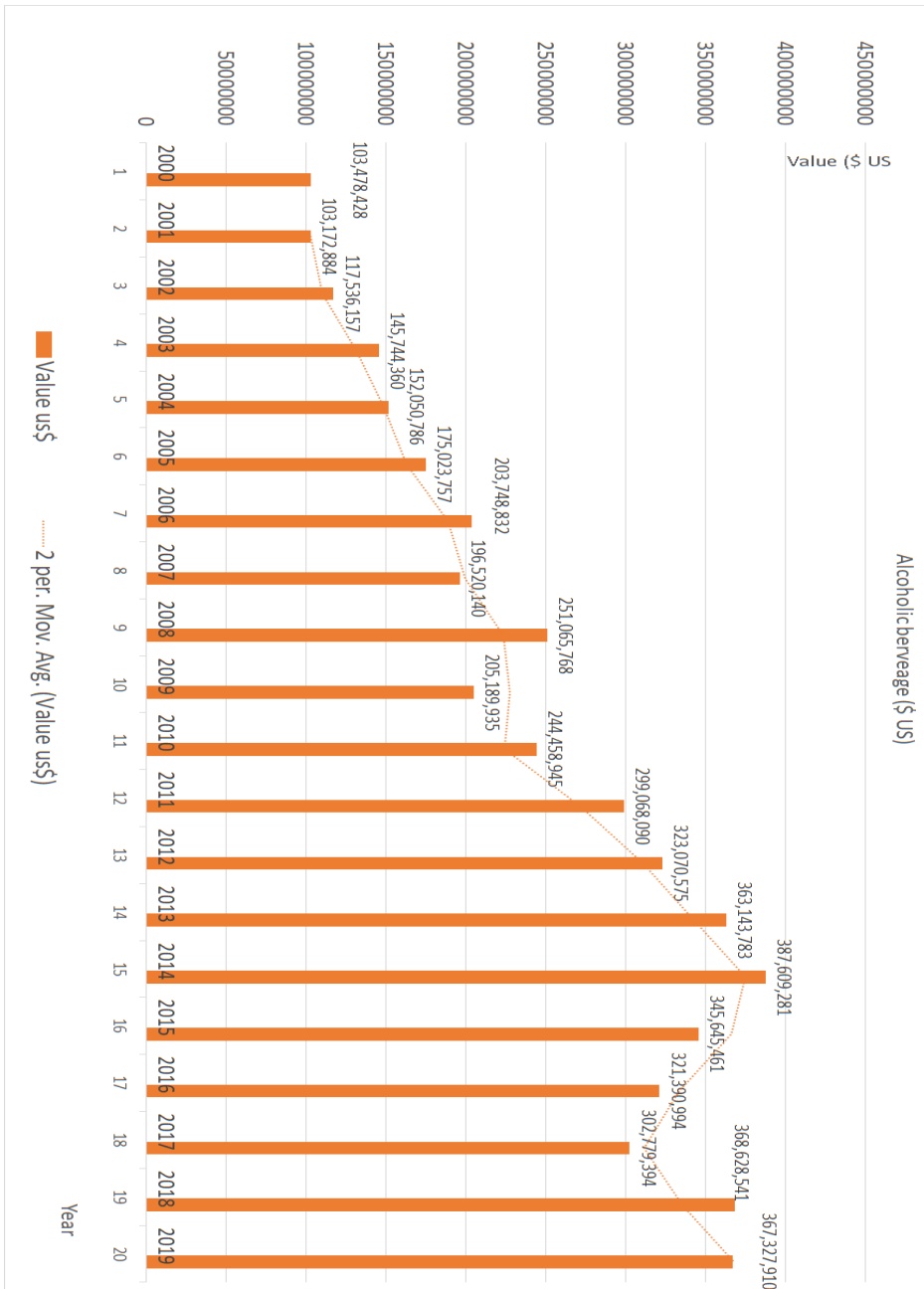
ตาราง 3.1 ภาพรวมอัตราการเติบโตของการนำเข้าเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์จาก
ต่างประเทศ

ปี คศ.	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
อัตราการเติบโต	29.02	-0.3	13.92	24	4.33	15.11	16.41	-3.55	27.76	-18.27
ปี คศ.	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
อัตราการเติบโต	19.14	22.34	8.03	12.4	6.74	-10.83	-7.02	-5.79	21.75	-0.35



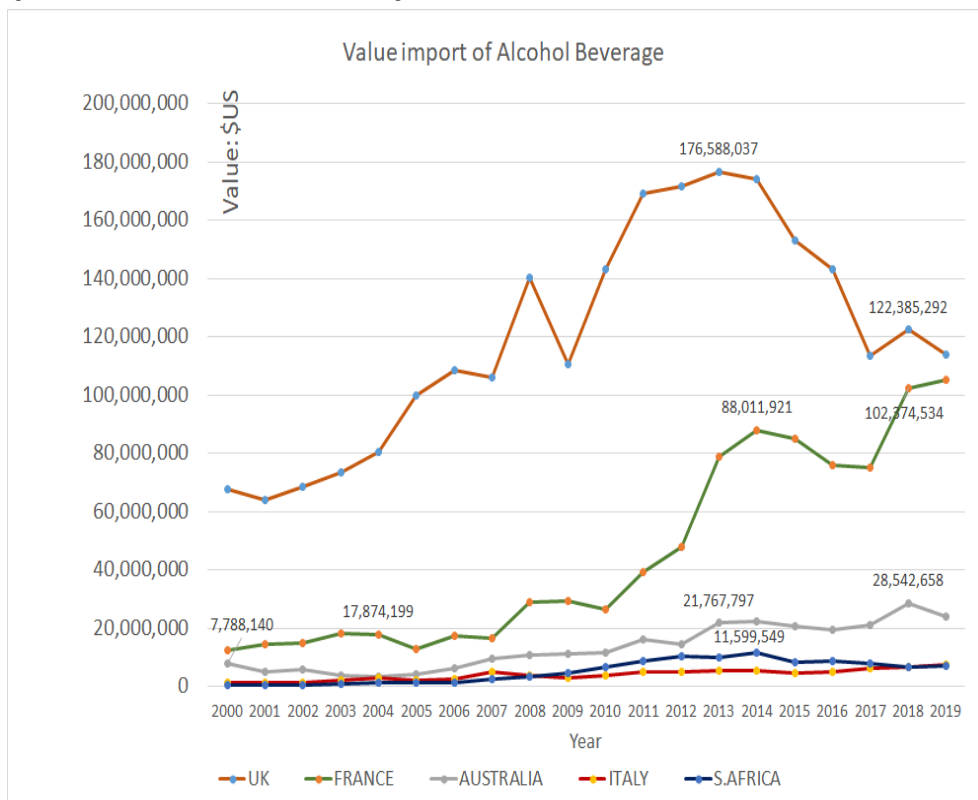
แผนภูมิ 3.1 ภาพรวมอัตราการเติบโตของการนำเข้าเครื่องตีเมล็ดจากต่างประเทศ

แผนภูมินี้แสดงถึงอัตราการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีระดับขึ้นๆ ลงๆ ในช่วง 20 ปี ซึ่งสามารถดูได้จากตาราง 3.1 เช่นกัน



แผนภูมิ 3.2 ภาพรวมมูลค่าของการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากต่างประเทศ (US\$)

มูลค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้าสูงสุด ต่อเนื่อง 20 ปีมีจำนวน 5 ประเทศ



แผนภูมิ 3.3 มูลค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้าสูงสุด ต่อเนื่อง 20 ปีมีจำนวน 5 ประเทศ

ในช่วงปี พ.ศ. 2559-2560 (ค.ศ. 2014-2017) อัตราการเติบโตของการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตกลงมาอยู่ในแดนลบ ด้วยเหตุทั้งกลไกภายนอกและภายในประเทศ ด้วยเกิดการปฏิวัติยึดอำนาจรัฐบาล ในวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ยึดอำนาจรัฐบาลรักษาการ นวัตกรรมอำนาจ บุญทรงไพศาล (ผู้ปฏิบัติงานหน้าที่นายกรัฐมนตรีแทน ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ซึ่งถูกศาลรัฐธรรมนูญให้พ้นจากตำแหน่ง) เศรษฐกิจการค้าจึงถดถอยลง และไม่มีการเจรจาการค้าเสรีในช่วงนี้

1.2 สถานการณ์การค้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นำเข้าในเอเชีย

ส่วนแบ่งทางการตลาดของการนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ทั้งในอาเซียนและประเทศไทย กลุ่มประเทศในสหภาพยุโรปยังคงมีส่วนการส่งออกสูงกว่าพื้นที่อื่นๆ อย่างชัดเจน โดยเฉพาะส่วนแบ่งทางการตลาดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่มาจากประเทศในอาเซียนมีประมาณร้อยละ 10 เท่านั้น เมื่อพิจารณารายประเทศ

จากมูลค่าของการนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เห็นได้ว่าประเทศสหราชอาณาจักร ตามด้วยประเทศฝรั่งเศส และออสเตรเลียที่ประเทศไทยนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เข้ามามากที่สุดตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตของการนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จะเห็นได้ว่า ประเทศจีนมีอัตราการเติบโตสูงชันอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงตลอด 20 ปีของการนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีข้อมูลจากกรมศุลกากรพบว่า สหราชอาณาจักร เป็นประเทศที่ประเทศไทยนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์สูงสุด คิดเป็นสัดส่วนกว่ากึ่งหนึ่งตลอดมา

อัตราการนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศในแถบเอเชีย

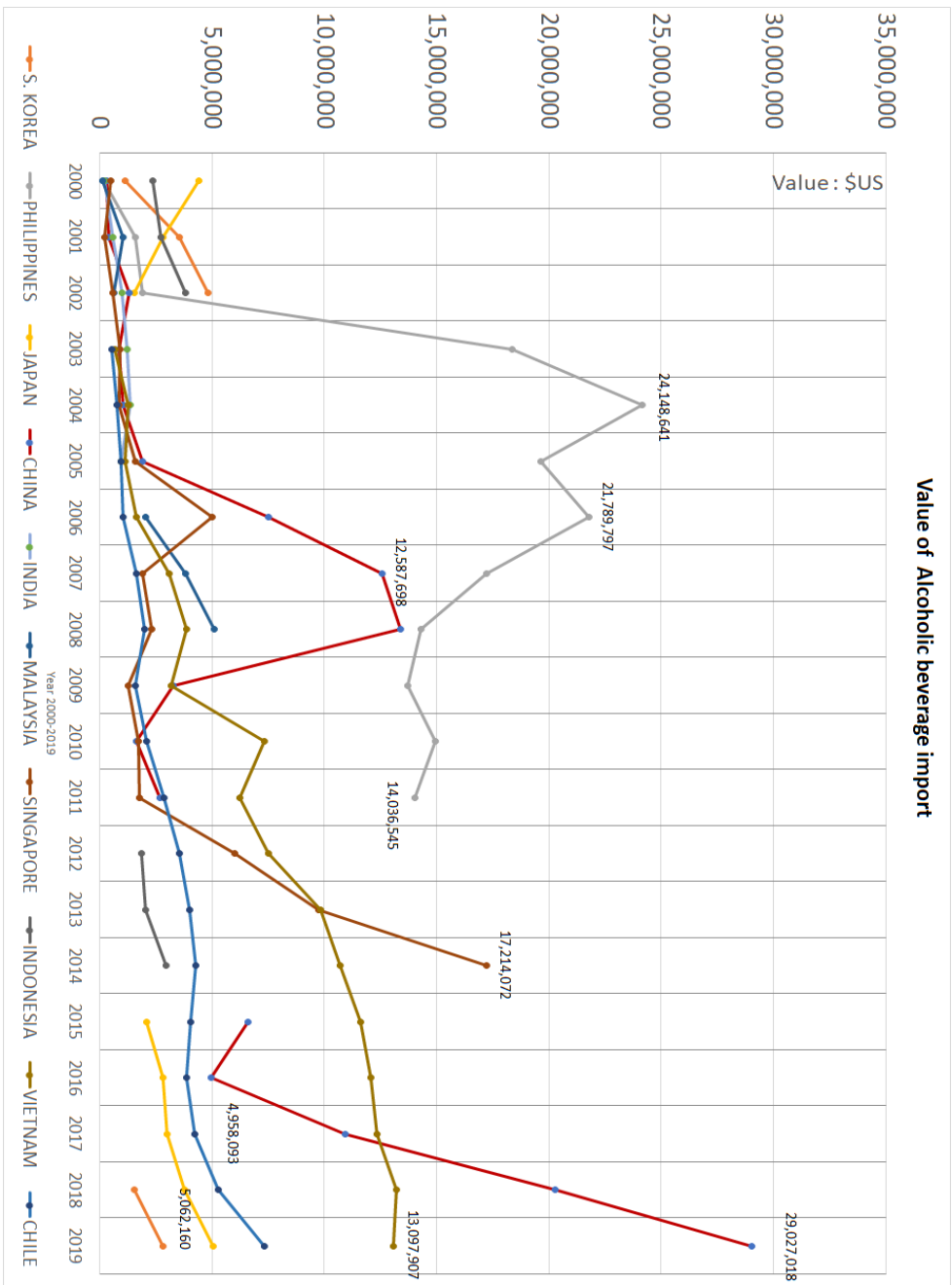
หากย้อนกลับไปดูอัตราการเติบโตจากตาราง 3.1 หรือแผนภูมิ 3.1 เห็นได้ว่าภาพรวมของอัตราการนำเข้ามีลักษณะขึ้นๆ ลงๆ เมื่อพิจารณาในประเทศแถบเอเชียที่ไทยทำการค้าด้วยโดยเฉพาะในอาเซียน จะเห็นได้ว่า เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ มีอัตราการเติบโตหลายเท่าตัวในช่วงปี ค.ศ. 2000-2003 ขณะที่สุราจากประเทศญี่ปุ่นเริ่มมีอัตรานำเข้าติดลบ จีน อินเดีย มาเลเซีย ก็มีอัตราการนำเข้าเพิ่มขึ้น ตรงกันข้าม ช่วงปี ค.ศ. 2012-2014 เป็นต้นมา ปากีสถานและอินโดนีเซีย เริ่มมีการส่งสุราเข้ามาในประเทศไทย ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2015 เป็นต้นมา ไทยได้เลิกนำเข้าสุราจาก อินเดีย มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย

ตาราง 3.2 อัตราการนำเข้าเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของประเทศในแถบประเทศทางเอเชีย

ประเทศ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
เกาหลีใต้	5,118.0	219.3	34.6							
ฟิลิปปินส์	11,601.3	912.2	20.1	856.9	31.6	-18.7	11.0	-20.9	-2	-4.1
ญี่ปุ่น	22.85	-35.9	-45.9							
จีน	16.3	26.3	240.7	-34.8	24.3	81.4	291.9	67.5	6.3	-75.7
อินเดีย	78.3	159	74	24.6	10.5	-30.3				
มาเลเซีย	102.7	685.8	-39.7				184.8	85.8	33.3	
เวียดนาม				23.6	88.6	-11.1	45.7	87.2	25.4	-17.5
สิงคโปร์	-18.7	-54.1	167.7	45.8	-0.5	80.8	215.4	-61.8	22.0	-45.2
อินโดนีเซีย				174	454.9	-19.8				
ปากีสถาน										
รวมทั้งสิ้น	29.02	-0.3	13.9	24.0	4.3	15.1	16.4	-3.6	27.8	-18.3

ตาราง 3.2 อัตราการนำเข้าเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของประเทศในแถบประเทศทางเอเชีย (ต่อ)

ประเทศ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
เกาหลีใต้										4.6	83.8
ฟิลิปปินส์	-4.1	8.9	-6.1								
ญี่ปุ่น							40.5	34.2	6.7	26.8	33.2
จีน	-75.7	-49.9	65.8				162.6	-24.7	120.5	85.6	43.1
อินเดีย											
มาเลเซีย											
เวียดนาม	-17.5	129.5	-14.8	20.2	30.9	8.8	8.6	3.7	2.4	6.9	-0.9
สิงคโปร์	-45.2	36.24	0.8	242.6	61.9	76.8					
อินโดนีเซีย				123.2	11.1	44.9					
ปากีสถาน				19.1	-5.7	38.3	-1.5	6.9	4.9	78.1	14.7
รวมทั้งสิ้น	-18.3	19.1	22.3	8.0	12.4	6.7	-10.8	-7.0	-5.8	21.8	-0.4



แผนภูมิ 3.4 ภาพรวมมูลค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้าในแถบประเทศทางเอเชีย

1.3 บทวิเคราะห์สถานการณ์การค้าเครื่องตีมีแอลกอฮอล์นำเข้าจาก ต่างประเทศ

ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2549 (ค.ศ. 2001-2006) ซึ่งเป็นช่วงเริ่มแรกของการจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA) ของไทย มีการเร่งรัดเจรจาและจัดทำ FTA แบบทวิภาคีกับหลายประเทศพร้อมๆ กัน เนื่องจากรัฐบาลในช่วงนั้นมีนโยบายขยายตลาดส่งออก และได้รับแรงผลักดันจากกลุ่มผลประโยชน์ที่ได้รับประโยชน์จาก FTA ในขณะที่ฝ่ายรัฐบาลไม่เคยบอกกล่าวแก่รัฐสภาก่อนการเจรจา FTA และไม่มีการขอความเห็นชอบจากรัฐสภาก่อนที่จะเข้าผูกพันตาม FTA ซึ่งทำให้สภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภาไม่สามารถตรวจสอบนโยบาย FTA ของรัฐบาลได้อย่างเต็มที่ คณะกรรมาธิการการต่างประเทศ คณะกรรมาธิการเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม คณะกรรมาธิการการเกษตรและสหกรณ์ และคณะกรรมาธิการการคลัง การธนาคารและสถาบันการเงินของวุฒิสภาย่างตรวจสอบนโยบายดังกล่าว และได้มีความเห็นร่วมกันว่า การดำเนินนโยบาย FTA ของรัฐบาล พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร มีลักษณะเร่งรีบ ขาดการศึกษาผลกระทบด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมและด้านสิ่งแวดล้อม ขาดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างกว้างขวาง และขาดการเตรียมการรองรับผลกระทบอย่างเพียงพอ⁷⁴

กระบวนการกำหนดนโยบาย FTA ในช่วงข้างต้น นายกรัฐมนตรีได้ใช้อำนาจตัดสินใจประเด็นสำคัญต่างๆ แบบรวมศูนย์ไว้ที่ตนเอง เนื่องจาก โครงสร้างและกลไกในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เอื้ออำนวยให้นายกรัฐมนตรีใช้อำนาจดังกล่าวได้ นอกจากนี้ ในการจัดทำหรือเจรจา FTA ต่างๆ คณะรัฐมนตรีมีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจ ทำให้รัฐบาลไม่เคยบอกกล่าวหรือขอความเห็นชอบจากรัฐสภาทั้งในช่วงก่อนเจรจาหรือก่อนที่จะเข้าผูกพันตาม FTA กระบวนการเหล่านี้จึงมีความโปร่งใสอย่างจำกัด และภาคประชาสังคมได้พยายามต่อต้านจนไม่สามารถลงนามเจรจา FTA ระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกา และระหว่าง FTA ไทยกับสมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (EFTA) ซึ่งได้มีการเจรจาไป 2 รอบ ต้องล้มเลิกไปพร้อมกับมีการรัฐประหารล้มรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร ในปี 2549 และความพยายามในการเจรจา FTA ระหว่างไทยกับสหภาพยุโรป (Thai-EU FTA) การเจรจา

FTA กับสหภาพยุโรปนี้ ไม่สามารถให้สหภาพฯ ยกเลิกมาตรการทางการค้าได้ในปี พ.ศ. 2553⁷⁵ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากขณะนั้น ประเทศไทยมีการชุมนุมของแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ พ.ศ. 2553 และมีมหาอุทกภัยในปี พ.ศ. 2554 การเจรจาการค้าเสรีจึงเลิกล้มไปชั่วคราว

ภายหลังปี พ.ศ. 2555 รัฐบาลชุดต่อๆ มาได้ริเริ่มที่จะฟื้นฟูการเจรจาความตกลงเปิดเสรีทางการค้า (FTA) ระหว่างประเทศไทยกับสหภาพยุโรปขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง โดยในวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2555 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบร่างกรอบเจรจา FTA ไทย-สหภาพยุโรป⁷⁶

ไทยมีความตกลง FTA ฉบับแรกคือ เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ในปี พ.ศ. 2535 และต่อมาได้มีการจัดตั้งองค์การการค้าโลกในปี พ.ศ. 2538 ซึ่งเป็นผลมาจากความตกลง GATTs รอบอุรุกวัย แต่ต่อมาการเจรจาการค้าแบบพหุภาคีขององค์การการค้าโลกที่เมืองซีแอตเติล สหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2542 ล้มเหลว และกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย – แปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation: APEC) ซึ่งก่อตั้งในปี พ.ศ. 2542 ก็ไม่สามารถผลักดันการเปิดเสรีการค้าได้ รัฐบาลไทยในสมัยนั้น จึงได้เริ่มมีแนวคิดที่จะมีการเจรจา FTA แบบทวิภาคีขึ้นในปีเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้เพียงริเริ่มให้มีการศึกษาความเป็นไปได้ของการเจรจา FTA แบบทวิภาคี แต่ไม่ได้มีการตัดสินใจเกี่ยวกับการเจรจาการค้าแต่อย่างใด จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2545 การเจรจาการค้าแบบพหุภาคีขององค์การการค้าโลกรอบโตฮากะก็หยุดชะงักลงอีก และขณะเดียวกัน การแข่งขันในการจัดตั้ง FTA ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สิงคโปร์เดินหน้าจัดตั้ง FTA อย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ. 2544 – 2549 ซึ่งถือเป็นช่วงเริ่มต้นในการจัดทำ FTA ของไทย รัฐบาลได้เร่งเจรจา FTA กับหลายประเทศไปพร้อมๆ กัน โดยในช่วงดังกล่าวได้มีการลงนามใน FTA กับหลายประเทศ ได้แก่

กรอบความตกลงว่าด้วยการเป็นพันธมิตรทางเศรษฐกิจไทย – บาร์เรน (ลงนาม 29 ธันวาคม พ.ศ. 2545) แต่ยังไม่มีการใช้บังคับเนื่องจากบาร์เรนให้เหตุผลว่า บาร์

เรนเป็นสมาชิกคณะมนตรีความร่วมมืออ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council: GCC) ซึ่งกำหนดไม่ให้ประเทศสมาชิกจัดทำเขตการค้าเสรีทวิภาคีกับประเทศอื่น)

เขตการค้าเสรีอาเซียน – จีน (ลงนาม 18 มิถุนายน พ.ศ. 2546 ไทยและจีน ลงนามความตกลงการลดภาษีบางส่วนทันทีในสินค้าผักและผลไม้ (พิกัดศุลกากรตอนที่ 07 และ 08) ให้เหลือ 0% ตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2546 ตามกรอบเขตการค้าเสรีอาเซียน – จีน โดยเป็นการใช้บังคับก่อนประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นเป็นเวลา 3 เดือน ซึ่งสำหรับอาเซียน – จีน เริ่มลดภาษีนำเข้าสินค้าพิกัดศุลกากรตอนที่ 01-08 และ สินค้าเฉพาะอีก 2 รายการ ตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ. 2547 และเริ่มลดภาษีสินค้าทั่วไป ตั้งแต่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2548)

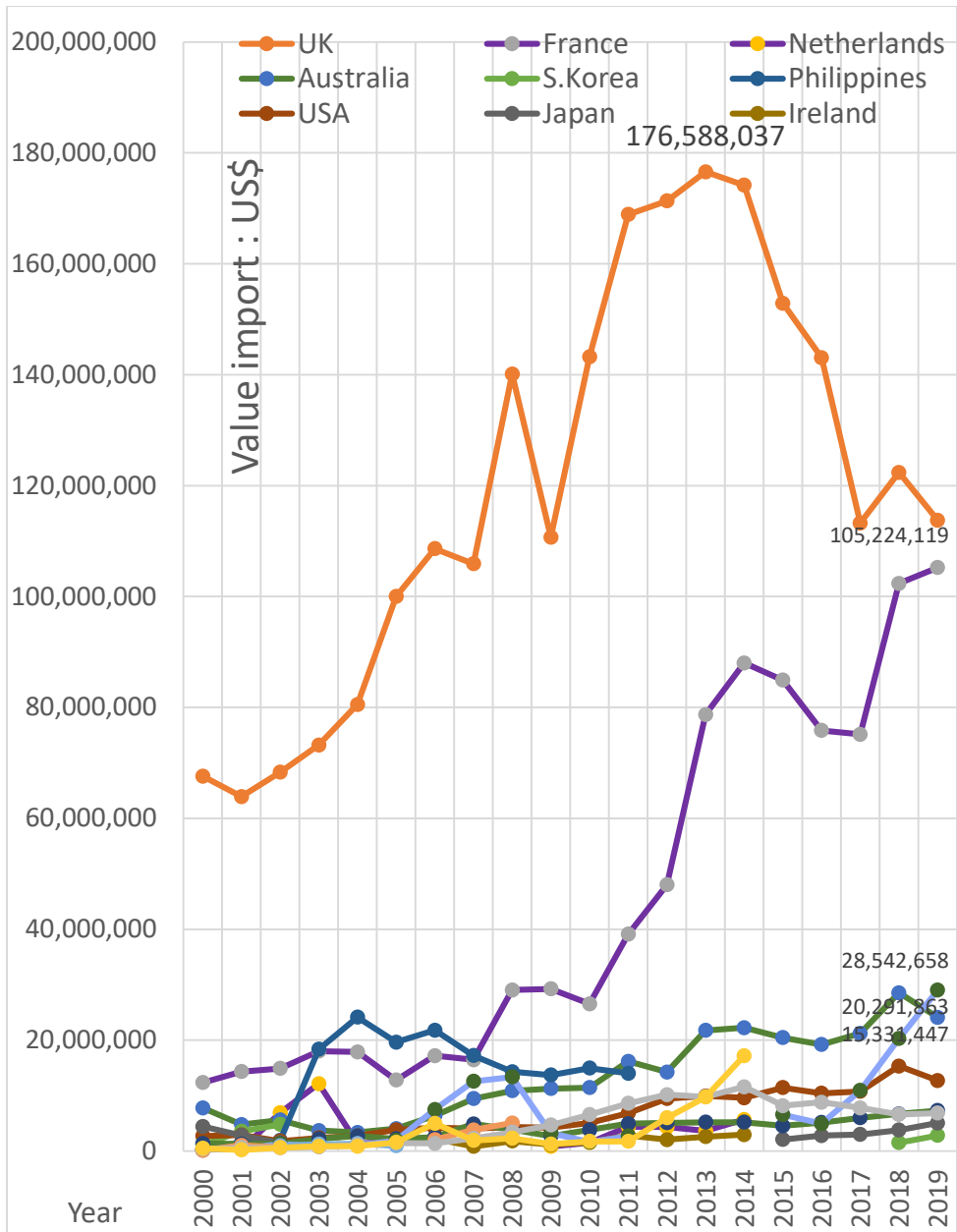
ภาพรวมของประเทศไทยที่นำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากต่างประเทศ

ความตกลงการค้าเสรีไทย – ออสเตรเลีย (ลงนามเมื่อ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2547 และมีผลใช้บังคับเมื่อ 1 มกราคม พ.ศ. 2548)

มูลค่ารวมของการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับปี พ.ศ. 2562 การนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของไทย มีมูลค่ากว่า 367 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ปัจจุบันไทยมี FTA 13 ฉบับ กับ 18 ประเทศ ได้แก่ อาเซียน จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เปรู ชิลี อินเดีย ฮังการี ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ แต่จากการวิเคราะห์สถิติการนำเข้าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เห็นได้ว่า ในช่วงทศวรรษแรก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากประเทศจีนเข้ามาจำนวนมาก ประเทศฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มีการนำเข้าในฐานะตัวแทนอาเซียนจากการศึกษาในอดีต พบว่า มีการสวมสิทธิจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยุโรปเข้ามาที่ประเทศฟิลิปปินส์ ก่อนเพื่อใช้สิทธิพิเศษของอาเซียน

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากประเทศออสเตรเลียเข้ามาประเทศไทยเป็นอันดับสามรองจากสหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส หลังจากที่มีการลงนามสัญญา FTA และเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

โดยในปี พ.ศ. 2561 การนำเข้าสุราจากต่างประเทศกว่า 18 ประเทศ มีมูลค่ากว่า 3 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ



แผนภูมิ 3.5 ภาพรวมมูลค่าเครื่องตี้ออกฮอลล์นำเข้า ต่อเนื่อง 20 ปี
 เขตการค้าเสรีไทย - อินเดีย (ลงนามเมื่อ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2546 เริ่มลตภาษี 82
 รายการเมื่อ 1 กันยายน พ.ศ. 2547 และลตภาษีเป็นศูนย์ เมื่อ 1 กันยายน พ.ศ. 2549)

ความตกลงการค้าเสรีที่ไทยดำเนินการ

- ไทยกับจีนได้ลงนามกรอบความตกลง FTA แล้ว ภายใต้กรอบความตกลง ASEAN-จีน โดยดำเนินการร่วมกับจีน ยกเลิกภาษี เป็น FTA โดยสมบูรณ์ภายในปี พ.ศ. 2553

- ไทยกับนิวซีแลนด์ จากผลของการศึกษาร่วมกันที่ชี้ให้เห็นว่าไทยกับนิวซีแลนด์จะได้รับผลประโยชน์จากการจัดทำ FTA ทั้งสองฝ่ายจึงได้เริ่มการเจรจาเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 ณ ประเทศนิวซีแลนด์ โดยสามารถกำหนดกรอบและขอบเขตการเจรจาได้ในหลายเรื่อง และคาดว่าจะสามารถสรุปผลการเจรจาให้แล้วเสร็จภายในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2547

- ไทยกับบราซิล ได้ลงนามกรอบความตกลงเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2545 ที่ครอบคลุมการค้าสินค้า บริการ การลงทุน โดยในขั้นนี้ได้มีความตกลง Early Harvest ใน 626 รายการ ที่จะลดภาษีเหลือ 0% ภายในปี พ.ศ. 2548 สำหรับสินค้าที่เหลือคาดว่าจะเจรจาให้แล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2547 เพื่อที่จะลดภาษีให้เหลือ 0% ภายในปี พ.ศ. 2553

- ไทยกับญี่ปุ่น หลังจากที่ไทยกับญี่ปุ่น ได้ศึกษาหาหรือความเป็นไปได้ในการทำ FTA มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ทั้งสองฝ่ายได้เริ่มการเจรจาในต้นปี พ.ศ. 2547 ที่ครอบคลุมทั้งการเปิดเสรีการค้าสินค้า บริการ การลงทุน และความร่วมมือในสาขาต่างๆ และจะยึดรูปแบบความตกลงว่าด้วยหุ้นส่วนเศรษฐกิจระหว่างญี่ปุ่นกับสิงคโปร์ เป็นตัวอย่างในการทำความตกลง และพิจารณาสาขาที่เป็นปัญหาน้อยที่สุดก่อน

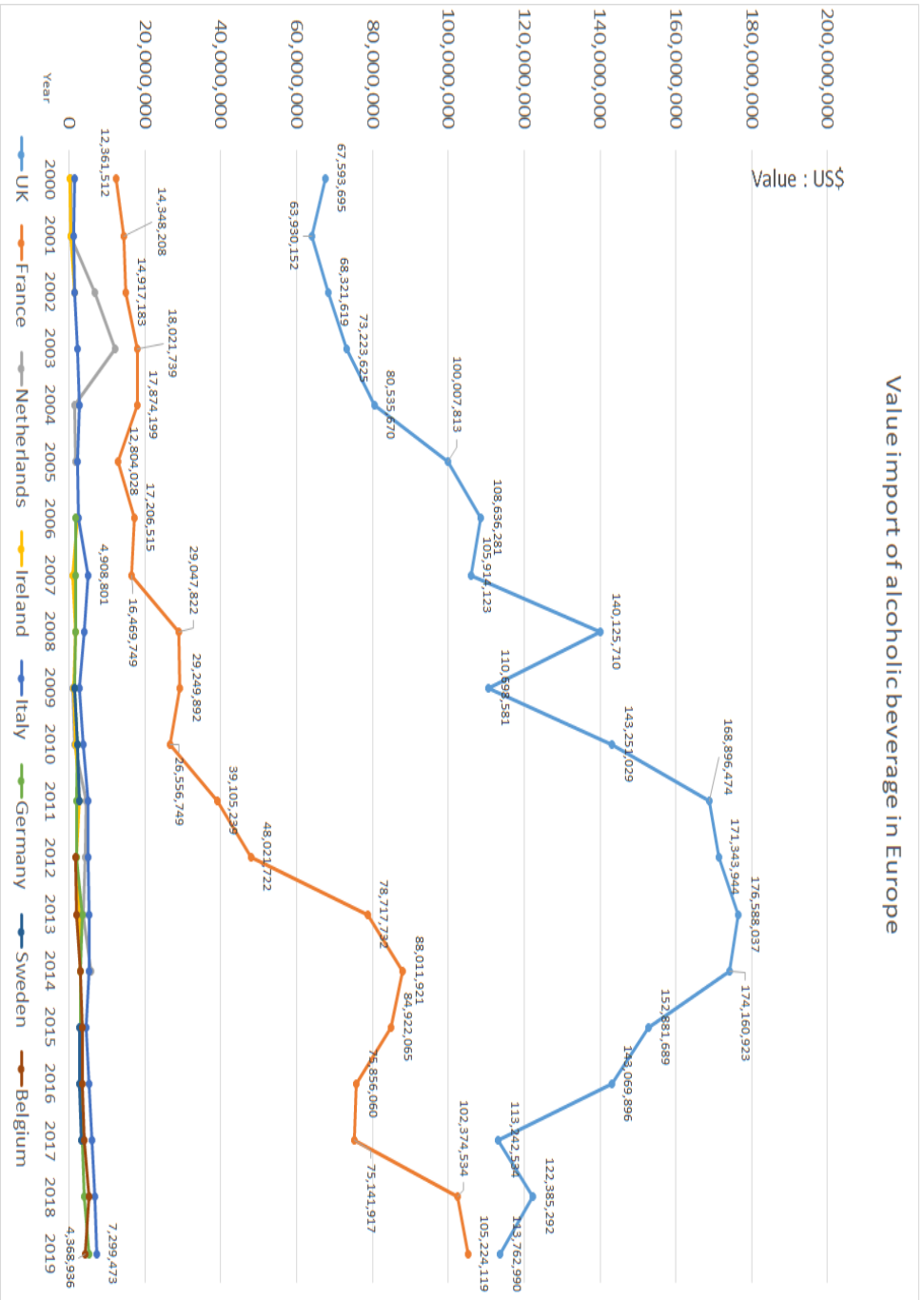
- ไทยและเปรู ได้ลงนามกรอบความตกลงการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้น ซึ่งครอบคลุมถึงการจัดทำ FTA เมื่อตุลาคม พ.ศ. 2546 โดยคาดว่าจะการเจรจาจะแล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2547 เพื่อที่จะสามารถเป็น FTA ได้ภายในปี พ.ศ. 2558

- ไทยกับอินเดีย ได้ลงนามกรอบความตกลง ไทย-อินเดีย เมื่อ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2546 ซึ่งครอบคลุมการเปิดเสรีการค้าสินค้า บริการ การลงทุน และการลดอุปสรรค โดยทั้งสองฝ่ายได้ตกลงที่จะลดภาษีล่วงหน้า (Early Harvest) ใน 82

รายการสินค้าก่อน ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2547 ให้เหลือ 0% ในปี พ.ศ. 2549 และดำเนินการเจรจาลดภาษีรายการอื่นๆ ต่อไป โดยคาดว่าจะสามารถเป็น FTA ได้ ภายในปี พ.ศ. 2553

- ไทยกับออสเตรเลีย ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามความตกลง FTA แล้วเมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2547 ณ ประเทศออสเตรเลีย และความตกลงนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 เป็นต้นไป

- BIMSTEC ประเทศสมาชิก BIMST-EC ได้ ลงนามกรอบความตกลงเขตการค้าเสรีเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 ณ จังหวัดภูเก็ต ซึ่งครอบคลุมการค้าสินค้า บริการ การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจต่างๆ โดยมีเป้าหมายที่จะลดภาษีเหลือ 0% ภายในปี พ.ศ. 2558



แผนภูมิ 3.6 มูลค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้า ต่อเนื่อง 20 ปี ในยุโรป

2. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อตกลงเสรีทางการค้าระหว่างไทยและต่างประเทศ กับ มูลค่าการค้าเครื่องตีแมลกอฮอลล์

รูปแบบการค้าของเครื่องตีแมลกอฮอลล์

เครื่องตีแมลกอฮอลล์เป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ

การให้บริการสำหรับเครื่องตีแมลกอฮอลล์ สามารถเกิดขึ้นได้ 3 รูปแบบ (mode of supply) จากที่มี 4 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 2 : การบริโภคในต่างประเทศ (Consumption Abroad) หรือเรียกว่า การค้าบริการ mode 2 เป็นการให้บริการที่เกิดขึ้นในพรมแดนของประเทศผู้ให้บริการ โดยอาศัยการเคลื่อนย้ายของผู้บริโภคเป็นเงื่อนไขสำคัญคือ การออกไปบริโภคแมลกอฮอลล์ต่างประเทศ

รูปแบบที่ 3 : การจัดตั้งธุรกิจเพื่อให้บริการ (Commercial Presence) หรือเรียกว่า การค้าบริการ mode 3 เป็นการเข้ามาลงทุนจัดตั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเครื่องตีแมลกอฮอลล์ ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้บริการในประเทศลูกค้า เช่น การจัดตั้งสาขา สำนักงานตัวแทน หรือบริษัท เป็นต้น

รูปแบบที่ 4 : การให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Presence of Natural Person) หรือเรียกว่า การค้าบริการ mode 4 เป็นการเข้าไปทำงานประกอบอาชีพในสาขาบริการเครื่องตีแมลกอฮอลล์

อุปสรรคของการค้าบริการที่เจรจาในความตกลงการค้าเสรี ความตกลงการค้าบริการโดยทั่วไปจะกำหนดให้สมาชิกต้องลดหรือยกเลิกข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าบริการใน 2 ลักษณะ คือ

- ข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาด (limitation to market access)
- ข้อจำกัดในการให้การปฏิบัติเยี่ยงคนในชาติ (limitation to national treatment)

ข้อจำกัด 2 ประเภทนี้ GATS กำหนดข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาดไว้ หากพิจารณาธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเครื่องตีแมลกอฮอลล์ จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีธุรกิจให้บริการผ่านการขออนุญาต จำเป็นต้องไม่มีข้อจำกัดเช่นกัน หากอุตสาหกรรมไทยทำ

ได้ รัฐบาลเปิด/ยอมรับให้เอกชนทำได้ รัฐบาลจะสร้างข้อจำกัดกับการค้าบริการกับต่างชาติ ไม่ได้

กรณีที่รัฐบาลให้การอุดหนุนเฉพาะคนในชาติ โดยแยกเป็นสาขาย่อยของ บริการที่มีการค้าระหว่างประเทศ 12 สาขา สำหรับธุรกิจที่มีเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์ รัฐบาล จะสร้างข้อจำกัดไม่ได้ในธุรกิจเหล่านี้:

ธุรกิจบริการจัดจำหน่าย : ประกอบด้วยบริการตัวแทนนายหน้า ค่าปลีก ค่า ส่ง แพรนไชส์ เป็นต้น

ธุรกิจบริการเกี่ยวกับการเดินทางและท่องเที่ยว ประกอบด้วย โรงแรม ภัตตาคาร ธุรกิจเดินทางท่องเที่ยว

ธุรกิจบริการด้านการขนส่ง ประกอบด้วยการขนส่งทางน้ำ ทางบก ทางราง และทางทะเล

ประเทศใดจะได้รับผลดีจากความตกลงการค้าเสรีมากกว่ากัน ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น

ความสามารถของผู้แทนในการเจรจา

อำนาจต่อรองของประเทศคู่เจรจา

ศักยภาพของอุตสาหกรรมการผลิตและบริการของประเทศคู่เจรจา

ปัจจัยทางการเมือง เป็นต้น

ในทางทฤษฎี ได้อธิบายผลบวกของการทำความตกลงการค้าเสรีกับประเทศ คู่เจรจา และมีข้อตกลงในการลด หรือยกเว้นภาษีอากรขาเข้าสินค้าใดจากประเทศไทย ย่อมส่งผลให้ความต้องการสินค้านั้นๆ จากประเทศไทยมีมากขึ้น เนื่องจากสินค้านี้มี ราคาถูกลงจากอัตราอากรที่ลดต่ำลงตามที่กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวง พาณิชยศาสตร์ หวัง อย่างไรก็ตาม สำหรับธุรกิจการค้าและบริการเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์ จะเห็นได้ว่า หากมีการจัดทำการค้าแล้วประเทศไทยจะต้องยกเลิกข้อจำกัด ซึ่ง ผลกระทบคือ ธุรกิจเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์จากต่างประเทศจะได้เปรียบมาก และอาจ นำไปสู่ข้อพิพาทเนื่องจากประเทศไทยมิได้ตั้งข้อสงวนมาแต่ต้นในการทำข้อตกลง

ทางการค้าเสรี ยิ่งไปกว่านั้น ธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยก็เฟื่องฟู ดังนั้นรัฐจะไปห้ามหรือควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ไม่ได้เลย

บทเรียนจากอดีตของประเทศไทยเมื่อมีการเปิดการค้าเสรีระหว่างประเทศ ที่มีต่อสินค้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เมื่อรัฐบาลไทยมีนโยบายเปิดการค้าเสรีในปี พ.ศ. 2535 และ ASEAN Free Trade Area (AFTA) ทำให้ภาษีศุลกากรลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้อุตสาหกรรมเบียร์เฟื่องฟู บริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ทำให้มีสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น เครื่องตี้มแอลกอฮอล์นำเข้ามีราคาลดลง ธุรกิจแอลกอฮอล์ข้ามชาติมองไทยเป็นประเทศเป้าหมายเพราะมีชนชั้นกลางในสัดส่วนสูง มีเครือข่ายร้านสะดวกซื้อและร้านซูเปอร์มาเก็ตที่ครอบคลุมและในระดับภูมิภาค ASEAN ธุรกิจแอลกอฮอล์ข้ามชาติใช้วิธีตั้งสำนักงานภูมิภาคที่สิงคโปร์และฮ่องกง และวางไทยเป็นศูนย์กลางส่งออกรายย่อยสำหรับประเทศเพื่อนบ้านกลุ่ม CLMV เช่น เมียนมา

จากผลการศึกษาศาสนาการนำเข้าเครื่องตี้มที่มีแอลกอฮอล์ในช่วงที่ผ่านมา ส่วนแบ่งทางการตลาดในการนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ยังคงเป็นประเทศสหราชอาณาจักรเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นประเทศฝรั่งเศส ออสเตรเลีย จีน เวียดนาม และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ แต่อัตราการขยายตัวของการนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์พบว่ามีมากขึ้นจากประเทศจีน ออสเตรเลีย และเวียดนาม (ตาราง 3.3)

ตาราง 3.3 อัตราการเติบโตและส่วนแบ่งทางการตลาดของการนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

Country	Growth Rate (%)			Share (%)		
	2018	2019	2020 (Jan.-Mar.)	2018	2019	2020 (Jan.-Mar.)
- UNITED KINGDOM	8.07	-7.05	17.84	33.20	30.97	33.65
- FRANCE	36.24	2.78	-33.58	27.77	28.65	23.76
- AUSTRALIA	34.39	-15.45	14.19	7.74	6.57	7.36

Country	Growth Rate (%)			Share (%)		
	2018	2019	2020 (Jan.-Mar.)	2018	2019	2020 (Jan.-Mar.)
- CHINA	85.57	43.05	2.80	5.50	7.90	5.24
- VIETNAM	6.94	-0.91	28.44	3.59	3.57	5.04
- U.S.A.	42.28	-17.03	17.97	4.16	3.46	4.20

ที่มา กรมศุลกากร

จากการทดสอบถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าการนำเข้าสุราต่างประเทศของประเทศไทย ได้แก่ ความแตกต่างระหว่างทศวรรษแรกและทศวรรษที่สอง ซึ่งทศวรรษแรกมีอิทธิพล .472 เท่า และปัจจัยผลิตภัณฑ์ภายในประเทศสุทธิ (GDP: Gross domestic product) มีอิทธิพล 1.02 เท่า (ตาราง 3.4)

การเติบโตทางเศรษฐกิจช่วง 2 ทศวรรษเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของไทยและอาเซียน โดยกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ร่วมกับพฤติกรรมของคนในสังคมเมืองที่เริ่มเปลี่ยนไป จะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมดังกล่าวขับเคลื่อนเร็วขึ้น

ตาราง 3.4 การทดสอบทดสอบถดถอยเชิงพหุ

Factors	B	Std. Error	Beta	t	p-value
(Constant)	1660510924.7	890146099.7		1.865	.081
1-2 Decade	89588693.4	25873116.2	.472	3.463	.003
population	-31288431.7	15463216.623	-.507	-2.023	.060
GDP	57383.4	12227.618	1.027	4.693	.000

Dependent Variable: Va_Import, R² = 0.936 F = 78.204, sig =0.000

บทวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อตกลงเสรีทางการค้าระหว่างไทยและ
ต่างประเทศ กับมูลค่าการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ไทยกับสหภาพยุโรป

แม้ว่าประเทศไทยยังไม่มีข้อตกลงทางการค้าเสรี ยอดขายสินค้าสุรา ไวน์
สุราสี มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถ้าหากไทยยอมให้สุราต่างประเทศมีการนำเข้ามา
มากขึ้น จะส่งผลให้การบริโภคสุราในประเทศสูงขึ้น เพราะการค้าเสรีจะทำให้คนไทย
ดื่มมากยิ่งขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องควบคุมทั้งสุราไทยและต่างประเทศ เพราะเป็น
ตัวการสร้างปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพและชีวิตเหมือนๆ กัน

หากประเทศไทยยอมตามข้อเรียกร้องของสหภาพยุโรปเรื่องการเปิดการค้า
สุราเสรีจากสหภาพยุโรป ลดภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 60% ก็จะทำให้กระทบต่อการ
บริโภคและระบบสุขภาพของประเทศอย่างแน่นอน เพราะยอดการบริโภคเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์จากยุโรปจะเพิ่มขึ้นจาก 10% เป็น 30% และทำให้จำนวนนักดื่มหน้าใหม่
จะพุ่งสูงขึ้น เพราะราคาสินค้าที่ถูกลง เช่น สุรานอกเดิมขวดละ 1,000 บาท ลดลง
เหลือเพียง 400 บาท หรือไวน์ขวดละ 10,000 บาท ลดเหลือ 4,000 บาท ทำให้คน
ไทยหันไปซื้อสินค้าเหล่านี้มากขึ้น ด้วยค่านิยมว่า การดื่มสุราแบรนด์ต่างประเทศ
โดยเฉพาะจากยุโรป ถือว่ามีรสนิยม ขณะเดียวกันประเทศชาติต้องแบกรับค่าใช้จ่าย
ด้านการรักษา และยาที่สูงขึ้น อันเนื่องมาจากพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

โอกาสในการทำตลาดในประเทศไทยมีมหาศาล หากกลุ่มทุนใหญ่ในยุโรป
มุ่งหวัง 20 ล้านคนเป็นวัยดื่มได้แต่ยังไม่ได้ดื่ม เช่นเดียวกับอีกหลายประเทศในอาเซียน
ซึ่งปัจจุบันประชากรมีรายได้มากขึ้น มีศักยภาพในการจับจ่ายสูงขึ้น จึงหนุนสินค้า
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสำคัญ

จากการประเมินท่าทีของสหภาพยุโรปแล้ว จะเดินหน้าเจรจาเรื่องการลด
ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากไม่ป้องกันไว้ก่อน ในอนาคตจะเกิดช่องให้สหภาพยุโรป
เข้ามาแทรกแซงเรื่องนโยบายการปกป้องคนไทยจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดย
อ้างว่าเป็นการกีดกันทางการค้า ทั้งที่ผลประโยชน์ตกอยู่ในเฉพาะกลุ่ม ยิ่งไปกว่านั้น
สหภาพยุโรปเห็นช่องทางการขยายตลาด เหตุผลสำคัญที่รุกเจรจาเรื่องลดภาษี

เครื่องตี้อแอลกอฮอล์กับไทยเพราะประชากรไทยบริโภคเครื่องตี้อแอลกอฮอล์ร้อยละ 30 จากประชากรทั้งหมด 70 ล้านคน เมื่อเทียบกับสหภาพยุโรปประชากรบริโภคสุราสูงถึง 85% ตลาดยุโรปเกือบจะเต็มแล้ว

จากการที่กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน (FTA Watch) ติดตามและศึกษาเรื่องนี้มานาน เห็นว่า FTA ไทย-สหภาพยุโรปอาจสร้างผลกระทบต่อประชาชนในหลายมิติ จึงยื่นข้อเสนอ 5 ข้อ ดังนี้⁷⁷

1. ข้อผูกพันเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาที่เข้มงวดเกินไปกว่ามาตรฐาน TRIPs (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) ที่ตกลงไว้แล้วในองค์การการค้าโลก หรือการเป็น TRIPs+ (ทริปส์พลัส) การเปิดเสรีเครื่องตี้อแอลกอฮอล์และบุหรี่ยจะทำให้มีการบริโภคมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและสังคมอย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังมีการคุ้มครองการลงทุนที่เปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติหากประเทศไทยไม่มีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า ก็จะได้รับผลกระทบทางลบแน่นอน

2. การเริ่มการเจรจา FTA ระหว่างไทยกับสหภาพยุโรปเมื่อ 7 ปี ก่อนกระทรวงพาณิชย์และภาคเอกชนอ้างความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องเร่งจัดทำ FTA เพื่อไม่ให้สินค้าไทยถูกตัดสิทธิพิเศษทางการค้า (Generalized System Preference: GSP) อย่างไรก็ตาม จากงานวิจัยของสถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนาพบว่า แม้สินค้าบางรายการของไทยถูกตัด GSP ไปแล้ว แต่การส่งออกไม่ได้ลดลง สินค้าส่งออกบางรายการกลับเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งตัวเลขการลงทุนของสองฝ่ายก็ไม่ได้ลดน้อยลง ดังนั้น จึงควรมีการทบทวนงานศึกษาและข้อมูลของทั้งหน่วยงานราชการและภาคเอกชนที่สนับสนุนให้เร่งเจรจา เพราะอาจมีอคติและให้ข้อมูลตัวเลขผลประโยชน์ที่ไทยจะได้รับจากการเจรจาที่เกินจริง และในทำนองเดียวกัน อาจให้ข้อมูลตัวเลขด้านผลกระทบในกรณีที่ไทยไม่ทำ FTA กับสหภาพยุโรปที่รุนแรงเกินจริง

3. ในการเจรจารอบที่เคยผ่านมา กระทรวงพาณิชย์และสถาบันการศึกษาต่างๆ ได้ศึกษาและมีรายงานหลายฉบับ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศควรรวบรวมงานศึกษาเหล่านี้ทุกฉบับและเผยแพร่ต่อสาธารณะ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมเจรจาอีกหรือไม่ และใช้เป็นข้อมูลในช่วงการเจรจา

4. ในการเจรจาที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์ได้จัดให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการเตรียมเนื้อหาการเจรจาอย่างเท่าเทียม เช่น การจัดให้มีการหารือผู้มีส่วนได้เสียครบทุกภาคส่วนทั้งก่อนและหลังการเจรจาในแต่ละรอบ โดยให้มีการชี้แจงท่าทีของคณะเจรจา รายงานความคืบหน้า พร้อมทั้งรับฟังและดำเนินการตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียอย่างสมดุล ถ้ามีการรื้อฟื้นการเจรจาขึ้นมาอีกครั้ง ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในทุกระดับและทุกหัวข้อของเนื้อหาการเจรจาความตกลง ต้องมีการมีส่วนร่วมอย่างมีความหมาย อย่างแท้จริง และไม่ย่อไปกว่าเดิม อีกทั้งไม่ควรเลือกปฏิบัติรับฟังความคิดเห็นของภาคธุรกิจมากกว่าภาคประชาสังคม

5. การออกมาตรการรองรับหรือมาตรการเยียวยาใดๆ จากผลกระทบของ FTA ต้องให้ผู้ได้ประโยชน์จากความตกลงฉบับนี้ มีส่วนในการรับผิดชอบต่อผลกระทบและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อระบบสุขภาพ ชีวิตเกษตรกร และสิ่งแวดล้อม



ที่มา Health Focus <https://www.hfocus.org/content/2013/09/4832>

ผลกระทบจากการเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Comprehensive and Progressive Agreement of Trans-Pacific Partnership)

ชื่อเต็มของความตกลงคือ ความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Trans-Pacific Partnership) หรือ TPP⁷⁸ มีจุดเริ่มต้นมาจากข้อเสนอ

ของประเทศสหรัฐอเมริกาเมื่อปี พ.ศ. 2541 ที่ต้องการให้มีการเปิดเสรีการค้า (FTA) ระหว่างประเทศสมาชิกในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (APEC)

ประเทศสมาชิกปัจจุบัน มีสมาชิกรวม 12 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐฯ ชิลี เปรู ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ บรูไน มาเลเซีย เวียดนาม แคนาดา เม็กซิโก และ ญี่ปุ่น (เป็นสมาชิกอาเซียน 4 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ บรูไน มาเลเซีย และเวียดนาม)

ดังที่คณะนักวิชาการได้เสนอการเจรจา CP-TPP เกี่ยวกับมุมมองเชิงผลกระทบต่อ การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย และข้อเสนอเชิงปฏิบัติการข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทยในการลงนามเป็นสมาชิก CP-TPP กรณีที่ ประเทศไทยไม่เข้าร่วมในความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก ประเทศไทยจะ เสียตลาดสินค้าด้านการเกษตร เพราะมีคู่แข่งมากในอาเซียน ดังนั้น หากจะเข้าร่วมใน ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก รัฐบาลไทยควรจะต้องจัดตั้งหน่วยงาน หรือคณะกรรมการที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ในมิติต่าง ๆ และรัฐบาลไทยควร จะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบว่าการเข้าร่วมความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้น แปซิฟิกเป็นการทำเพื่อประโยชน์ของบริษัทขนาดใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติ แต่เป็น ผลร้ายต่อประชาชนหรือไม่⁷⁹

บทที่ 4

ผลของข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศที่จะมีผลต่อ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจภาครัฐ

1. แนวทางการพัฒนาขององค์การการค้าโลกกับการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ความตกลงในการจัดตั้งองค์การการค้าโลก ครอบคลุมทุกมิติของการค้า ไม่ว่าจะเป็นสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ รวมถึงสิทธิทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการค้า สิ่งเหล่านี้เปิดโอกาสให้เกิดกลไกการระงับข้อพิพาทและระบบอนุญาโตตุลาการ เพื่อการพิจารณาโดยรัฐภาคีเกี่ยวกับนโยบายต่างๆ ทางการค้า

องค์การการค้าโลกมีหลักการที่สำคัญ 5 หลักการคือ⁸⁰

1. หลักการของการไม่เลือกปฏิบัติ (non-discrimination) ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติเยี่ยงชาติ (สินค้าที่ผลิตภายในประเทศ และสินค้านำเข้าจากต่างประเทศควรจะได้รับ การปฏิบัติอย่างเท่าเทียม) และชาติที่ได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่ง (most-favored nation) หมายถึงประเทศที่มีการนำเข้าสินค้าไม่สามารถเลือกปฏิบัติระหว่างสินค้านำเข้าจากประเทศต่างๆ ได้

2. อุปสรรคทางการค้าควรจะลดลงโดยกระบวนการของการเจรจา

3. มาตรการทางการค้าของรัฐภาคี ควรสามารถคาดการณ์ได้ ไม่ควรเป็นไปตามอำเภอใจ

4. การแข่งขันควรได้รับการส่งเสริม

5. การเรียกร้องของประเทศที่กำลังพัฒนาควรได้รับการรับฟัง และยอมรับ

องค์การการค้าโลกมีความมุ่งมั่นต่อการค้าเสรี อย่างไรก็ตาม ไม่ได้หมายความว่าความมุ่งมั่นนี้จะป้องกันองค์การการค้าโลกจากการควบคุมการตลาดโลก ด้วยเหตุนี้ กฎหมายขององค์การการค้าโลกเอื้อให้เกิดความยืดหยุ่นและข้อยกเว้น ดังนั้น อุปสรรคทางเทคนิคของความตกลงทางการค้ามีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้เกิดความมั่นใจว่ามีการปฏิบัติตามโดยหลักการขององค์การการค้าโลก เช่น ความจำเป็นที่ ต้องมีฉลาก มาตรา 20 ของ GATT ยินยอมให้รัฐภาคีขององค์การการค้าโลกเสนอแนะ

ข้อจำกัดเกี่ยวกับสินค้านำเข้าที่เกี่ยวข้องกับความสนใจของสาธารณะ และความมั่นคงของสาธารณะ

องค์การการค้าโลกยอมรับว่าสุขภาพเป็นเป้าหมายเชิงนโยบายที่สำคัญ และได้มีกฎข้อยกเว้นสำหรับเหตุผลทางสุขภาพในทุกความตกลงการค้าเสรี ซึ่งกฎข้อยกเว้นเพื่อสุขภาพนี้ อนุญาตให้รัฐภาคีสามารถเสนอมาตรการเชิงนโยบายเกี่ยวกับสุขภาพที่จำเป็นต่อความปลอดภัยเพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ และไม่ใช้เป็นการดำเนินการเพื่อสร้างอุปสรรคทางการค้า อย่างไรก็ตาม ข้อยกเว้นเหล่านี้ไม่ชัดเจนในหลายกรณี ทำให้ความตกลงทางการค้าเป็นปัญหาสำหรับนโยบายสุขภาพ องค์การการค้าโลกเป็นองค์การกลางสำหรับการแสดงความคิดเห็น เพื่อให้มีอำนาจต่อรองสูงขึ้น และผลักดันให้การแก้ปัญหาบรรลุป้าหมายตามต้องการ

ประเทศไทยเป็นภาคีขององค์การการค้าโลก ด้วยประโยชน์หลายประการ เช่น ได้ประโยชน์ตามสิทธิและสิทธิพิเศษ ได้ขยายการค้า การลดหย่อนภาษีศุลกากร และมาตรการทางการค้าอื่นของประเทศ คู่ค้าสำคัญของไทย ทำให้ไทยส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้มากขึ้น มีเวทีสำหรับร้องเรียน ในการเจรจาเพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศรวมถึงการร่วมกับประเทศภาคีอื่นๆ ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเป็นภาคีสมาชิกจะได้รับหลักประกันทางการค้าระหว่างประเทศ แต่หากมีการละเมิดเกิดขึ้น ประเทศนั้นจะต้องเจรจา และชดใช้ให้กับประเทศที่เสียหายด้วยเช่นกัน

ประเด็นต่อมาก็คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ องค์การการค้าโลกมองว่าเป็นสินค้าทั่วไป ที่ถูกกฎหมาย ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่อันตรายต่อสุขภาพ และส่งผลกระทบต่อภายนอก (Externality) แนวทางการพัฒนาขององค์การการค้าโลกกับการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คือ ทำอย่างไรให้คนทั่วโลก และองค์การการค้าโลกตระหนักว่า ไม่มีแอลกอฮอล์ระดับใดที่ปลอดภัย แอลกอฮอล์เป็นอันตรายต่อสังคมและเป็นภัยเงียบที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พยายามที่จะมีอิทธิพลต่อความตกลงการค้าเสรีต่างๆ โดยเจรจาเพื่อลดภาษี เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาด และจำกัดมาตรการที่มีประสิทธิผลของรัฐในการควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้ง

จำกัดมาตรการที่ห้ามการโฆษณา ในเดือนมกราคม ปี ค.ศ. 2010 รัฐบาลไทยแจ้งความ
จำนงไปยังคณะกรรมการการค้าโลกด้านอุปสรรคทางเทคนิคของการค้าว่าจะ
ออกมาตรการทางกฎหมายใหม่เกี่ยวกับการบังคับให้มีฉลากคำเตือนสุขภาพบนบรรจุ
ภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
มาตรการใหม่นี้จะห้ามไม่ให้ใช้คำใดๆ บนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจะทำให้
ผู้บริโภคเข้าใจผิดและหลงเชื่อว่า “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถช่วยให้สุขภาพดีขึ้น”
หรือ “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดหนึ่งเป็นอันตรายน้อยกว่าอีกชนิดหนึ่ง”

กฎหมายใหม่นี้เสนอให้มีคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุก
ชนิดว่า “ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดให้แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี” เจื่อนไข
สุดท้ายของกฎหมายใหม่นี้บังคับว่าบนบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด
จะต้องมีภาพคำเตือนสุขภาพ หนึ่งในหกภาพ มาตรการใหม่ที่เสนอโดยรัฐบาลไทยนี้
เป็นมาตรการทางเทคนิค และได้รับการโต้แย้งจากหลายประเทศ โดยบทที่ว่าด้วย
อุปสรรคด้านเทคนิคทางการค้า รวมทั้งประเทศออสเตรเลีย ซึ่งกำลังดำเนินการบังคับ
ใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดกว่าเดิมภายในประเทศ

องค์การอนามัยโลกและองค์การการค้าโลก ต่างก็รับผิดชอบในการปกครอง
ด้านสุขภาพ และการค้าในระดับนานาชาติ แต่ภารกิจแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม เริ่มมี
กระบวนการที่ทั้งสององค์การเริ่มพยายามมีความร่วมมือกันมากขึ้น ดังจะเห็นได้จาก
ประกาศเกี่ยวกับความตกลงว่าด้วยลิขสิทธิ์ทางปัญญา (TRIPS) และสาธารณสุข ซึ่งมี
การรับรองโดยที่ประชุมรัฐภาคีขององค์การการค้าโลกที่นคร โดฮา เมื่อปี ค.ศ. 2001
นอกจากนี้ มีรายงานร่วมที่เผยแพร่โดยองค์การการค้าโลกและองค์การอนามัยโลก ใน
ปี ค.ศ. 2002 ชื่อ “ความตกลงต่างๆ ขององค์การการค้าโลกและสาธารณสุข” และยังมี
มีการลงมติยอมรับข้อเสนอจากที่ประชุมของสมัชชาขององค์การอนามัยโลก ครั้งที่ 59 ใน
ปี ค.ศ. 2006 เกี่ยวกับการค่านานาชาติและสุขภาพ ซึ่งเรียกร้องให้มีความสอดคล้อง
กันมากขึ้นระหว่างนโยบายการค้าและนโยบายสุขภาพ

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ปัจจุบันและนโยบายทางการค้าใหม่ที่กำลัง
เกิดขึ้น ซึ่งเน้นไปที่การบูรณาการทางเศรษฐกิจ และการคุ้มครองผู้ลงทุน และอยู่
นอกเหนือกฎ ระเบียบขององค์การการค้าโลก มีแนวโน้มว่าความสัมพันธ์ทางการค้า

และพาณิชย์มีความสำคัญมากกว่าสุขภาพ และบ่งบอกถึงช่องว่างด้านกระบวนการทาง
ธรรมาภิบาล ที่สามารถเอื้อให้เกิดความสอดคล้องระหว่างนโยบายการค้าและนโยบาย
สุขภาพ

องค์การการค้าโลกได้จัดทำรายงานการศึกษาการค้าโลกหลังได้รับ
ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งคาดว่าปริมาณการค้า
โลก ในปี พ.ศ. 2563 จะลดลงจากปี พ.ศ. 2562 และจะกลับมาฟื้นตัวในปี พ.ศ. 2564
เนื่องจากประเทศต่างๆ มีมาตรการจำกัดการขนส่งและการเดินทางเพื่อควบคุมการ
แพร่กระจายของไวรัส ทั้งนี้ ยังมีสาขาบริการที่ได้ประโยชน์จากวิกฤต เช่น การ
ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะการค้าและการบริการผ่านสื่อดิจิทัล
เนื่องจากสามารถใช้บริการในที่พำนักได้ และมีพฤติกรรมการใช้มากขึ้น โดยองค์การ
การค้าโลกได้เสนอให้ “ผู้ประกอบการควรใช้ช่วงเวลานี้ เตรียมความพร้อมขับเคลื่อน
ไปข้างหน้าอย่างเต็มกำลังภายหลังวิกฤต โดยต้องวางแผนอย่างรอบคอบ ประเมิน
ความเสี่ยงและทางเลือกใหม่ๆ รวมถึงปรับปรุงรูปแบบการดำเนินธุรกิจด้วยการนำ
เทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการ ขณะเดียวกันต้องให้ความสำคัญ
กับการสร้างและรักษาพันธมิตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เพื่อเพิ่มแนว
ร่วมในการแก้ไขปัญหา ตลอดจนคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ ที่จะมีผลต่อพฤติกรรมของตลาด
และผู้บริโภคในอนาคต เช่น ความปลอดภัย สุขภาพอนามัย และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น”

ปัญหาใหม่ที่อาจจะตามมาของการค้าและการบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ผ่านสื่อดิจิทัล ก่อนที่กรอบการค้ารูปแบบใหม่จะฝังรากลึกจนรัฐบาลไม่สามารถจะ
ดำเนินการแก้ไขใดๆ ได้ในการตอบโต้ต่อความท้าทายของสื่อดิจิทัล ในศตวรรษที่ 21
กล่าวคือ ประเด็นแรก รัฐบาลจะต้องสามารถบ่งบอกถึงผู้ที่รับผิดชอบในกิจกรรมต่างๆ
ที่รัฐบาลต้องการควบคุม ประเด็นนี้มีความยากลำบากมากขึ้น เมื่อมีการบูรณาการ
อย่างลึกซึ้งและสลับซับซ้อนระหว่างผู้ผลิตแอลกอฮอล์กับผู้ให้บริการผ่านช่องทางสื่อ
ดิจิทัล ในการว่าจ้างผู้ดำเนินการทางสื่อดิจิทัล เพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และ
การตลาด รูปแบบที่ไร้ร่องรอยของช่องทางสื่อดิจิทัลมีการปฏิบัติการจากนอกประเทศ
และการใช้บุคคล / องค์การ ที่สามเป็นผู้สนับสนุน ส่งเสริม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์

ที่มีอิทธิพลในการส่งเสริมการขาย รวมทั้งผู้บริโภคเองก็เป็นผู้ส่งเสริมการสื่อสาร การโฆษณา ประชาสัมพันธ์อีกด้วย

ประเด็นที่สอง การกระทำใดๆ จะต้องมีความชัดเจนเพียงพอที่จะถูกกำกับ ควบคุม โดยกฎ ระเบียบ แต่ก็แพร่หลายอยู่ทุกหนทุกแห่งเพียงพอที่จะทำให้ฟันฝ่าการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้านเทคนิคทางการตลาด เทคโนโลยี และกลยุทธ์ ประเด็นนี้เป็นปัญหาอย่างมาก เมื่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผ่านช่องทางสื่อสังคมต่างๆ และการตลาดได้ฝังตัวอย่างลึกซึ้งในการสื่อสารทางสังคมและชีวิตทางสังคม (social life) ยิ่งไปกว่านั้น มาตรการการควบคุมจำเป็นต้องมีเป้าหมายไปยังแหล่งที่เป็นจุดเริ่มต้นของการกระทำที่จะต้องถูกควบคุม นั่นหมายถึง เหมืองข้อมูล (data mining) แหล่งรหัส (source code) ขั้นตอนปฏิบัติการ (algorithms and protocols) ซึ่งเป็นองค์ประกอบของระบบนิเวศของสื่อดิจิทัล และขับเคลื่อนรูปแบบใหม่ของการตลาดทางสื่อดิจิทัล

ในขณะที่รัฐบาลพยายามที่จะทำความเข้าใจพัฒนาการใหม่ๆ ทางสื่อดิจิทัล เพื่อจะหาทางควบคุม กำกับสื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ดูเหมือนว่ารัฐบาลจะไม่สามารถควบคุม กำกับ สิ่งใดทางสื่อดิจิทัลได้เลย เนื่องจากกรอบความตกลงการค้า ด้านสื่อดิจิทัลถูกกำหนดมาโดยการล๊อบบี้เพื่อกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัลข้ามชาติ

การค้าเสรี CPTPP และ RCEP และ APEC พบว่ามี การบรรจุข้อกำหนดเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือ e-commerce ในการเจรจาด้วย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อนโยบายการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่องทางออนไลน์ ในขณะที่ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ e-commerce ระหว่างประเทศยังมีอยู่อย่างจำกัดมาก ทั้งนี้ องค์การการค้าโลกได้นิยาม e-commerce ว่าเป็นการผลิต การกระจาย การตลาด การขาย หรือการส่งสินค้าหรือบริการโดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีต่างๆ เช่น internet of Things ปัญญาประดิษฐ์ บล็อกเชน Big Data และ Cloud โดยมีขอบทใน CPTPP เกี่ยวข้องกับภาชี Digital Content หรือ ซอฟต์แวร์

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ข้อมูลของผู้บริโภค และความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ เป็นต้น

มีความเป็นไปได้สูง ที่กฎระเบียบของประเทศในการควบคุมการตลาดและการโฆษณาออนไลน์ ของเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์จะขัดแย้งกับกฎการค้า Digital Digital Trade Rule ซึ่งตามข้อบทยของ CPTPP ได้ปกป้องการออกกฎข้อจำกัดการใช้ Big Data การเผยแพร่ข้อมูล Source Codes และ algorithms กฎที่จะควบคุมการบริการของการค้าข้ามพรมแดน รวมถึงการบริการทางการเงินและข้อมูลพันในการลงทุนข้ามพรมแดนต่างๆ การปกป้องสิทธิของบริษัท เทคโนโลยีที่สามารถดำเนินธุรกิจต่างๆ ข้ามพรมแดนทางออนไลน์จากทางไกลโดยไม่จำเป็นต้องมีบริษัทสาขาในประเทศซึ่งจะอยู่นอกเหนืออำนาจการบังคับใช้กฎหมายของประเทศนั้นๆ กล่าวคือประเทศจะไม่สามารถห้ามการโฆษณาการสอบสวนระบุผู้กระทำผิดได้หากการโฆษณา เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์นั้นมีต้นกำเนิดจากต่างประเทศ⁸¹

วารสาร Lancet⁸² โดยคณะกรรมการจากมหาวิทยาลัย ออสโล ด้านธรรมาภิบาลสำหรับสุขภาพ ได้ตีพิมพ์งานวิจัยเมื่อไม่นานมานี้ ซึ่งบ่งชี้ถึงโครงสร้างทางการเมืองระดับโลกทำให้ความเป็นประชาธิปไตยลดลง เกิดกลไกที่อ่อนแอด้านความรับผิดชอบ และสถาบันที่ต้องปกป้องธรรมาภิบาลก็อ่อนแอ หรือไม่มีเลย จึงทำให้เกิดผลกระทบทางลบต่อการเมืองระดับโลกที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยกำหนดทางสุขภาพ (Otterson OP, Dasgupta J, Blouin C, Buss P, Chongsuvivatwong V, et al. 2014.) ช่องว่างหรือความไม่สอดคล้องระหว่างนโยบายการค้าและนโยบายสุขภาพ บ่งชี้ว่าระบบธรรมาภิบาลในระดับโลกถูกออกแบบมาเพื่อส่งเสริมและปกป้องผลประโยชน์ของผู้ที่มีอำนาจมากกว่า โดยประชากรกลุ่มที่เปราะบางที่สุด หรืออ่อนแอที่สุดจะสูญเสียสุขภาพ

ปัญหาของความไม่สอดคล้องระหว่างนโยบายการค้าและนโยบายสุขภาพระดับโลก จำเป็นจะต้องได้รับการแก้ไข โดยการเปลี่ยนแปลงคำศัพท์เฉพาะบางคำ หรือยกเว้นคำศัพท์บางคำ ในความตกลงการค้าเสรี และจำเป็นต้องรักษาช่องว่างเชิงนโยบาย (policy space) ของรัฐภาคีเพื่อปกป้องสาธารณสุข ขั้นตอนบางอย่างต้องได้รับการดำเนินการเพื่อเอื้อและส่งเสริมรัฐและองค์การต่างๆ ในการต่อสู้กับพลัง

อำนาจทางธุรกิจข้ามชาติ และเพื่อช่วยในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และ การเมือง ที่เป็นปัจจัยกำหนดสุขภาพ ให้เอื้อและส่งผลดีต่อสิทธิมนุษยชนที่พึงจะได้รับ มาตรฐานการมีสุขภาพดีสูงสุด

1. ทำไมต้องการค้าเสรี

เมื่อภูมิทัศน์ของโลกเปลี่ยน หากมองในเชิงภูมิศาสตร์การเมือง (Geopolitical aspect) เมื่อประเทศสหราชอาณาจักรออกจากสหภาพยุโรป ถ้าสหภาพยุโรปไม่ทำอะไรประเทศอื่นๆ จะออกตาม สหราชอาณาจักร สหภาพยุโรปต้องการ FTA เพื่อเป็นแต้มต่อทางการค้าแม้ว่าสหราชอาณาจักรจะออกจากสหภาพยุโรปแล้ว

เมื่อภูมิทัศน์ของโลกเปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิง เกิดปรากฏการณ์ของการแบ่ง ขั้ว และการชะงักของพหุภาคี สหภาพยุโรปต้องดิ้นรนเพื่อหาคำตอบต่อความท้าทาย ร้อยละ 35 ของสหภาพยุโรปเป็นการนำเข้าจากประเทศต่างๆ และเป็นสินค้าชั้นกลาง ในการผลิต การนำเข้าของสหภาพยุโรปเป็นการสร้างโอกาสให้ต้นทุนสินค้าชั้นกลาง และการผลิตเพื่อการส่งออก เพราะทำให้ต้นทุนการแข่งขันลดลง

หากพิจารณาในแง่ของประโยชน์และผลกระทบ ถ้าเป็นเรื่องที่มองถึงผลดี หรือประโยชน์ของการเข้าร่วมการค้าเสรี ก็ให้เห็นผลของการทำสัญญา FTA ได้เร็ว ขณะที่ผลกระทบต้องใช้เวลา นานจึงจะปรากฏและต้องหาทางเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบ

การค้าเสรีทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีขึ้น และประเทศต่างๆ เป็นส่วนหนึ่งของ Value Chain หรือห่วงโซ่ของโลก การค้าเสรีเป็นเครื่องมือการทำงาน และการขยายเศรษฐกิจ แต่ต้องเผชิญกับกระแสป้องกันทางการค้า ประเทศต่างๆ ต้องการแต้มต่อเพื่อเข้าสู่การค้ามากขึ้น ในทางการค้าเสรี มีการเจรจาในเรื่องการ ลด และเลิกมาตรการกีดกันทางการค้า การเจรจาในเรื่องมาตรฐานสิ่งแวดล้อม แรงงาน การขยายทรัพย์สินทางปัญญา สหภาพยุโรปเป็นเจ้าของบรรทัดฐาน ประเทศ ต่างๆ ต้องปรับ หรือยกมาตรฐาน เพื่อจะได้แต้มต่อการตลาดขนาดใหญ่ ได้สิทธิ ประโยชน์ทางการค้า และภาษีศุลกากร 0% ประเทศไทยมีปัญหามากโดยเฉพาะเรื่อง กฎหมายที่ล้าสมัยกว่าประเทศเวียดนาม ซึ่งมีการทบทวนกฎหมายโดยเลือกเฉพาะที่

จำเป็น และขอธรรม เอกชนมีความประหยัดในเชิงต้นทุนสูง ประเทศไทยจึงต้องปรับตาม หากต้องการไปสู่มาตรฐานเดียวกัน

ภาคการเงิน สถาบันการเงินเกิดการเปลี่ยนแปลง ธนาคารใหญ่ๆ มาตั้งไม่ได้ แนวทางธุรกิจใหม่ คือการเป็นพันธมิตรกับสถาบันการเงินต่างประเทศ เป็นแนวทางการถ่ายทอดเทคโนโลยีอย่างดี ภาคบริการที่ต้องให้ความสำคัญคือ Digital trade ประเทศไทยต้องทำกฎหมายต่างๆ ให้ได้มาตรฐาน ภาคการผลิตของไทยต้องเร่งพัฒนา ถ้าผลผลิตสินค้าไม่มีคุณภาพ การผลิตที่ไม่ได้ประสิทธิภาพ และไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และไม่มีความสามารถในการแข่งขัน หากไทยไม่พยายามที่จะปรับปรุงตนเอง ไม่พยายามที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพ และปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ก็จะทำให้เกิดผลกระทบด้านลบจากการค้าเสรีแน่นอน เพราะว่าสินค้าจากต่างประเทศจะเข้ามาแข่งขัน

2. ผลของข้อตกลงที่ครอบคลุมประเด็นการคุ้มครองการลงทุน และ การถูกใช้มาตรการ การระงับข้อพิพาทระหว่างผู้ลงทุนและรัฐ (Investor-State Dispute Settlement - ISDS)

การค้าเสรีไทยกับสหภาพยุโรป

(1) แม้ปัจจุบันสหภาพยุโรปไม่ไข่มหาอำนาจอีกต่อไป แต่ยังมีบทบาทในการสร้างบรรทัดฐาน และมาตรฐานทางปฏิบัติอยู่

(2) กลไก ISDS ภายใต้อาณัติความตกลงเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน (BITs) และความตกลงการค้าเสรี (FTAs) มีข้อได้เปรียบจากกฎหมายภายในประเทศคือสามารถใช้บังคับได้ทั่วโลก ซึ่งหากรัฐใดของภาคีละเมิดพันธกรณีตามที่กำหนดในความตกลง และส่งผลให้การลงทุนของนักลงทุนต่างชาติได้รับความเสียหาย นักลงทุนก็จะมีสิทธิใช้กลไก ISDS ในการระงับข้อพิพาทได้ โดย ISDS จะส่งผลดีต่อทั้งความเชื่อมั่นของนักลงทุนและระบบธรรมาภิบาล (Good governance) ในขณะที่ทางรัฐบาลก็ยังคงมีอำนาจเต็มในการกำหนดนโยบาย ซึ่งในภาพรวมเป็นการสร้างสมดุลระหว่างนักลงทุนกับรัฐบาลผู้รับการลงทุน

(3) สำหรับการเจรจาความตกลงการค้าเสรีไทย-สหภาพยุโรป ในเรื่องข้อบพ ISDS ไทยต้องศึกษาความเป็นไปได้ต่างๆ ว่าจะมีผลกระทบมากน้อยเพียงใด⁸³ ซึ่งต้องปรึกษาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทุกภาคส่วน โดยมุมมองของนักลงทุนไทยที่ได้มีโอกาสไปลงทุนในต่างประเทศ มองว่า ISDS จะมีประโยชน์กับตน เพราะการไปลงทุนต่างประเทศนั้น มีโอกาสที่จะเกิดข้อพิพาทขึ้นได้ หากมีกลไกที่เหมาะสมก็จะช่วยให้มีความมั่นคงขึ้น

(4) ผู้แทนจากภาคประชาสังคมนั้นมีความเห็นที่ไม่เห็นด้วยกับการมีข้อบพเรื่อง ISDS ภายใต้กรอบความตกลงการค้าเสรีไทย-สหภาพยุโรป โดยยกตัวอย่างกรณีศึกษาต่างๆ ในต่างประเทศที่เกิดผลกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ และต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ทีมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ควรคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมา รวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่จะตามมา หากจำเป็นต้องมีข้อบพเรื่อง ISDS ภายใต้กรอบความตกลงการค้าเสรีไทย-สหภาพยุโรป

ความตกลงหุ้นส่วน RCEP และ CP-TPP

ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership) หรือที่เรียกย่อๆ ว่า RCEP หลายประเทศในกลุ่มความตกลงนี้ ยังเป็นสมาชิกความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Comprehensive and Progressive Trans-pacific Partnership) หรือ – CP-TPP) ซึ่งเป็นความตกลงระดับภูมิภาคขนาดใหญ่ที่เอื้อประโยชน์แก่บริษัทขนาดใหญ่เช่นเดียวกัน แม้ว่าชะตากรรมของความตกลง CP-TPP จะยังไม่แน่นอน แต่ทั้ง CP-TPP และ RCEP อาจหนุนเสริมซึ่งกันและกัน โดยมีแรงกดดันที่จะบีบให้ความตกลงทั้งสองมีเงื่อนไขให้สอดคล้องกันในหลายข้อ

ความยืดหยุ่นของ RCEP ที่ยอมรับความต้องการของแต่ละประเทศได้ ซึ่งแต่ละประเทศในเอเชียแปซิฟิก 15 ประเทศนั้นมีความหลากหลายและแตกต่างกันอย่างไรก็ดี ในการลงนามข้อตกลง RCEP นี้ประเทศภาคีทั้ง 15 ประเทศยังหวังว่าอินเดียจะกลับเข้ามาเข้าร่วมกับ RCEP อีกครั้ง หลังจากที่ถอนตัวออกไปในช่วงการประชุมอาเซียนที่ประเทศไทยในปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา โดยให้เหตุผลสำคัญคือการทะเลาะของสินค้าจีน รวมไปถึงการเคลื่อนย้ายแรงงาน ที่ยังหาข้อสรุปเหล่านี้ไม่ได้ หาก

มองผลกระทบจาก 8 ความตกลงการค้าเสรีทั้งสอง ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องตีแอลกอฮอล์ จะเห็นได้ว่า ต้องเกิดผลกระทบทางลบอย่างแน่นอน เนื่องจากไทยนำเข้าสุราจากจีน และเวียดนามในสัดส่วนที่มากขึ้นในระยะไม่กี่ปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตาม ความตกลงการค้าเสรีต่างๆ นั้น ในแง่ของเนื้อหาในความตกลงฯ ทีมเจรจาการค้าระหว่างประเทศไม่ได้เป็นผู้ปฏิบัติ จึงไม่เห็นถึงปัญหา กรมสนธิสัญญา ดูเนื้อหาแล้วก็ไม่มีปัญหา ลงนามในความตกลงฯ ได้ไม่มีปัญหา

แต่ผู้ปฏิบัติ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือกรมควบคุมโรค ดูเรื่องอาหารและยา ทุกๆ วัน มีผู้ประกอบการมายื่นขอใบอนุญาต ผู้ปฏิบัติต้องอยู่ในลักษณะกังวลกับการถูกร้องเรียน หรือฟ้องร้องด้วยกลไก ISDS ตัวอย่างเช่น การช่วยเหลือผู้ประกอบการภายในชั่วคราวของรัฐ การยกเว้นภาษีให้ผู้ประกอบการโดยการประกาศชั่วคราว องค์การการค้าโลกมองว่า มาตรการเช่นนี้ ถือว่าทำผิดความตกลงฯ จึงมีความเสี่ยง หากประเทศไทยจะถูกฟ้องร้อง หรือการที่สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นฝ่ายปฏิบัติและออกประกาศเรื่องฉลากคำเตือนสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันทั้งผลิตภัณฑ์ของไทยและต่างประเทศ แต่ก็จะถูกนำไปเป็นข้อพิพาทได้ เพราะอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติจะอ้างว่าเป็นอุปสรรคด้านเทคนิคทางการค้าได้ (Technical Barrier to Trade – TBT)

คณะกรรมการวิสามัญ เพื่อพิจารณาศึกษาผลกระทบจากการเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก สภาผู้แทนราษฎร (พ.ศ. 2563) ได้ศึกษาผลกระทบด้านเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนโดยประชุมพิจารณาศึกษาโอกาสและผลกระทบด้านเศรษฐกิจ การค้าการลงทุน ตลอดจนคำชี้แจงและความเห็น จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่เข้าร่วมประชุมในประเด็นต่างๆ จำนวน 11 ประเด็น ⁸⁴ ได้แก่ 1) ภาพรวมการประเมินผลกระทบจาก Post-COVID 19 2) การค้าสินค้า กฎถิ่นกำเนิดสินค้าและประเด็น Free Zone 3) การค้าบริการการลงทุนและการเข้าเมืองชั่วคราวสำหรับนักธุรกิจ 4) การคุ้มครองสิทธิแรงงาน พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ 6) กลไกระงับข้อพิพาทระหว่างนักลงทุนกับรัฐ 7) การจัดซื้อจัดจ้างโดย

รัฐ 8) รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานที่ได้รับสิทธิพิเศษ เพื่อความมั่นคงแห่งรัฐ 9) อุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า 10) มาตรการสุขอนามัย และสุขอนามัยพืช และ 11) สินค้าชายแดนอันตราย โดยเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมประชุมเพื่อให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงตลอดจนชี้แจงแสดงความคิดเห็นจำนวน 17 ครั้ง (กลุ่มงานคณะกรรมการ 2563 หน้า 23)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อข้อคำถาม ประเทศไทยมีการเตรียมการอย่างไร หากเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรีแล้ว อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติร้องเรียนว่า พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นอุปสรรคทางการค้า และประเทศไทยจะต้องเข้าสู่กระบวนการระดับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการ?

ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายระหว่างประเทศ รวมทั้งนักเศรษฐศาสตร์ที่ติดตามการเจรจาการค้าเสรีให้ความเห็นว่า กฎ ระเบียบ มาตรการต่างๆ ที่ไม่ทันสมัยของประเทศไทย จำเป็นต้องปรับแก้ไข ก่อนที่จะถูกบีบบังคับให้แก้ไขโดยมาตรฐานระดับโลก เท่าที่ทราบ นักกฎหมายระดับชาติของไทยเข้าใจว่า ความตกลงการค้าเสรี นำมาบีบบังคับกฎหมายไทยไม่ได้เพราะประเทศไทยมีอำนาจอธิปไตย ดังนั้น ต้องถามต่อว่าความเข้าใจนี้ถูกต้องแค่ไหน เป็นความจริงมากแค่ไหน หรือแค่เป็นความคิดเห็นที่ไม่ถูกต้อง ความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเป็นอันตรายอย่างมาก และอาจจะทำให้รัฐบาลไทยเสียค่าชดเชยเป็นจำนวนเงินมหาศาล เช่น กรณีทางด่วนโทลล์เวย์และบริษัท Walter Bau หรือกรณีเหมืองทองอัครา บริษัท Kingsgate และรัฐบาลไทย เป็นต้น

ประเทศไทยจะขอยกเว้นไม่เจรจาสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในความตกลงการค้าเสรีอาจจะไม่มีทางเป็นไปได้ แต่ถ้าหากประชาคมอาเซียน รวมตัวกันเจรจากับประเทศคู่เจรจา อาจจะขอยกเว้นได้ หรือการรวมกลุ่มกัน เช่น Global Alcohol Policy Alliance ขับเคลื่อนและผลักดันให้องค์การอนามัยโลกเป็นเจ้าภาพในการจัดทำกรอบการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Framework for Action on Alcohol Control) ระดับโลก ซึ่งจะทำให้ประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายสามารถมีอำนาจในการเจรจาต่อรองได้ในการทำความตกลงการค้าเสรี

กฎเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับอนุญาโตตุลาการ เป็นกลไกหนึ่งที่น่าสนใจ
ต่างชาติและองค์ธุรกิจข้ามชาติ ใช้บั่นทอนความศักดิ์สิทธิ์ของกฎหมาย
ภายในประเทศ ทั้งๆ ที่ระบบอนุญาโตตุลาการปราศจากความโปร่งใสในกระบวนการ
วิธีพิจารณาและชี้ขาดข้อพิพาท เนื่องจากไม่มีการเปิดเผยการพิจารณาคดีต่อสาธารณะ
ปิดกั้นโอกาสที่สาธารณชนจะเข้าถึงเอกสารสำนวนความต่างๆ ที่ใช้ในการพิจารณาคดี
และระบบอนุญาโตตุลาการปราศจากความแน่นอน ในขณะที่ระบบศาลและ
กระบวนการยุติธรรมจะมีการสร้างบรรทัดฐานสำหรับคดีต่อมาตามคำพิพากษาของ
ศาล แต่คำวินิจฉัยชี้ขาดของอนุญาโตตุลาการไม่มีผลในการสร้างบรรทัดฐานใดๆ

ดังนั้น ในการเจรจาความตกลงการค้าเสรี ทีมเจรจาของประเทศไทยควรจะ
ขอตัดกลไกการระงับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการออกไป ไม่ใช้กลไกนี้เลย เนื่องจาก
เหตุผลที่กล่าวมานี้ บ่งบอกว่ากลไกการระงับข้อพิพาทนี้ให้อำนาจนักลงทุนต่างชาติ
และองค์ธุรกิจข้ามชาติฟ้องร้องดำเนินคดีกับรัฐได้โดยตรง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เคยปรากฏ
มาก่อนตามจารีตประเพณีกฎหมายระหว่างประเทศ โดยมีลักษณะที่รัฐโอนอำนาจ
พิจารณาพิพากษาอรรถคดีให้แก่อนุญาโตตุลาการ ในทางทฤษฎีเท่ากับรัฐได้ยินยอม
สละอำนาจอธิปไตยทางศาลของตนและตกลงยินยอมถ่ายโอนอำนาจดังกล่าวให้แก่
อนุญาโตตุลาการเพื่อทำการวินิจฉัยชี้ขาดอรรถคดีแทน กรณีศึกษาของประเทศ
ออสเตรเลียมีความน่าสนใจที่รัฐบาลออสเตรเลียแสดงจุดยืนปฏิเสธที่จะลงนามในเรื่อง
กลไกการระงับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการ เพราะมีประสบการณ์จากกรณีของบุหรี
แบบปราศสีสันและเป็นมาตรฐาน (Tobacco Plain and Standardized Packaging)

เพื่อให้ประเทศสามารถเจรจาต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อบทยกเว้น
มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้เหมือนกับที่กลุ่มประเทศในความตกลงที่
ครอบคลุมและก้าวหน้าความเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก ยกเว้นการใช้
กลไกการระงับข้อพิพาทระหว่างรัฐและเอกชน (ISDS) ในประเด็นที่เกี่ยวกับมาตรการ
ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ

ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อข้อคำถาม ความตกลงการค้าเสรีในยุคปัจจุบัน
เช่น Regional Comprehensive Economics Partnership (RCEP),
Comprehensive and Progressive Trans-Pacific Partnership Agreement

(CP-TPP) มีบทบาทเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้ลงทุน ซึ่งจะทำให้ผู้ลงทุนต่างชาติสามารถฟ้องรัฐบาลไทยได้โดยตรง ประเทศไทยควรจะยอมให้เกิดเหตุการณ์แบบนี้หรือไม่ ทั้งๆ ที่ไม่มีการรับประกันใดๆ ว่าเมื่อเข้าร่วมความตกลงการค้าเสรีแล้ว จะทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้น?

ในบทบาทเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้ลงทุนต่างชาตินี้ ถ้าอ่านอย่างละเอียด และแปลความให้ตรงกับเจตนารมณ์ของผู้ร่างความตกลงการค้าเสรี เช่น CP-TPP จะเข้าใจได้อย่างชัดเจนว่า เจตนาของผู้ร่างฯ ต้องการปกป้อง คุ้มครอง ผู้ลงทุนต่างชาติอย่างเต็มที่ เป็นการเอื้อประโยชน์และให้ความคุ้มครองผู้ลงทุนต่างชาติมากกว่าสิทธิและอธิปไตยของประเทศที่รับการลงทุน เพราะไม่มั่นใจในระบบศาล หรือกระบวนการยุติธรรมของประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลาย

บทบาทนี้เปิดโอกาสให้ผู้ลงทุนต่างชาติสามารถฟ้องรัฐบาลได้โดยตรง หลักเกณฑ์ที่เอื้อประโยชน์ให้แก่นักลงทุนต่างชาติแต่เพียงฝ่ายเดียว มีผลกระทบอย่างรุนแรงต่ออำนาจอธิปไตยของรัฐ และมีผลต่อการกำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจ สังคม และสาธารณสุข ซึ่งเป็นการลดการใช้อำนาจอธิปไตยของรัฐลง และเพิ่มอำนาจของนักลงทุนต่างชาติ ทำให้กฎหมายภายในประเทศ เช่น พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ถูกทำลายด้วยกลไกระงับข้อพิพาทระหว่างนักลงทุนกับรัฐ และมีผลกระทบโดยตรงต่ออำนาจอธิปไตยของประเทศในการออกกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ เพื่อประโยชน์ด้านสาธารณสุข ทำให้นักลงทุนต่างชาติและองค์กรธุรกิจข้ามชาติ มีอิทธิพลเหนือรัฐบาลในการกำหนดนโยบายแห่งรัฐ

จากเหตุผลที่กล่าวมานี้ จึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรยินยอมให้เกิดขึ้นเพราะเท่ากับเป็นการ “ขายอำนาจอธิปไตย” ของชาติเพื่อแลกเปลี่ยนกับความหวังว่าจะได้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่คุ้มค่า ซึ่งไม่มีการรับประกันใดๆ ทั้งสิ้น และอำนาจอธิปไตยของชาติ ก็ไม่ควรนำไปแลกกับสิ่งใดๆ ทั้งสิ้น

ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายระหว่างประเทศท่านหนึ่ง ซึ่งมีประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับความตกลงการค้าเสรีทั้งหลาย เคยกล่าวว่า “รัฐบาลไทยไม่ควรร่วมกับบทมาตรการคุ้มครองผู้ลงทุนต่างชาติ ในขณะที่นักเศรษฐศาสตร์ระดับโลกที่ได้รับ

รางวัล โนเบล เช่น Joseph Stiglitz และ Paul Krugman กล่าวว่า “ผู้ที่จะสูญเสียมากที่สุดในการเข้าร่วมความตกลงการค้าเสรีคือประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลาย”

อย่างไรก็ตาม ผู้แทนกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ได้ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ การค้าเสรีและผลต่อการดำเนินคดี สามารถโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มประเทศที่มี FTA และเปิดตลาดเกือบร้อยละร้อย ได้แก่ บรูไน มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย ชิลี

2. กลุ่มประเทศที่ไทยมี FTA แต่ยังไม่เปิดตลาดไม่ถึงร้อยละ 100 ได้แก่ ญี่ปุ่น และเปรู

3. กลุ่มประเทศที่ไทยยังไม่มี FTA ด้วย ได้แก่ แคนาดา และเม็กซิโก กรมสนธิสัญญาและกฎหมายให้ข้อมูลว่า หลักการเรื่องการคุ้มครองการลงทุนเป็นสิ่งที่ไทยยอมรับมานานแล้วตั้งแต่ปี 2504 ภายใต้ความตกลงเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน (Bilateral Investment Treaties: BITs) ของไทยกับประเทศต่างๆ ทั้งในระดับทวิภาคีและภูมิภาค ข้อบทการระงับข้อพิพาทระหว่างรัฐและเอกชน (ISDS) เป็นกลไกที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศ ทั้งนี้ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 ไทยมีการจัดทำ BITs กับประเทศต่างๆ ซึ่งมีผลใช้บังคับจำนวน 36 ฉบับ และมี FTAs ที่มีข้อบทด้านการคุ้มครองการลงทุนจำนวน 9 ฉบับ (กลุ่มงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 หน้า 64) โดยที่ผ่านมามีคดีภายใต้ความตกลงระหว่างประเทศ แล้ว 3 คดี

- เจรจาไกล่เกลี่ยสำเร็จ 1 คดี
- เป็นคดีภายใต้ BIT 2 คดี และ
- คดีภายใต้ FTA 1 คดี

นักเศรษฐศาสตร์ระดับโลก ผู้ได้รับรางวัลโนเบล เช่น Joseph Stiglitz และ Paul Krugman เตือนว่าประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายจะสูญเสียมากกว่าได้ประโยชน์ หากเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรี เช่น CP-TPP เหตุใดรัฐบาลไทยจึงมีความพยายามที่จะเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรีดังกล่าว?

หากมองในภาพกว้างจะเข้าใจในคำเตือนของนักเศรษฐศาสตร์ระดับโลกทั้งสอง แม้แต่ ดร. ศุภชัย พานิชภักดิ์ อดีตเลขาธิการการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) และอดีตผู้อำนวยการใหญ่องค์การการค้าโลก (WTO) เคยเตือนรัฐบาลไทยผ่านบทความในหนังสือพิมพ์ บางกอก โพสต์ ว่าการเข้าร่วมความตกลงการค้าเสรี เช่น CP-TPP ไม่ได้หมายความว่าทุกประเทศจะได้ประโยชน์เสมอไป และยกตัวอย่างประเทศเม็กซิโกว่า ตั้งแต่เข้าร่วมความตกลงการค้าเสรีในทวีปอเมริกาเหนือ (NAFTA) เศรษฐกิจของประเทศเม็กซิโกกลับแย่ลงกว่าเดิม

ดังนั้น รัฐบาลไทยจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นให้ประชาชนคนไทยมั่นใจเสียก่อนว่า คนไทยส่วนใหญ่จะได้รับประโยชน์มากกว่าเสียประโยชน์ ในการเข้าร่วมความตกลงการค้าเสรี ไม่ใช่พอใจเพียงแค่ว่ากลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยจะได้ประโยชน์ แต่ไม่สนใจว่าภาคสุขภาพและสาธารณสุขจะเสียประโยชน์มหาศาล ทีมเจรจาการค้าระหว่างประเทศของไทยมักจะมองเพียงอุตสาหกรรมบางส่วนว่าจะได้ประโยชน์ แต่ไม่ได้มองภาพรวมว่าประเทศไทยจะเสียประโยชน์มากกว่าได้ประโยชน์

ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ และทีมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ มีพันธะที่จะต้องดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล หรือรองนายกรัฐมนตรีทางด้านเศรษฐกิจ แต่จะต้องมองภาพรวมของประเทศไทยด้วยว่าต้องไม่เสียประโยชน์มากกว่าได้รับประโยชน์ และรัฐบาลจะต้องมองหาทางเยียวยากลุ่มที่เสียผลประโยชน์จากการเข้าร่วมความตกลงการค้าเสรีด้วย ก่อนที่จะเข้าร่วมความตกลงการค้าเสรี

ที่ผ่านมา ดูเหมือนรัฐบาลไทยและทีมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งรองนายกรัฐมนตรีทางด้านเศรษฐกิจ และกระทรวงพาณิชย์ จะมองแต่ส่วนดี (โลกสวย) ของการเข้าร่วมความตกลงการค้าเสรี แต่มองข้ามความเสียเปรียบในภาคส่วนอื่นๆ คือไม่ได้มองในภาพใหญ่กว่าประเทศไทยและคนไทยจะได้ประโยชน์มากกว่าเสียประโยชน์หรือไม่ กระบวนการทำประชาพิจารณ์ก็ดี การจ้างนักวิจัยก็ดี ดูเหมือนกระทรวงพาณิชย์จะมองข้ามความเสียเปรียบของประเทศ และมองแต่ส่วนดีที่จะเข้าร่วมความตกลงการค้าเสรีเท่านั้น

ปัญหาของความไม่สอดคล้องระหว่างนโยบายการค้าและนโยบายสุขภาพระดับโลก จำเป็นจะต้องได้รับการแก้ไข และรัฐบาลจำเป็นต้องรักษาช่องว่างเชิง

นโยบายเพื่อปกป้องระบบสุขภาพ ขั้นตอนบางอย่างต้องได้รับการดำเนินการเพื่อเอื้อ และส่งเสริมรัฐ และองค์การต่างๆ ในการต่อสู้กับพลังอำนาจทางธุรกิจข้ามชาติ และเพื่อช่วยในการดำรงไว้ และพัฒนาระบบสุขภาพ สังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และการเมือง ซึ่งเป็นปัจจัยกำหนดสุขภาพ และส่งผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชนที่จะได้รับมาตรฐานสูงสุดของการมีสุขภาพดี

3. ผลของข้อตกลงด้านการระบุงบข้อสงวนและหลักการปฏิบัติเยี่ยงชาติ (National Treatment) และหลักการปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับการอนุเคราะห์อย่างยิ่ง (Most-Favored-Nation Treatment) เรื่อง Performance Requirements

ผลของข้อตกลงด้านการระบุงบข้อสงวน⁸⁵

จากผลการรวบรวมเอกสารและข้อสรุปของกรรมาธิการวิสามัญ เพื่อพิจารณาศึกษาผลกระทบของการเข้าร่วม CP-TPP (พฤศจิกายน พ.ศ. 2563) บ่งชี้ว่า สำหรับกรณีของเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ ว่าด้วยพฤติกรรมการตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ของคนไทยนั้น มีความแตกต่างจากประเทศอื่น โดยตีมีจัดและมีพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดผลกระทบกับบุคคลอื่นๆ อย่างมาก ดังจะเห็นได้จากสาเหตุของอุบัติเหตุจราจร การทะเลาะวิวาท การทำร้ายบุคคลในครอบครัวและบุคคลอื่นๆ เครื่องตีมีแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุของการป่วยเรื้อรังจำนวนมาก เกิดค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจและสังคม การควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องตีมีแอลกอฮอล์จะมีลักษณะและวิธีการคล้ายคลึงกับการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ

ความตกลง CP-TPP มีข้อบทที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ ได้แก่บทที่ 8 (อุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า) และ Annex 8-A (ไวน์และสุรากลั่น) โดยประเด็นกำหนดที่เกี่ยวข้องกับฉลากของเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ บทที่ 9 (การลงทุน) ซึ่งกำหนดเรื่องการคุ้มครองการลงทุนรวมถึงกลไก การระงับข้อพิพาทระหว่างนักลงทุนเอกชนและรัฐ และมาตรา 28.3 ขอบเขตของข้อพิพาทและการระงับข้อพิพาท

ภาคประชาชนและภาคสุขภาพ มีความกังวลเช่นเดียวกับกรณีผลิตภัณฑ์ยาสูบ แต่ในกรณีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นไม่มีกรอบอนุสัญญาควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Framework Convention on Alcohol Control - FCAC) ซึ่งอาจมีความเสี่ยงสูงในการถูกฟ้องร้องเมื่อกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผู้แทนกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ มีความเห็นว่าอาจทำข้อสงวนได้ เช่นเดียวกับกรณียาสูบ เนื่องจากเป็นมาตรการเพื่อสาธารณสุขประโยชน์ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนอย่างยิ่ง และพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ยังคงสามารถบังคับใช้ได้เช่นเดิม เนื่องจากไม่มีการเลือกปฏิบัติระหว่างคนในชาติกับคนต่างชาติ (non-discrimination)

ในเรื่องนี้คณะกรรมการวิสามัญฯ สมาชิกผู้แทนราษฎร มีความเห็นว่าประเทศไทยมีความจำเป็นที่จะต้องมีการตั้งข้อสงวนสำหรับมาตรการควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่นเดียวกับมาตรการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

ด้วยว่าสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีผลเสียระยะยาวต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ เหตุใดผู้แทนทีมเจรจาการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยไม่ใช้สิทธิในการขอสงวน หรือขอยกเว้น สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ออกจากการเจรจาการค้าเสรี?

การเจรจาการค้าเสรีในระดับโลก หากประเทศไทยขอยกเว้นสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ออกจากการเจรจา ประเทศคู่เจรจาก็อาจจะขอยกเว้นอาหารทะเลที่ไทยต้องการส่งออก ขอยกเว้นยานยนต์ที่ไทยได้เปรียบ ออกจากการเจรจา ฯลฯ จึงอาจจะเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทีมเจรจาของประเทศไทยไม่ใช้สิทธิในการขอสงวน หรือขอยกเว้นสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ออกจากการเจรจาการค้าเสรี

อีกเหตุผลหนึ่งที่น่าจะเป็นไปได้คือ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2 ยักษ์ใหญ่ในประเทศไทย ใช้พลังอำนาจทางธุรกิจในการแทรกแซง หรือโน้มน้าว (ล็อบบี้) ไม่ให้ทีมเจรจาการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย ใช้สิทธิในการขอสงวน หรือขอ

ยกเว้นสินค้าเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ ออกจากการเจรจาการค้าเสรี เพื่อที่อุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ในประเทศไทยจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการส่งออกไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้ อาจจะได้ประโยชน์ในการให้อุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ระดับโลก กีดกันรัฐบาลไทยด้วยการใช้บทที่ว่าด้วยอุปสรรคทางเทคนิคด้านการค้า (Technical Barrier to Trade - TBT) ทำให้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ พ.ศ. 2551 อ่อนแอลง มีผลทำให้อุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สามารถทำการโฆษณา การตลาด การเป็นผู้อุปถัมภ์รายการดนตรี กีฬา ประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ ได้สะดวกขึ้น ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคง่ายขึ้น รวมทั้งเด็กและเยาวชนไทยจะกลายเป็น “ลูกค้ายะยะยาว” ของอุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์เพิ่มมากขึ้น

อีกเหตุผลหนึ่งคือบทที่ว่าด้วยการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือการค้าทางดิจิทัล ซึ่งอุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์และอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล หรือสื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ ยูทูป ภูเก็ต ต่างมีความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นมาตลอด 5 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล ได้ช่วยพัฒนาการทำการตลาด การโฆษณาให้อุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ และสามารถเข้าถึงกลุ่มที่ยังไม่ได้เป็นลูกค้าของอุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ แต่มีลักษณะทางเอกลักษณ์ส่วนบุคคลที่ใกล้เคียงกับลูกค้าของอุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ เช่น เพศ อายุ นิสัย งานอดิเรก กิจกรรม ฯลฯ เพื่อดึงดูดให้เข้ามาร่วมกิจกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ นอกจากนี้ การกด ไลค์ แชร์ แชนแท็ก หรือข้อความในการแสดงทัศนะต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องตี้อัลกอฮอลล์ เท่ากับลูกค้าของอุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ เป็นผู้ประชาสัมพันธ์ โฆษณา และทำการตลาด ให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตี้อัลกอฮอลล์ ซึ่งรัฐบาลใดๆ จะไม่สามารถดำเนินการเอาผิดกับอุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ได้ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ข้ามชาติที่ทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการตลาด ผ่านสื่อดิจิทัล เนื่องจากการร่างบทมาตรการการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์นี้ อุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล ร่างขึ้นมาด้วยเจตจำนงที่จะไม่ให้อุตสาหกรรมใดๆ เข้ามาควบคุมแหล่งรหัส (source code) ข้อมูล (data) กระบวนการขั้นตอนการปฏิบัติ (algorithm) ได้เพราะเป็นความลับทางการค้า

ข้อบทว่าด้วยการคุ้มครองการลงทุน Investment Protection และกลไกการระงับข้อพิพาทระหว่างรัฐกับเอกชน (Investor-State Dispute: ISDS) บทที่ 9 ของความตกลง CP-TPP กำหนดให้มี การเปิดการค้าเสรีทางการลงทุนและคุ้มครองการลงทุนต่างๆ ของนักลงทุน ซึ่งมีขอบเขตกว้างขวาง ที่แตกต่างจากความตกลงด้านการลงทุนอื่นๆ อย่างมีนัยยะสำคัญ นอกจากนี้ ยังได้กำหนดให้มีกลไกการระงับข้อพิพาทระหว่างรัฐกับเอกชน รวมถึงกรณีมาตรการของรัฐ ที่เป็นการเวนคืนทรัพย์สินทางตรงและทางอ้อมไว้ในบทที่ 9 และภาคผนวก (Annex) ที่อาจส่งผลกระทบต่อหน้าที่และความรับผิดชอบของหน่วยงานด้านสาธารณสุขซึ่งมีหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค ป้องกันควบคุมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทำลายสุขภาพ และจำเป็นต้องออกมาตรการต่างๆ เพื่อลดการบริโภคผลิตภัณฑ์ทำลายสุขภาพเหล่านั้น ซึ่งสวนทางและมีผลกระทบต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้และกำไรของธุรกิจเอกชน

ภาคสาธารณสุขมีความกังวลในเรื่อง ISDS กล่าวคือความตกลง CP-TPP ในเรื่องการเปิดตลาดการค้าเสรี (Free Trade) สำหรับสินค้าประเภทสุราสามารถเปิดตลาดการขายเสรีเหมือนสินค้าประเภทอื่นและข้อตกลงทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสื่อดิจิทัล จะเป็นอุปสรรคใหม่สำหรับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และอาจเป็นเหตุให้รัฐถูกฟ้องโดยเอกชนด้วยกลไกนี้

กรมสนธิสัญญาและกฎหมายได้ให้ข้อมูลว่า การประเมินความเสี่ยงที่ประเทศไทยจะถูกฟ้องร้องผ่านกลไก ISDS ภายใต้ความตกลง CP-TPP ก่อนอื่นต้องเปรียบเทียบกับบทการลงทุนของความตกลง CP-TPP กับความตกลงอื่นๆ ที่ประเทศไทยมีอยู่แล้วกับสมาชิก CP-TPP ซึ่งสมาชิก CP-TPP ที่เป็นนักลงทุนรายใหญ่ในประเทศไทย รวมทั้งที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทยติด 10 อันดับแรกในโลกคือ เครือรัฐออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐสิงคโปร์ นั้นมีความตกลงกับประเทศไทยที่มีกลไก ISDS อยู่แล้ว ซึ่งในกรณีที่นักลงทุนมีความตกลงให้เลือกมากกว่า 1 ฉบับ นักลงทุนที่ต้องการฟ้องรัฐย่อมต้องประเมินว่า การฟ้องร้องภายใต้ความตกลงใดจึงจะมีโอกาสชนะคดีมากที่สุด เมื่อประเมินในประเด็นนี้แล้วจะเห็นได้ว่า ความตกลง CP-TPP ซึ่งเป็นความตกลงยุคใหม่ มีข้อจำกัดมากกว่าความตกลงอื่นๆ ที่ประเทศไทยมีอยู่ ซึ่ง

เป็นความตกลงยุคเก่า โดยเฉพาะความตกลง CP-TPP นั้นมีบทบัญญัติให้พื้นที่รัฐในการกำหนดนโยบาย (policy space safeguard) มากกว่า ทั้งที่จำกัดขอบเขตของพันธกรณีให้แคบลง และที่ระบุข้อยกเว้นให้รัฐสามารถใช้มาตรการเพื่อปกป้องสวัสดิภาพของประชาชน อีกทั้งยังมีบทบัญญัติที่กำหนดเงื่อนไขในการยื่นฟ้องคดี และเพิ่มรายละเอียดวิธีพิจารณาความของคณะอนุญาโตตุลาการ (procedural safeguard) ให้ชัดเจนและรัดกุมมากขึ้น ดังนั้น ในกรณีที่เกิดข้อพิพาท นักลงทุนจากสมาชิก CP-TPP ที่จะเลือกใช้ความตกลง CP-TPP เพื่อฟ้องรัฐไทย แทนความตกลงด้านการลงทุนยุคเก่า โดยเฉพาะหากเป็นข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องกับมาตรการด้านสาธารณสุข ก็จะเป็นผลดีสำหรับประเทศไทย เนื่องจากความตกลง CP-TPP มีบทบัญญัติที่เป็นประโยชน์ต่อฝ่ายรัฐในการต่อสู้คดี

กรณีการตีความคำว่า rare circumstance ใน Annex 9-B ที่ใช้จำกัดความกรณีที่มาตรการกำกับดูแลของรัฐเพื่อปกป้องสวัสดิภาพของประชาชน อาจยังถือได้ว่าเป็นมาตรการเวนคืนทางอ้อมนั้น จะเป็นแนวทางการตีความของคณะอนุญาโตตุลาการระหว่างประเทศ เกี่ยวกับขอบเขตในการใช้สิทธิของรัฐในการกำกับดูแล (right to regulate) ภายใต้กฎหมายจารีตประเพณีระหว่างประเทศมี rare circumstance ที่น่าจะมุ่งเน้นไปที่ความได้สัดส่วนของมาตรการและหลักสุจริต (proportionality and good faith) ซึ่งโดยสรุป rare circumstance คือกรณีที่รัฐใช้มาตรการกำกับดูแลด้วยความไม่สุจริตใจและความรุนแรง (severity) ของมาตรการที่ใช้ไม่ได้สัดส่วน (disproportionality) กับวัตถุประสงค์ที่รัฐต้องการบรรลุ

กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศให้ข้อมูลว่าหากประเทศไทยเห็นว่า สิทธิในการกำกับดูแลของรัฐที่อยู่ภายใต้ CP-TPP ไม่เพียงพอ และยังมีข้อห่วงใย ประเด็น ISDS อยู่ ประเทศไทยอาจจะขอจัดทำ Side Letter เพื่อยกเว้นข้อกังวลดังกล่าวนี้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการเจรจา โดยยกตัวอย่าง กรณีนิวซีแลนด์ซึ่งได้ทำ Side Letter กับ 5 ประเทศเพื่อจำกัดการใช้กลไก ISDS ระหว่างกันได้แก่ เครือรัฐออสเตรเลีย สาธารณรัฐเปรู สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สหพันธรัฐมาเลเซีย และเนการาบรูไน ดารุสซาลาม โดยใช้ Side Letter ระหว่างนิวซีแลนด์กับเครือรัฐออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์กับ

สาธารณรัฐเปรู กำหนดห้ามมิให้นักลงทุนใช้ ISDS เพื่อฟ้องรัฐ ซึ่งเป็นการป้องกันการฟ้องรัฐภายใต้ CP-TPP ในทุกพันธกรณี แต่ไม่ได้ตัดสิทธิการฟ้องร้องของนักลงทุนภายใต้ความตกลงฉบับอื่น หากเข้าเงื่อนไขภายใต้ความตกลงฉบับนั้นๆ อย่างไรก็ตาม นักลงทุนไทยก็จะไม่ได้รับความคุ้มครองภายใต้ความตกลง CP-TPP ไปด้วยเช่นกัน ส่วน Side Letter กับอีก 3 ประเทศที่เหลือ ได้แก่ นิวซีแลนด์กับสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม นิวซีแลนด์กับสหพันธรัฐมาเลเซีย และนิวซีแลนด์กับเนการาบรูไน ดารุสซาลาม กำหนดเงื่อนไขให้ปรึกษาหารือร่วมกันก่อน หากไม่สามารถตกลงกันได้ นักลงทุนจะใช้ ISDS ฟ้องรัฐได้ต่อเมื่อได้รับความยินยอมจากรัฐก่อน คณะกรรมาธิการมีการอภิปรายเชิงลึกตามลายลักษณ์อักษรในข้อบทที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ยังไม่เป็นที่ยุติ เนื่องจากปัญหาด้านการตีความ

4. ด้านข้อจำกัดเชิงปริมาณ จำกัดการโฆษณา และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (TRIPS) ได้แก่ สลากคำเตือนสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์

อุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barriers to Trade: TBT)

ประเด็นด้านอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้านั้น มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องกังวลว่า ในทางปฏิบัติ หรือกฎหมาย และกฎระเบียบใน ความรับผิดชอบของไทย อาจไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดภายใต้ ภาคผนวกแนบท้ายตามรายสาขา (Sectoral Annex) ของข้อบท TBT ในความตกลง CP-TPP ดังนี้ (1) Annex 8- A ไวน์และสุรากลั่น ข้อกำหนดการทำเครื่องหมายและฉลาก ของไทยมีความเข้มงวดมากกว่าที่ความตกลง CP-TPP กำหนด

สำหรับ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับไวน์และสุรากลั่น ปัจจุบันกรมสรรพสามิตได้กำหนดมาตรฐานที่ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์สุรานำเข้า และสุราที่ผลิตในประเทศอย่างสอดคล้อง และเท่าเทียมกัน อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ตาม ตามที่กรมควบคุมโรคมีข้อกังวลว่า ข้อกำหนดการทำเครื่องหมายและฉลากของไทยมีความเข้มงวดมากกว่าที่ความตกลง CP-TPP กำหนด โดยเฉพาะในประเด็นการห้ามไม่ให้มีข้อความเชิญชวนให้บริโภค หรือ

อวดอ้างสรรพคุณบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาทิ finest หรือ premium เป็นต้น คณะกรรมาธิการวิสามัญฯ สมาชิกผู้แทนราษฎร รับทราบว่า **ไทยมีสิทธิเจรจาขอยกเว้นการปฏิบัติตามข้อ 17 ของ annex A-8** ระบุไม่ให้ประเทศสมาชิกห้ามนำเข้าสินค้าไวน์ เพียงเพราะเหตุผลที่ฉลากของสินค้าไวน์ปรากฏคำอธิบายคุณลักษณะเฉพาะหรือวิธีการผลิตไวน์ได้⁸⁶

แต่ไทยจะได้รับการยกเว้นหรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับการพิจารณาของประเทศสมาชิก CP-TPP ทั้งนี้ ที่ผ่านมาประกาศสำนักคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2558 ได้ถูกประเทศสมาชิก WTO ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐ ญี่ปุ่น เม็กซิโก แคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อาร์เจนตินา ชิลี แอฟริกา และกัวเตมาลา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศสมาชิก CP-TPP หยิบยกเป็นข้อกั่วงลทางการค้า (specific trade concerns) ในการประชุมคณะกรรมการว่าด้วยอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า ภายใต้ WTO มาอย่างต่อเนื่อง จำนวน 14 ครั้งในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2562 โดยข้อกั่วงลส่วนใหญ่ที่ประเทศสมาชิก WTO ได้ยกขึ้นเกี่ยวกับประกาศดังกล่าวของไทยคือ ประกาศของไทยมีข้อจำกัดทางการค้ามากเกินไป มีความคลุมเครือและไม่ชัดเจนของหลักเกณฑ์ทำให้ยากต่อการปฏิบัติตาม และสอบถามถึงเหตุผลความจำเป็นในการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับฉลาก (กลุ่มงานคณะกรรมการ 2563 หน้า 71-72)

ในปี พ.ศ. 2561 กระทรวงสาธารณสุขได้จัดทำ “รายงานผลการประเมินผลกระทบ และสิ่งที่ต้องดำเนินการ หากไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิก CP-TPP” เพื่อท้วงติงการเข้าร่วมความตกลงหุ้นส่วนฯ ของประเทศไทย จากการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยตลอดห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพ พบว่า ความตกลงฯ มีผลกระทบต่อสุขภาพหลายมิติ นอกจากประเด็นผลกระทบต่อสุขภาพประชาชนแล้ว สิ่งที่น่ากังวลคือ รัฐธรรมนูญฉบับ 2560 มีช่องโหว่ที่เอื้อให้รัฐบาลมีอำนาจทำหนังสือสัญญาระหว่างประเทศได้ โดยขาดการตรวจสอบจากฝ่ายนิติบัญญัติ และตัดการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งอาจส่งผลให้ประเทศไทยเสียเปรียบในทุกกรณี

กรณีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์นี้ มีผลกระทบคล้ายกับกรณียาสูบ โดยเฉพาะเรื่องฉลากเพราะประเด็นเรื่องการจำกัดไม่ให้ใช้เครื่องหมายการค้า คำ หรือวลีที่เกี่ยวกับการแสดงคุณภาพของเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ต่างๆ ยังไม่ได้รับการยกเว้นใน CP-TPP

ยังต้องมีการวิเคราะห์ในภาพรวม ในลักษณะ comprehensive and high standards ร่วมกับการวิเคราะห์รายบท ประเด็นที่กังวลคือ policy space ของรัฐที่จะแคบลง หรือหายไปในการกำกับดูแล เช่น การควบคุมการบริโภคที่จะนำไปสู่โรคภัยไข้เจ็บต่างๆ นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการกำหนดนโยบาย ตาม chapter 26 ที่จะสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทับซ้อนกับนโยบายสาธารณะอย่างไร และสุดท้ายคือ มาตรการที่รัฐบาลไทยต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าก่อนการเจรจา และมาตรการชดเชยภายในประเทศ กรณีเข้าร่วมแล้วมีผู้ได้รับผลกระทบในทางลบจะทำอย่างไร เช่น กรณีที่ยาแพงขึ้นจะให้งบประมาณกับระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าเพิ่มขึ้นหรือไม่ เป็นต้น⁸⁷

จากการที่กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน (FTA Watch, 23 กันยายน 2562) ติดตามและศึกษาเรื่องการเจรจา FTA ไทย-สหภาพยุโรป มากกว่าหนึ่งทศวรรษ เห็นว่า FTA ไทย-อียู อาจสร้างผลกระทบต่อประชาชนในหลายมิติ จึงได้ยื่นข้อเสนอที่เกี่ยวข้อง ดังนี้⁸⁸

1. ข้อผูกพันเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา ที่เข้มงวดเกินไปกว่ามาตรฐาน TRIPs (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) ที่ตกลงไว้แล้วในองค์การการค้าโลก หรือการเป็น TRIPs+ (ทริปส์พลัส) ทั้งผลกระทบด้านการเกษตรที่จะส่งผลให้เกิดการผูกขาดในภาคเกษตรแบบครบวงจรและกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ วิถีชีวิตชุมชน เกษตรกรรายย่อย และผลกระทบด้านสุขภาพจะทำให้เกิดการผูกขาดยาผ่านระบบสิทธิบัตรและกีดขวางการเข้าถึงยาราคาถูก ซึ่งจะสร้างความเสียหายต่อระบบสุขภาพของประเทศ

นอกจากนี้ การเปิดเสรีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์และบุหรี่ยังจะทำให้มีการบริโภคมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและสังคมอย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังมีการคุ้มครองการลงทุนที่เปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติฟ้องร้องรัฐผ่านกลไกอนุญาโตตุลาการนอก

ประเทศได้ แม้ว่ารัฐจะกำหนดให้มั่นนโยบายสาธารณะเพื่อประชาชนแต่ขัดผลประโยชน์ของนักลงทุนต่างชาติ โดยการคุ้มครองการลงทุนในลักษณะดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อประชาชนในทุกมิติ

2. เมื่อ 7 ปีที่แล้ว ขณะที่เริ่มการเจรจา FTA ระหว่างไทยกับสหภาพยุโรป กระทรวงพาณิชย์และภาคเอกชนอ้างความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องเร่งจัดทำ FTA เพื่อไม่ให้สินค้าไทยถูกตัดสิทธิพิเศษทางการค้า (Generalized System Preference: GSP) อย่างไรก็ตาม ผลจากงานวิจัยของสถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนาพบว่า แม้สินค้าบางรายการของไทยถูกตัด GSP ไปแล้ว แต่การส่งออกไม่ได้ลดลง สินค้าส่งออกบางรายการกลับเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งตัวเลขการลงทุนของทั้งสองฝ่ายก็ไม่ได้ลดน้อยลง ดังนั้น จึงควรมีการทบทวนงานศึกษา และข้อมูลของทั้งหน่วยราชการและภาคเอกชนที่สนับสนุนให้เร่งเจรจา เพราะอาจมีอคติและให้ข้อมูลตัวเลขผลประโยชน์ที่ไทยจะได้รับจากการเจรจาที่เกินจริง และในทำนองเดียวกัน อาจให้ข้อมูลตัวเลขด้านผลกระทบในกรณีที่ไม่ทำ FTA กับสหภาพยุโรปที่รุนแรงเกินจริง

3. การออกมาตรการรองรับหรือมาตรการเยียวยาใดๆ จากผลกระทบของ FTA ต้องให้ผู้ได้ประโยชน์จากความตกลงฉบับนี้ มีส่วนในการรับผิดชอบต่อผลกระทบและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อระบบสุขภาพ ชีวิตเกษตรกร และสิ่งแวดล้อม

5. ประเด็นอื่นๆ

ความเห็นผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับผลของการดำเนินตามนโยบายกรมเจรจาการค้าฯ

อดีตผู้อำนวยการองค์การการค้าโลก ได้เตือนประเทศไทย โดยยกกรณีศึกษาเศรษฐกิจของประเทศเม็กซิโกซึ่งไม่ได้ดีขึ้น แต่กลับแย่ลง เมื่อเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรีของอเมริกาเหนือ (NAFTA) แต่เหตุใดผู้แทนที่มเจรจาการค้าฯของไทยไม่รับฟังคำเตือนดังกล่าว?

อธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เคยได้รับการสอบถามว่าเหตุใด กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จึงฟังแต่ ดร. สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ (รองนายกรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจในขณะนั้น) แต่ไม่ฟังคำเตือนของ ดร. ศุภชัย พานิชภักดิ์ ทั้งๆ ที่ ดร. ศุภชัย พานิชภักดิ์ เป็นอดีตนายกรัฐมนตรีแห่งองค์การการค้าโลก และเป็นอดีตนายกรัฐมนตรีการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) ท่านยิ้มแล้วตอบว่า เพราะ ดร. สมคิด เป็นรองนายกรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจ ในความหมายก็คือ ข้าราชการกระทรวงพาณิชย์ ต้องปฏิบัติและดำเนินการให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล

ประเทศไทยมีวิธีการใด และอย่างไร ที่จะดำเนินการลงโทษผู้แทนประเทศไทยที่ลงนามในความตกลงการค้าเสรี แล้วเกิดผลกระทบในทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม สาธารณสุข ฯลฯ ของประเทศในอนาคต?

นักการเมืองและผู้บริหารประเทศของไทย จำเป็นต้องมีความรับผิดชอบ (accountability) หากมีผลเสียในอนาคตต่อประเทศชาติ จากการปฏิบัติหน้าที่ในปัจจุบัน แต่ดูเหมือนไม่มีใครรับผิดชอบใดๆ เคยมีผู้เสนอประเด็นนี้ในการประชุมประชาพิจารณ์ของกระทรวงพาณิชย์ เมื่อปลายปี 2562 ว่าควรจะมีบทลงโทษผู้ลงนามในความตกลงการค้าเสรีของไทย หากในอนาคตมีผลเสียเกิดขึ้นต่อประเทศชาติ ผู้ดำเนินรายการพูดยิ้มๆ ว่า ระวังนะครับ เดี่ยวจะหาใครมาทำงานให้รัฐบาลไทยไม่ได้

ประเทศไทยมีสนธิสัญญาทวิภาคี และพหุภาคีกับประเทศต่างๆ มากมาย เหตุใดจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรี เช่น RCEP และ CP-TPP อีก?

เท่าที่ทราบคือ จำนวนความตกลงการค้าเสรีเป็นตัวชี้วัดสำคัญสำหรับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ แต่ไม่แน่ใจว่าเป็นข้อมูลที่ต้องการหรือไม่

ที่สำคัญคือ การโน้มน้าวของกลุ่ม CP-TPP โดยอ้างว่าเป็นมาตรฐานที่ดีที่สุด (Gold Standard) ในบรรดาความตกลงการค้าเสรีทั้งหลาย เพราะยกระดับมาตรฐาน

ของสิ่งแวดล้อม ยกกระดับมาตรฐานแรงงาน เป็นความตกลงที่จะทำผู้บริโภคนำได้ใช้สินค้า คุณภาพดี ราคาเหมาะสม (เช่น สุรา ยาสูบ แต่ยารักษาโรคราคาแพงขึ้น)

ใน ขณะที่ ความ ต ก ล ง Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) ไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมในปีที่แล้ว (พ.ศ. 2562) ทำให้ อาเซียนและคู่เจรจา 5 ประเทศ คือ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ สามารถสรุปข้อตกลง

ประเทศไทยจำเป็นต้องนำเอาข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ ทันสมัย มา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ก่อนที่จะไปเจรจาทำความตกลงการค้าเสรี ทั้งนี้ เพื่อให้ทั้งฝ่ายที่สนับสนุน ฝ่ายที่ไม่สนับสนุน และฝ่ายราชการที่มีหน้าที่ต้องไปเจรจา สามารถทำงานร่วมกันจนประเทศไทยมียุทธศาสตร์การเจรจาที่ดีที่สุด เพื่อรักษา ผลประโยชน์ของประเทศ เป็นสิ่งที่น่ายินดีที่ เมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563 รัฐบาล ไทยได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาศึกษาผลกระทบจากการเข้าร่วม ความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CP-TPP) สถาผู้แทนราษฎร เพื่อรับฟังข้อกังวลต่างๆ จากทุกฝ่ายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หากอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติร้องเรียนว่า สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นอุปสรรคต่อการค้า ประเทศไทย มีแนวทางอย่างไรในการป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว หรือระงับข้อพิพาทใน กรณีดังกล่าว?

ประเทศไทยสามารถที่จะเจรจาขอสงวนสิทธิ ไม่ลงนามรับรองกลไกการ ระงับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการ หรืออีกทางเลือกหนึ่งคือ ไทยมีความตกลงทวิภาคี กับ 9 ประเทศที่เป็นสมาชิก CP-TPP อยู่แล้ว สามารถเจรจาขยายต่อยอดกับอีก 3 ประเทศสมาชิก CP-TPP ที่ไทยยังไม่มี ความตกลงทวิภาคี โดยไม่ต้องยอมรับข้อกำหนด ที่ตายตัวทั้งหมดของ CP-TPP

หรืออีกทางเลือกหนึ่ง คือเจรจาต่อยอดกับประเทศสมาชิก 9 ประเทศของ CP-TPP จากความตกลงเดิมที่มีอยู่แล้ว และต่อยอดประเด็นการส่งออก-นำเข้า สินค้า ในขอบเขต (ชนิดสินค้า และเงื่อนไขภาษีศุลกากร) ของ CP-TPP อาจจะทำให้ไทยมี โอกาสที่ดีกว่า เจรจาได้ง่ายกว่า และยืดหยุ่นกว่าที่จะต้องยอมรับการกำหนดตายตัวใน ข้อบทต่างๆ ของ CP-TPP

รัฐบาลควรมีแนวทางและมาตรการใดบ้าง ในการเยียวยาจาก ผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม สาธารณสุข ฯลฯ ที่เกิดจากการเข้าร่วมใน ความตกลงการค้าเสรี เช่น CP-TPP และ RCEP

การดำเนินการเพื่อรองรับผลกระทบ การเยียวยา และการพัฒนาขีด ความสามารถเพื่อให้ไทยได้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการใช้ประโยชน์ จากความตกลงการค้าเสรีที่ผ่านมา ไม่มีการดำเนินการอย่างจริงจัง ขาดความต่อเนื่อง ทำให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการเยียวยาตามที่ตั้งไว้ และใช้เวลานานเกิน ควร

บทที่ 5

ความท้าทายใหม่กับการสูญเสียการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทางสื่อดิจิทัล⁴

ความสนใจส่วนใหญ่ถูกมองมาที่นโยบายการควบคุมยาสูบเป็นกรณีศึกษา ซึ่งผู้เจรจาถูกกดดันอย่างหนักในการที่จะปกป้องนโยบายปลอดควันบุหรี่จากความท้าทายต่างๆ ที่อยู่ภายใต้ความตกลงการค้าเสรี ความสำเร็จสูงสุดในปัจจุบันอยู่ใน “ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก” (Trans-Pacific Partnership Agreement - TPPA) ซึ่งอนุญาตให้รัฐบาลต่างๆ สามารถห้ามไม่ให้นักลงทุนต่างชาติ (Article 29.5 applies only to manufactured tobacco products.) นำข้อถกเถียง/พิพาททางด้านการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการควบคุมยาสูบมาโต้แย้ง/ท้าทาย (ถึงแม้ผลลัพธ์ที่ได้จะไม่ครอบคลุมดังที่คาดหวัง และจะไม่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ เช่น การควบคุมบุหรี่อิเล็กทรอนิกส์) ประเทศออสเตรเลียและเปรู ได้ขยายความตกลงดังกล่าวให้ครอบคลุมไปถึงการยกเว้นไม่ให้ผู้ลงทุนนำข้อถกเถียงไปสู่กระบวนการระงับข้อพิพาท ‘เป็นมาตรการที่ออกแบบและบังคับใช้ในการปกป้องและส่งเสริมสาธารณสุข’

มีประเด็นที่เป็นปัญหาอย่างมาก เมื่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผ่านช่องทางสื่อสังคมต่างๆ และการตลาดได้ฝังตัวอย่างลึกซึ้งในการสื่อสารทางสังคมและชีวิตทางสังคม (social life) ยิ่งไปกว่านั้น มาตรการการควบคุมจำเป็นจะต้องมีเป้าหมายไปยังแหล่งที่เป็นจุดเริ่มต้นของการกระทำที่จะต้องถูกควบคุม นั่นหมายถึง เหมืองข้อมูล (data mining) แหล่งรหัส (source code) สมการและขั้นตอนการปฏิบัติ (algorithms and protocols) ซึ่งเป็นองค์ประกอบของระบบนิเวศของสื่อดิจิทัล และขับเคลื่อนรูปแบบใหม่ของการตลาดทางสื่อดิจิทัล

ในขณะที่รัฐบาลพยายามที่จะทำความเข้าใจพัฒนาการใหม่ๆ ทางสื่อดิจิทัลเพื่อจะหาทางว่าจะควบคุม กำกับสื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างไร แต่ดูเหมือนว่า

⁴ นโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในยุค ดิจิทัล บทสัมภาษณ์ Prof. Jane Kelsey at La Trobe University ณ กรุง Melbourne, Australia 30 กันยายน - 3 ตุลาคม 2562

รัฐบาลจะไม่สามารถควบคุม กำกับ สิ่งใดทางสื่อดิจิทัลได้เลย เนื่องจากกรอบความตกลงการค้าด้านสื่อดิจิทัลถูกกำหนดมาโดยการล๊อบบี้เพื่อกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัลข้ามชาติ

การให้ความสำคัญต่ออุปสรรคของความตกลงการค้าด้านสื่อดิจิทัล โดยใช้ตัวอย่างของการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อทางสังคม (social media)

ส่วนที่ 1 จะบ่งบอกถึงการเปลี่ยนแปลงสำคัญทางกลยุทธ์ ตัวละคร และเทคนิคต่างๆ สำหรับการตลาด ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อดิจิทัล ตลอดทศวรรษที่ผ่านมา การจัดสรรงบประมาณทางการตลาดด้านสื่อดิจิทัล ทำให้เกิดความเป็นพันธมิตรอย่างแน่นแฟ้นระหว่างอุตสาหกรรมข้ามชาติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และอุตสาหกรรมข้ามชาติสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติยักษ์ใหญ่ เช่น กูเกิล และ เฟซบุ๊ก อำนาจในการควบคุมศูนย์ข้อมูลขนาดใหญ่ (meta-data) หรือข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูล ไปจนถึงเทคนิคใหม่ๆ ทางการตลาด เช่น การสื่อสารโดยผู้บริโภค ทำให้บริษัทข้ามชาติยักษ์ใหญ่สามารถดำเนินการทางธุรกิจส่วนใหญ่ได้โดยไม่อยู่ภายใต้กรอบของกฎ ระเบียบ และการควบคุมในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 จะเน้นถึงอำนาจในระบบนิเวศของสื่อดิจิทัล และสมองในการขับเคลื่อน: ข้อมูลที่เป็นวัตถุดิบ และ ‘แหล่งรหัส’ (source code) ‘ขั้นตอนปฏิบัติการและกระบวนการ’ (algorithms and protocols) ซึ่งสามารถทำให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ในส่วนนี้จะอภิปรายถึงแนวทางใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ และกฎที่มุ่งเป้าไปยังระบบนิเวศของสื่อดิจิทัล ไม่ใช่แต่กิจกรรมที่มองเห็นเท่านั้น ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นถ้าหากต้องการกรอบการควบคุมการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

ส่วนที่ 3 จะให้รายละเอียดของพัฒนาการต่างๆ เกี่ยวกับกฎใหม่ทางการค้าด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เชิงพาณิชย์ หรือ สื่อดิจิทัล ซึ่งถูกออกแบบมาสำหรับอุตสาหกรรมข้ามชาติด้านสื่อดิจิทัล โดยอุตสาหกรรมข้ามชาติด้านสื่อดิจิทัล มีวัตถุประสงค์เพื่อไม่ให้รัฐบาลมีโอกาสกำหนดนโยบายเพื่อควบคุม กำกับ เทคโนโลยีและปฏิบัติการทางสื่อดิจิทัล ส่วนนี้จะอธิบายถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกฎหลัก 3 ประเด็น: ข้อมูลอยู่ภายใต้การควบคุมของ

อุตสาหกรรมข้ามชาติ ความลับทางการค้าของ ‘แหล่งรหัส’ (source code) และ ‘ขั้นตอนปฏิบัติการ’ (algorithms) และสิทธิของอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัลข้ามชาติที่ดำเนินธุรกิจนอกประเทศและเลือกที่ไม่จำเป็นต้องมีสาขา หรือตัวแทนอยู่ในประเทศที่มีการดำเนินกิจกรรม และสามารถเลือกรูปแบบของกฎหมาย กฎ ระเบียบ และมาตรการที่ต้องการได้ ถ้าจำเป็น

1. การเปลี่ยนแปลงด้านสื่อดิจิทัลของการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การควบคุมที่มีประสิทธิผลจำเป็นจะต้องมีความเข้าใจอย่างชัดเจนว่าใคร อะไร และทำอย่างไร ในการสร้างอิทธิพล สำหรับการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อดิจิทัล ชั้นแรกคือการทำความเข้าใจรูปแบบใหม่ของความร่วมมือกันระหว่างช่องทางต่างๆ ของสื่อดิจิทัล อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้เทคโนโลยีต่างๆ ด้านดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อสังคม (social media) เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ภายในระยะเวลาอันน้อยกว่าหนึ่งทศวรรษ กลยุทธ์ต่างๆ ทางสื่อสังคมกลายมาเป็นการตลาดหลักของการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ข้อมูลที่เพิ่มขึ้นจากหลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัย บ่งบอกถึงผลกระทบทางลบที่มีนัยยะอย่างสำคัญของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน⁸⁹

การเป็นพันธมิตรของอุตสาหกรรมสื่อเทคโนโลยีข้ามชาติและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติ

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ปรับเปลี่ยนทิศทางการใช้งบประมาณด้านการตลาดสู่ช่องทางสื่อดิจิทัลที่ดำเนินการโดย กูเกิ้ล และ เฟซบุ๊ก จุดเริ่มต้นปรับเปลี่ยนมาจากการใช้สื่อสังคม ตั้งแต่ ค.ศ. 2012 ทรานส์นอร์ธอเมริกาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ มีรายงานว่ามีการใช้อินเทอร์เน็ตเฟซบุ๊กสูงสุด (Carranza A. 2012) มีรายงานจากคณะกรรมการการค้าของรัฐบาลกลางแห่งสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 2014 ว่าจำนวนบริษัทสุรากลั่นได้เพิ่มงบประมาณการตลาดทางสื่อดิจิทัลเป็น 4 เท่า นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008 เป็นเกือบ 8% ในระยะ 6 ปี (Kathy Backman, 2014) ปีต่อมามีรายงานว่างบประมาณประจำปีสำหรับสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า⁹⁰

บริษัทที่มีชื่อเสียงในกลุ่ม ในปี ค.ศ. 2011 ดิอาจิโอ ใช้งบประมาณหนึ่งในห้าของ งบประมาณทั้งหมดสำหรับการตลาดทางสื่อดิจิทัล (Diageo's brands include Johnnie Walker, Crown Royal, J&B, Windsor, Buchanan's and Bushmills whiskies; Smirnoff, Ciroc and Ketel One vodkas; Baileys; Captain Morgan; Jose Cuervo; Tanqueray; and Guinness) ส่วนใหญ่คือสื่อสังคม (social media) หนึ่งปีต่อมา Diageo ใช้งบประมาณ 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐในการโฆษณาทาง Facebook ซึ่งในขณะนั้นเพิ่งเป็น บริษัทมหาชนใหม่ๆ และมีสมาชิกผู้ใช้เพียง 750 ล้านคน⁹¹ ทำสัญญาว่าจะให้บริการด้าน 'สะสมสมาชิก' และให้คำปรึกษา รวมถึงขับเคลื่อนการซื้อแนะนำตราสินค้าของ Diageo องค์กรขนาดยักษ์ 2 แห่งนี้รักษาความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับ Diageo ซึ่งในปัจจุบัน 90% ของตราสินค้า Diageo ทำการตลาดทางสื่อดิจิทัลผ่านทาง Facebook

ตราสินค้า Heineken ดำเนินการตลาดตามอย่าง Diageo ด้วยการสร้างสายสัมพันธ์กับ บริษัท กูเกิล ในปี ค.ศ. 2011 เพื่อทำการตลาดผ่านทาง YouTube ซึ่ง กูเกิล เป็นเจ้าของ ในปี ค.ศ. 2017 Heineken ทุ่มงบประมาณสำหรับการโฆษณาและการตลาดทางสื่อดิจิทัล ส่วนใหญ่ทาง Google และ Facebook แทนที่สื่อแบบเดิมๆ เพราะว่ามีผู้บริโภคส่วนใหญ่ในปัจจุบันเสพสื่อทางดิจิทัล⁹²

การเปลี่ยนไปสู่สื่อสังคมหมายถึงความแตกต่างทางคุณภาพในการตอบสนอง (interaction) ระหว่างผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสื่อดิจิทัล บริษัทสื่อดิจิทัลทั้งหลาย เก็บเกี่ยวข้อมูล (data) และสร้างขั้นตอน (algorithms) เพื่อทำให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด สำหรับงบประมาณที่ใช้ไป เว็บไซต์ธุรกิจของ Facebook เสนอ '5 วิธีที่จะปรับปรุง การตลาดเครื่องดื่มของท่าน ด้วย Facebook และ Instagram' และมุ่งเป้าไปที่ 'ถูกกลุ่ม ถูกเวลา' ด้วยการใช้ข้อมูลของเพศ สถานที่ เวลาของวัน และ hashtags ยอดนิยมที่รวบรวม จากการสำรวจจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ทั่วยุโรปและซาอุดี อาระเบีย เว็บไซต์ดังกล่าว ฉลองความสำเร็จของการเป็นพันธมิตรระหว่าง Diageo และบริษัทค้าปลีกเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ของออสเตรเลีย 'Dan Murphy's' ด้วยการใช้ 'การโฆษณาแบบบูรณาการ' ซึ่ง 'อนุญาตให้ Diageo ใช้ข้อมูลที่ได้จาก Facebook ซึ่งได้รับจากเว็บไซต์ของ Dan Murphy's เพื่อความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้นเกี่ยวกับผู้คนว่าพวกเขาทำอะไรกัน เพื่อจะได้ส่งโฆษณาที่ สอดคล้องเหมาะสมที่สุดกับกลุ่มเป้าหมาย' (Diageo and Dan Murphy's: Boosting

sales with Facebook’s Collaborative Ads’. Available at: <https://en-gb.facebook.com/business/success/diageo-dan-murphys>) พันธมิตรทั้งสองร่วมกันทำโครงการประชาสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนในการมุ่งเป้าสู่กลุ่มผู้บริโภคที่เข้ามาดูเว็บไซต์แต่ยังไม่ได้สั่งซื้อ หรือเคยสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นานมาแล้ว นอกจากนี้ ยังขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มที่ “มีความคล้าย” กลุ่มเป้าหมายเดิม คือมีความสนใจใกล้เคียงกัน และมีภูมิลำเนาอยู่ในบริเวณเดียวกันกับกลุ่มเป้าหมายเดิม

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552-2553 ผลิตภัณฑ์เบียร์สินค้านำเข้าจากประเทศฮอลแลนด์ เริ่มใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมผ่านทางสังคมเครือข่ายออนไลน์เพิ่มมากขึ้นในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2554-2555 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆ เกือบทุกราสินค้า มีการเผยแพร่กิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์ของตนเองมากขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกชุมชนออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ใดๆ อุตุสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถนำข้อมูลส่วนตัวเหล่านั้น (เพศ อายุ กิจกรรมยามว่าง ฯลฯ) มาจัดทำกรโฆษณา กิจกรรมการตลาด (event marketing) ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (segmentation target group) ซึ่งข้อมูลเหล่านี้นับเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการขยายตลาดไปสู่กลุ่มวัยรุ่น เยาวชน และนักดื่มหน้าใหม่

2. พลังอำนาจของระบบนิเวศของสื่อดิจิทัล

การปฏิบัติการซึ่งออกแบบมาสำหรับการรณรงค์การตลาดในธรรมเนียมปฏิบัติของสื่อกระจายเสียงและภาพ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือกิจกรรม ไม่สามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสำหรับการตลาดทางสื่อดิจิทัล และโดยเฉพาะสื่อสังคม มาตรการที่มีประสิทธิภาพในการแทรกแซงจำเป็นที่จะต้องมุ่งเป้าไปยังระบบนิเวศของสื่อดิจิทัล คือเหมืองข้อมูล (mining of data) และองค์กรของข้อมูลเหล่านั้นผ่านทางแหล่งรหัส (source codes) ขั้นตอนปฏิบัติการและกระบวนการ (algorithms and protocols) ซึ่งมีปฏิบัติการทำงานกับอุปกรณ์เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ (tablet)

2.1 การควบคุมข้อมูล

ข้อมูลคือวัตถุดิบของสื่อดิจิทัล วารสาร Rewrite Digital แนะนำอุตสาหกรรมเครื่องตีแมลงกอสฮอลล์ว่า ไม่ว่าจะเป็ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เนื้อหา แหล่งที่มา หรือข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าของคุณ ทัศนคติ พฤติกรรม และความต้องการ คุณไม่สามารถจะปฏิบัติการทางการตลาดได้โดยไม่มีข้อมูล

การอภิปรายเกี่ยวกับการควบคุมข้อมูลมักจะมุ่งไปยังข้อมูลที่บ่งชี้เกี่ยวกับตัวบุคคลได้ ข้อมูลส่วนบุคคลทำให้สามารถมุ่งเป้าเฉพาะของแต่ละบุคคลบนพื้นฐานของประวัติการค้นหา ความชอบ (preferences) รูปแบบการใช้จ่าย กลุ่มเพื่อน รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับอายุ เชื้อชาติ ชนชั้น การทำงาน ที่อยู่ ฯลฯ ความกลัวว่าข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นความส่วนตัวมากๆ จะถูกรวบรวม และถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด หรือถูกนำไปเปิดเผยจึงนำไปสู่การปกป้องความเป็นส่วนตัว (privacy protections)

ความเสี่ยงเหล่านี้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ข้อมูลจำนวนมาก (Big Data) หรือข้อมูลมหาศาสตร์ (meta-data) ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูล (data about data) มีความสำคัญมากสำหรับระบบนิเวศของสื่อดิจิทัล ยังมีข้อมูลมากเท่าใด ความแม่นยำเกี่ยวกับตัวบุคคลยิ่งถูกต้อง รวมทั้งการมุ่งเป้าและการคาดการณ์จะถูกต้องมากขึ้น

แหล่งข้อมูลหลักคือตัวผู้บริโภคนั่นเอง คนหนุ่มสาวที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (applications) ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้สามารถมุ่งเป้ารายละเอียด ซึ่งจะส่งข้อมูลกลับเข้ามาในระบบ โปรแกรมเกี่ยวกับที่อยู่ทางภูมิศาสตร์สามารถติดตามเกี่ยวกับการเดินทางไปในที่ต่างๆ ของบุคคลและจะส่งโฆษณามุ่งเป้าไปยังบุคคลนั้นๆ โดยเสนอในเวลาสั้นๆ ที่เป็นปัจจุบัน รวมทั้งการเข้าถึงและเหมืองข้อมูลจากเครือข่ายต่างๆ ของบุคคลที่เขาแบ่งปันข้อมูล การใช้ cookies การกด likes การแชร์ เพื่อนๆ ทาง เฟซบุ๊ก เป็นข้อมูลที่ถูกนำมาเพิ่มในเหมืองข้อมูล

การทำเหมืองข้อมูลโดยบริษัทเทคโนโลยีข้ามชาติและอุตสาหกรรมเครื่องตีแมลงกอสฮอลล์ข้ามชาติเป็นธุรกิจหลักในปัจจุบัน บริษัท เฟซบุ๊ก อ้างว่ามีชาวโลก 2 พันล้านคน เชื่อมโยงกันทุกเดือน ในขณะที่ประชากรอีก 800 ล้านคน ใช้โปรแกรม อินสตาแกรม ของเฟซบุ๊ก การเป็นพันธมิตรของบริษัท ไฮเนเก้น และ กูเกิ้ล เริ่มต้นด้วยการ ‘สร้าง’ ฐานข้อมูล (server) สำหรับการบริการด้านโฆษณา ซึ่งจะกลาเป็นฐานข้อมูลใหญ่หิม

จากแหล่งเครือข่ายการโฆษณาหรือผู้พิมพ์และโฆษณาโดยตรง บริษัท ไฮเนเก้น วางแผนที่จะสร้าง รูปแบบ (platform) ของการจัดการข้อมูล (data-management) ซึ่ง ไฮเนเก้น สามารถเข้าถึงและจัดการข้อมูลได้ เช่น การใช้เอกลักษณ์บุคคล (Identification) จากคุกกี้ และการบ่งชี้เคลื่อนที่ (mobile identifiers) เพื่อสร้างกลุ่มเป้าหมายหลักสำหรับการโฆษณาตรงต่อผลิตภัณฑ์สินค้า ลำพังเพียงแค่สมาชิกผู้ใช้ เฟซบุ๊ก ผู้ติดตามดู ยูทูบ ผู้ใช้ กูเกิ้ล ในการค้นหาข้อมูล สถิติการกด ‘ไลค์’ เกมและการแข่งขันต่างๆ ให้ข้อมูลมีมาในธนาคารข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สามารถเข้าถึงได้และนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ทางการค้า ผสมกับฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยแล้ว จะเป็นศักยภาพที่ไม่มีที่สิ้นสุดในการเข้าถึงข้อมูลมีมา (meta-data) สำหรับการทำการตลาดอย่างแม่นยำ (micromarketing) การวิเคราะห์ในการคาดการณ์ (predictive analytics) ปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) และอื่นๆ อีกมากมาย วิธีการมาตรฐานแบบเดิมๆ ไม่มีประสิทธิภาพที่จะควบคุมฐานข้อมูลของบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ได้เลย แม้กระทั่งกฎ ระเบียบ เพื่อควบคุมการแข่งขันถูกออกแบบมาไม่เหมาะสมที่จะควบคุมความได้เปรียบทางการตลาดจากการควบคุมข้อมูล ⁹³

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความจำเป็นที่จะต้องมั่นใจว่าได้ดำเนินการปฏิบัติตามกรอบของมาตรการในสื่อสังคมเพื่อจะอ้างถึงเหตุผลในการรวบรวมข้อมูลมหาศาล บริษัทการตลาดทางสื่อดิจิทัล SocialBakers ให้รายละเอียดถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ดังต่อไปนี้:

ตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ จำเป็นที่จะต้องเน้นอย่างเคร่งครัดในการรู้จักว่ากลุ่มเป้าหมายของตนเป็นใคร ชอบทำอะไร และเนื้อหาการโฆษณา การตลาดอย่างไรที่กลุ่มเป้าหมายชอบเสพทางสื่อ การเข้าถึงรายละเอียดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยให้อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถฟันฝ่าอุปสรรคของกฎ ระเบียบ และมาตรการที่ควบคุมการโฆษณา ในขณะเดียวกัน การเข้าถึงรายละเอียดจำนวนมากของเอกลักษณ์บุคคล จะช่วยให้ตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา ทำให้สมบูรณ์

แบบที่สูงสุดในทางการตลาด (Alcohol Marketing Trends You Need to Know Right Now)

2.2 แหล่งรหัส ขั้นตอนปฏิบัติการ และกระบวนการ

ข้อมูลดิจิทัลไม่ได้อยู่ในความว่างเปล่า ระบบนิเวศของดิจิทัลจำเป็นต้องมีโปรแกรม ซอฟต์แวร์ เขียนโดยบุคคลที่มีตัวตน เพื่อจับและจัดระเบียบข้อมูล เพื่อส่งไปในทิศทาง หรือช่องทางที่เลือกได้ การตัดสินใจเกี่ยวกับการทำเหมืองข้อมูล การเก็บเกี่ยวข้อมูล การเก็บข้อมูล การโอนย้ายข้อมูล กระบวนการจัดทำข้อมูล การแบ่งปันข้อมูล และการขายข้อมูล การบูรณาการข้อมูลกับข้อมูลอื่นๆ และการแปลงข้อมูลให้เป็น มหข้อมูล หรือข้อมูลขนาดใหญ่ (meta-data) ต่างมีจุดเริ่มต้นมาจากการสร้างข้อมูลโดยมนุษย์ซึ่งเขียนข้อมูลลงในแหล่งรหัส (source code) ขั้นตอนปฏิบัติการ (algorithms) เป็นคำสั่งซึ่งเปลี่ยนแปลงจำนวนข้อมูลมหาศาสตร์ให้เป็นรูปแบบ (patterns) และการคาดการณ์ (predictions) ในการตัดสินใจว่าจะเลือกข้อมูลใดที่จะส่งไปให้ใคร และใครบ้างที่จะถูกเลือกเข้าไปอยู่ในกลุ่มชุมชนที่มีความสัมพันธ์กัน (communities of affinity) Nicholas Carah อธิบายถึงการทำงานของแหล่งข้อมูลและขั้นตอนปฏิบัติการ (source code and algorithms) ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังต่อไปนี้

การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล องค์กรประกอบต่างๆ ของช่องทาง (platform) การสื่อสาร ทำให้ผู้ใช้ช่องทางสื่อสารถูกมองเห็นโดยตราสินค้า และขั้นตอนปฏิบัติการจะสามารถทำให้ข้อมูลของผู้ใช้ช่องทางสื่อสารนั้นๆ เกิดปฏิสัมพันธ์ (generate engagement) มีการกระตุ้นเตือน และเกิดประสบการณ์ กับข้อมูล องค์กรประกอบของผู้เข้ามาใช้ช่องทางสื่อสารนั้นๆ และจะสามารถมุ่งเป้าอย่าง เฉพาะเจาะจงในเวลาและช่องทาง ของผู้ใช้ช่องทางสื่อสารนั้นๆ⁹⁴

กระบวนการ (protocols) ตัดสินว่าผู้ใช้สื่อดิจิทัลคนใด จะสามารถหรือไม่สามารถใช้สื่อดิจิทัลบนเว็บไซต์ มีการกลั่นกรองช่องทางเลือก และทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลและจอ (screen) คอมพิวเตอร์/โทรศัพท์

กระบวนการของช่องทางสื่อสารจัดองค์ประกอบของผู้ใช้ที่ก่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์: บุคคลที่เข้ามาดู มาใช้ ช่องทางการสื่อสารบ่อยๆ บูรณาการการใช้ช่องทางสื่อสารนั้นเข้าไปในกิจกรรมชีวิตประจำวันของบุคคลนั้นๆ กระบวนการเช่น

การแชร์ (share) และการกด ไลค์ (Like) กระตุ้นให้ผู้ใช้สื่อดิจิทัลเผยแพร่ภาพตราสินค้า และข้อความ กระบวนการ เช่น กล้องให้เสนอความคิดเห็น สามารถทำให้ผู้ใช้สื่อดิจิทัล ขยายข้อความเกี่ยวกับตราสินค้า ผสมข้อความเหล่านั้นเข้าไปในกิจกรรมของ ชีวิตประจำวันส่วนบุคคล และโลกทางสังคมของตนเอง กระบวนการ เช่น การบันทึกภาพ (photo capture) และการเก็บภาพ (upload) จะสามารถทำให้ผู้ใช้สื่อดิจิทัล สร้างเนื้อหา ซึ่งผนวกตราสินค้าเข้าไปในพฤติกรรมของการบริโภคเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์

เมื่อเราเข้าใจการทำงานเหล่านี้ของสื่อดิจิทัล แล้ว จะทำให้เกิดความชัดเจนว่า ช่องทางการสื่อสาร ดิจิทัล ไม่เพียงแต่เอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยน เพราะมีโครงสร้างทางการ คำนวณและสถาปัตยกรรม ทั้งปรากฏการณ์ทางสังคม-วัฒนธรรม (socio-culture) และการเมือง ซึ่งทำให้เกิดทางเลือกเชิงกลยุทธ์และเกิดกรอบของปฏิสัมพันธ์ทางตรง ในบริบท ส่วนใหญ่ การตัดสินใจเหล่านี้ถูกกระตุ้นโดยผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ การปฏิบัติของแหล่ง รหัส ขั้นตอนปฏิบัติการ และกระบวนการ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยเอกเทศ (autonomously) และทำให้เกิดระยะห่างจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจและความสนใจเชิงพาณิชย์ จากผู้ที่ สร้างกระบวนการและได้รับผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ ⁹⁵ ถ้าหากการมองภาพอย่างผิดๆ เช่นนี้ ได้รับการอนุญาตให้ใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้กำหนดนโยบาย ก็จะทำให้ข้อมูล แหล่ง รหัส และขั้นตอนปฏิบัติการ จะถูกปกป้องจากการแทรกแซงโดยรัฐบาล และทำให้การ ปฏิบัติการที่มองเห็นเท่านั้นเป็นเป้าหมาย ข้อมูล แหล่งรหัส และขั้นตอนปฏิบัติการ สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้ในเสี้ยววินาที ทำให้ผู้กำหนดมาตรการจะต้องวิ่งตามไม่ทัน สถานการณ์อยู่เสมอ แต่หากระบบนิเวศของสื่อดิจิทัล ถูกปฏิบัติเหมือนอย่างบุคคลและอยู่ใน โครงสร้างทางสังคม ในมือของผู้เป็นเจ้าของสื่อดิจิทัลและผู้ผลิตเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ สิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นเป้าหมายหลักสำหรับมาตรการในการกำกับ ดูแล

2.3 แนวคิดใหม่สำหรับมาตรการในการกำกับการตลาดทางสื่อดิจิทัล ของ เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์

หลายทศวรรษที่ผ่านมา มาตรการการควบคุมการโฆษณาและการตลาดผลิตภัณฑ์ เครื่องตีพิมพ์ แอลกอฮอล์ มีสมมติฐานว่าผู้ผลิตเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ บริษัทโฆษณาและ การตลาด ช่องทางการสื่อสารและกิจกรรม เป็นสิ่งที่สามารถบังคับได้ และสามารถที่จะมุ่ง

เข้าไปยังเนื้อหาและกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นอย่างมากภายในเวลาไม่นาน ถึงแม้ว่าการปฏิบัติกิจกรรมจะเป็นการกระทำแบบแอบแฝงและไม่เปิดเผยก็ตาม กรอบของมาตรการการควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเดิมๆ ไม่เพียงพอที่จะครอบคลุม เพราะว่า

1. ลักษณะของการสื่อสารทางดิจิทัล ซึ่งผนวก (ฝัง) ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ ความเชื่อ และพฤติกรรม เข้าไปในชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคล
2. ความไม่ชัดเจนของการสื่อสารทางสื่อสังคม และผู้เข้าร่วมที่มากมายและหลากหลายจนไม่สามารถควบคุมได้
3. วิธีการและเทคนิคต่างๆ ซึ่งการสื่อสารถูกส่งออกไป รวมทั้งการสื่อสารที่สร้างขึ้นโดยกลุ่มเป้าหมายของการตลาดเอง และเหนือสิ่งอื่นใด
4. พลังในการควบคุมระบบนิเวศของสื่อดิจิทัล

รัฐบาลจะอย่างไรในการควบคุมและจัดการปัญหาที่กล่าวมานี้? รัฐบาลบางประเทศอาจจะไม่ทำอะไรเลย มีหลายประเทศที่ยังไม่สามารถใช้มาตรการที่มีอยู่เพื่อควบคุมสื่อดิจิทัล ตัวอย่างเช่น สภาการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอินเดีย มีมาตรการที่เข้มงวดมากในการควบคุมสื่อพื้นฐานดั้งเดิม แต่มาตรการเหล่านั้นไม่สามารถห้ามการโฆษณาทางสื่อดิจิทัล ได้ ทำให้ช่องทางสื่อสังคมมีอิสระในการโฆษณาได้อย่างเสรี⁹⁶

บางประเทศพยายามจะควบคุมนวัตกรรมใหม่ของกลยุทธ์ทางการตลาดและได้ผลบ้างแต่ยังไม่ดีพอ มีกลุ่มที่ทบทวนกฎหมายของประเทศฟินแลนด์ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2015 เป็นต้นมา ซึ่งจำกัดการใช้เนื้อหาที่ผู้บริโภคเป็นผู้สื่อออกไป และห้ามการใช้รูปแบบของเกมส์และสื่อโซเชียล นอกจากนี้ยังพบว่า มีจำนวนลดลงของเนื้อหาที่ส่งออกไปจากกลุ่มผู้บริโภคในทางตรงกันข้าม ประเทศสวีเดน ซึ่งมีกฎหมายควบคุมตนเองของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีจำนวนเนื้อหาที่ส่งออกไปโดยกลุ่มผู้บริโภค (customer-generated) เพิ่มขึ้นในระยะเวลาเดียวกัน แม้จะได้รับผลเช่นนั้น ผู้ผลิตในประเทศฟินแลนด์ยังสามารถหาช่องทางที่จะสื่อ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคทางสื่อดิจิทัล และมีข้อสรุปว่า

มาตรการการควบคุมการตลาดทางสื่อสังคมโดยกฎหมายระดับชาติเป็นสิ่งที่ยากมาก เนื่องจากผู้ให้บริการทางสื่อสังคมมีการปฏิบัติการทั่วโลก และช่องทางต่างๆ ของผู้

ให้บริการมีพัฒนาการอยู่เสมอเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์อย่างสูงสุด และเป็นการยากที่จะตรวจสอบ (monitor) ผู้ผลิตเครื่องตีแอลกอฮอล์มีความชำนาญมากขึ้นในการใช้ช่องทางสื่อดิจิทัล เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด การวิจัยในอนาคตจำเป็นที่จะต้องกล่าวถึง ผลกระทบในระยะยาวของการออกกฎหมาย รวมถึงรูปแบบใหม่ๆ ของการตลาดทางสื่อสังคม⁹⁷

มีหลายประเทศที่พยายามบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่ แต่รูปแบบที่เป็นอากาศธาตุ และไม่มีตัวตนของสื่อดิจิทัล ทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะทางสื่อสังคม และการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของความเป็นเจ้าของ และการปฏิบัติการ ทำให้การบังคับใช้กฎหมายภายในประเทศเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก ใครควรเป็นผู้รับผิดชอบสำหรับการละเมิดกฎหมาย: ผู้ให้บริการทางสื่อดิจิทัล ควรเป็นผู้รับผิดชอบหรือไม่ หรืออุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องตีแอลกอฮอล์ หรือทั้งคู่? หรือไม่มีใครต้องรับผิดชอบเลย ถ้าหากทั้งคู่สามารถซ่อนตัวอยู่ข้างหลังผู้ใช้สื่อ ผู้ร่วมผลิตเนื้อหาการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการตลาด? หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือทั้งสองฝ่ายมีที่ตั้งอยู่นอกประเทศ ทั้งสองจะต้องอยู่ภายใต้กฎหมายของประเทศที่มีพื้นที่ตั้งของบริษัทหรือไม่? บริษัทลูกที่ตั้งอยู่ในประเทศจะต้องรับผิดชอบภายใต้กฎหมายหรือไม่ หากไม่สามารถควบคุมช่องทางการสื่อสารของสื่อสังคม? การได้รับความร่วมมือปฏิบัติตามคำพิพากษาของศาลภายในประเทศเป็นความท้าทายที่มีราคาแพงและเป็นการต่อสู้ทางคดีความที่ยาวนานและยุ่งยาก โดยเฉพาะหากบริษัทนั้นๆ ไม่มีทรัพย์สินใดๆ อยู่ในประเทศ

ประเทศฝรั่งเศสมีกฎหมายควบคุมการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องตีแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดประเทศหนึ่งของโลก⁹⁸ ศาลฎีกาของประเทศฝรั่งเศสตัดสินเมื่อปี ค.ศ. 2013 ว่า การโฆษณาทางเพชบู้กเป็นการละเมิดกฎหมายทางด้านสาธารณสุข ถึงแม้การสื่อสารจะกระทำโดยผู้ใช้สื่อดิจิทัล ภายในกลุ่มเครือข่ายเพื่อนฝูงก็ตาม ถือว่าเป็นการละเมิดกฎหมายการห้ามโฆษณา⁹⁹ สมาคมแห่งชาติฝรั่งเศสเพื่อป้องกันการเสพติดเครื่องตีแอลกอฮอล์และการติดสารเสพติด (ANPAA) ฟ้องบริษัท ไฮเนเก้น และ เพชบู้ก โดยกล่าวหาว่าละเมิดกฎหมายควบคุมการโฆษณาเครื่องตีแอลกอฮอล์ รวมทั้งกลไกที่ทำให้เกิดการโฆษณาที่ไม่ได้รับอนุญาตและการรุกร้าความเป็นส่วนตัว การใช้ช่องทางที่มีโอกาสเข้าถึงการโฆษณาโดยเยาวชน และไม่มี การตรวจสอบอายุของผู้ที่เข้ามาดูการโฆษณา โจรภัย

ต้องการให้ทั้งบริษัท ไฮเนเก้น และเพชบุ๊ก ยกเลิกการโฆษณาผ่านทางสื่อดิจิทัล และห้ามทั้งสองบริษัทใส่หน้าโฆษณาจากผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ศาลกรุงปารีสพิพากษาว่า บริษัท เพชบุ๊ก เป็นเจ้าภาพและมีฐานปฏิบัติการอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศ ไอร์แลนด์ บริษัท เพชบุ๊ก ฝรั่งเศส เป็นบริษัทลูกและไม่มีอำนาจในการตรวจสอบเนื้อหาที่ส่งบน เพชบุ๊ก และไม่ได้กระทำการเป็นผู้ให้บริการสำหรับการขายเวลาโฆษณา ดังนั้น จึงไม่ต้องรับผิดชอบทางกฎหมายเกี่ยวกับเนื้อหาในเพชบุ๊ก บริษัท ไฮเนเก้น ก็ไม่ต้องรับผิดชอบทางกฎหมาย เนื่องจากผู้ที่เป็นเยาวชนที่ต้องการเข้าถึงการโฆษณา จะถูกนำไปสู่หน้าหลักของเพชบุ๊กอัตโนมัติ การโฆษณาไม่ได้รบกวนความเป็นส่วนตัวเพราะถูกทำให้เกิดขึ้นโดยผู้ใช้สื่อดิจิทัล ร้องขอ ผู้ใช้สื่อมีอำนาจในการควบคุมข้อมูลที่ต้องการรับโดยการกดปุ่ม “ชอบ” และสามารถเลือกที่จะสื่อสารข้อมูลดังกล่าวกับผู้อื่นได้โดยกดปุ่ม “เพื่อน” นอกจากนี้ ไม่มีอะไรในโฆษณาที่กระตุ้นให้ผู้รับสื่ออยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ความยากลำบากเหล่านี้เน้นย้ำการเรียกร้องโดย Nicholas Carah เพื่อให้ทบทวนเป้าหมายและรูปแบบมาตรการการควบคุมการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เน้นไปยังการสำแดง และเลือกที่จะมองไปยัง:

มาตรการการควบคุมที่ไปไกลกว่าความพยายามที่จะควบคุมเนื้อหาของตราสินค้า โดยมุ่งไปสู่กระบวนการของช่องทางการสื่อสารโดยตรง รวมถึงขั้นตอนการปฏิบัติ และการเชื่อมโยง (interface) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในโครงสร้างพื้นฐานของการสร้างตราสินค้า ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....เราต้องฝึกให้เกิดความสนใจไปยังโครงสร้างพื้นฐานมากกว่าที่จะสนใจในตัวแทนของเนื้อหาเกี่ยวกับตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ทางเลือกต่างๆ อาจรวมถึง การจำกัดการรวบรวม (collection) การแบ่งปัน ส่งต่อ (sharing) และการใช้ข้อมูล ไม่ว่าจะข้อมูลส่วนบุคคล หรือข้อมูลขนาดใหญ่ (meta data) ห้ามการใช้และสะสมรวบรวมข้อมูลที่เกิดจากผู้บริโภค ให้กำหนดกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันใหม่เพื่อป้องกันการควบรวม (mergers) การยึดครองด้วยดาต้าเข้าซื้อกิจการ (acquisition) หรือการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจซึ่งสร้างความได้เปรียบทางการตลาดสำหรับข้อมูล โดยเฉพาะในภาคส่วนของเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ และต้องสร้างเงื่อนไขให้องค์กร

ธุรกิจปลดเปลื้อง หรือลดบทบาทลงในส่วนที่เป็นธุรกิจ หรือสัญญาทางธุรกิจ ที่มีความได้เปรียบ หรือมีอำนาจครอบคลุมทางการตลาด นอกจากนี้ จะต้องมีการเฝ้าระวังขององค์กร เปิดเผยแหล่งรหัส และขั้นตอนปฏิบัติการ เพื่อให้องค์กรอิสระเข้ามาตรวจสอบได้ (independent scrutiny) และจำเป็นจะต้องมีกฎหมายในรูปแบบที่จะเอื้อให้เกิดการสอบสวนได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งการบังคับใช้เงื่อนไขและการลงโทษได้

3. ความท้าทายใหม่: กฎ ระเบียบ การค้าด้านดิจิทัลจะควบคุมมาตรการทางเลือกได้อย่างไร

ผู้ที่ควบคุมมาตรการด้านสุขภาพซึ่งเริ่มสำรวจทางเลือกเหล่านี้ อาจพบว่า กระทรวงพาณิชย์ได้เริ่มเจรจาจากหลายๆ ทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือการค้าด้านดิจิทัล ซึ่งจะป้องกันไม่ให้ภาคสุขภาพมีโอกาสเข้ามาควบคุมด้วยมาตรการใดๆ ได้เลย

3.1 บริบท

ในปี ค.ศ. 1996 ประเทศสหรัฐอเมริกา ในฐานะที่เป็นฐานใหญ่ที่สุดของบริษัทเทคโนโลยี เริ่มที่จะพัฒนา กฎ ระเบียบทางการค้า เพื่อลดข้อจำกัดเกี่ยวกับการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน องค์การการค้าโลกได้จัดตั้งโปรแกรมการทำงานเกี่ยวกับการค้าด้านอิเล็กทรอนิกส์ในปี ค.ศ. 1998 แต่ก็หยุดนิ่งอยู่หลายปีที่ไม่มีความคืบหน้า ดังนั้น ประเทศสหรัฐอเมริกาจึงหันมาใช้กลไกของความตกลงการค้าเสรี ซึ่งจะสามารถควบคุมทิศทางการค้าได้เปรียบของตนให้คืบหน้าได้

เมื่อมาถึงยุคของความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (TPP) ซึ่งนำโดยประเทศสหรัฐอเมริกา และได้สรุปโดยประเทศสมาชิกในปลายปี ค.ศ. 2015 ซึ่งผู้แทนทางการค้าของประเทศไทยได้กล่าวไว้ว่า “เป็นความตกลงทางการค้าด้านอินเทอร์เน็ตที่ทะเยอทะยานมากที่สุด และมีวิสัยทัศน์มากที่สุดที่เคยมีความพยายาม” (USTR 2016) ข้อความในเนื้อหาของข้อเห็นหลักการ 24 ประการด้านดิจิทัลของหน่วยงานผู้แทนการค้าของประเทศไทยซึ่งประมวล (codify) การเรียกร้องจากกลุ่มผู้หาเสียงสนับสนุน (lobby) ด้านดิจิทัลของประเทศไทย รูปแบบที่ปรากฏถูกผลักดันเชิงรุกในการเจรจาความตกลงการค้าเสรีใหม่ๆ และในองค์การการค้าโลก ซึ่ง

สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สิงคโปร์ และสหภาพยุโรปต่างร่วมกันผลักดันให้เกิดการเจรจาอย่างเป็นทางการ และถึงแม้กลุ่มประเทศเหล่านี้ถูกปฏิเสธข้อเรียกร้องให้มีการเจรจาอย่างเป็นทางการในการประชุมระดับรัฐมนตรีขององค์การการค้าโลกในปี ค.ศ. 2017 มีกลุ่มประเทศประมาณ 70 ประเทศที่แยกตัวออกไปเจรจาความตกลงด้านธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ และประเทศเหล่านี้มีโอกาสจะครอบคลุมประเทศส่วนใหญ่ในโลก

แม้จะอ้างว่า “ธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์” หรือ “การค้าทางดิจิทัล” กฎ มาตรการต่างๆ เหล่านี้เกือบจะไม่มีอะไรที่เกี่ยวข้องกับการค้าเลย แต่ออกแบบมาเพื่อรักษา หรือ สงวน พื้นที่ทางดิจิทัล ให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อให้เป็นพื้นที่ปลอดเงื่อนไข หรือ มาตรการควบคุมใดๆ (regulation-free zone) มีอยู่ 3 กฎซึ่งจะเป็นปัญหาและอุปสรรคอย่างมากสำหรับการควบคุมการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องตีแม่เหล็กอย่างมีประสิทธิภาพ คือ

1. สิทธิที่จะเคลื่อนย้าย และเก็บข้อมูลที่ไหนก็ได้ในโลก
2. สิทธิที่จะเก็บแหล่งรหัส และขั้นตอนปฏิบัติการ อย่างเป็นทางการ อย่างเป็นทางการลับ
3. ไม่ต้องมีเงื่อนไขให้บริษัทที่ให้บริการทางสื่อดิจิทัลที่อยู่นอกประเทศ

จะต้องมีสำนักงานสาขาอยู่ในประเทศ หรือจะต้องเป็นรูปแบบที่ต้องรับผิดชอบทางกฎหมายใดๆ หากมีสำนักงานสาขาที่ตั้งอยู่ในประเทศ

3.2 การเคลื่อนย้ายข้อมูลอย่างเป็นอิสระ

รัฐบาลในประเทศต่างๆ เพิ่งจะเริ่มสำรวจทางเลือกหลากหลายในการควบคุมข้อมูล เช่น เงื่อนไขที่จะให้ข้อมูลถูกเก็บอยู่ในประเทศต้นกำเนิด ทั้งนี้ เพื่อให้อยู่ภายใต้กฎระเบียบภายในประเทศนั้นๆ ที่จะสามารถจำกัดการใช้ หรือการปฏิบัติบางอย่าง หรือสามารถที่จะบังคับใช้กฎ ระเบียบ กับบริษัท หรือองค์กรที่เก็บ ย้าย รวบรวม ดำเนินการ ขยาย หรือใช้ข้อมูลนั้น¹⁰⁰

กลุ่มรณรงค์เพื่อสนับสนุนบริษัทดิจิทัลต่างมุ่งมั่นที่จะไม่ให้มีกฎหมายใดๆ สามารถควบคุมสื่อดิจิทัลได้ บริษัท Google และ Facebook ต่างมีศูนย์สนับสนุนบริการ (cloud servers) ส่วนใหญ่อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งอนุญาตให้อุตสาหกรรมข้อมูล ข่าวสารมีอิสระจากการถูกควบคุม และประเทศสหรัฐอเมริกามีความอ่อนแอในการปกป้อง

ผู้บริโภคและความเป็นส่วนตัวส่วนบุคคล (privacy) สหภาพยุโรปคัดค้านการจำกัดการเคลื่อนย้ายข้อมูล ดังนี้

บริษัทต่างๆ ในสหภาพยุโรปที่มีสาขาในประเทศที่สามบางประเทศ ต่างเผชิญกับการจำกัดแบบผู้ปกป้อง (protectionists) เพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สามารถหาเหตุผลโดยการพิจารณาความเป็นส่วนบุคคลได้ตามกฎหมาย การจำกัด เช่น ภาวะผูกพันในการเก็บข้อมูลความเป็นส่วนบุคคลต่างๆ ในประเทศหรืออาณาเขตใดก็ตาม หรือภาวะผูกพันที่หนักเกินไปโดยไม่มีเหตุผลที่เพียงพอ ในการได้รับใบอนุญาตสำหรับการให้บริการทางสื่อดิจิทัล (cloud services) เป็นอุปสรรคต่อผู้ให้บริการสื่อดิจิทัลในสหภาพยุโรป ที่ให้บริการในต่างประเทศ โดยเป็นการกีดกัน (preventing) พวกเขาจากการดำเนินการรูปแบบธุรกิจหรือการได้รับผลประโยชน์จากการประหยัดจากการเพิ่มขนาดของการผลิต (economies of scale) ตัวอย่าง เช่น การใช้ศูนย์ (hubs) ข้อมูลในภูมิภาค หรือจากการใช้นวัตกรรมในการแก้ปัญหา เช่น เทคโนโลยีคลาวด์ (cloud technology) การจำกัดต่างๆ เหล่านี้เพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณในประเทศต่างๆ¹⁰¹

ดังนั้น ความสำคัญลำดับแรกสำหรับกฎหมายใหม่ทางการค้าอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ คือ การมีสิทธิอย่างอิสระที่จะเก็บเกี่ยว บันทึก รวบรวม ดำเนินการ ใช้ หรือขายข้อมูลที่ใดก็ได้ในโลก ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิกบ่งชี้ว่า รัฐบาลต่างๆ จะต้องอนุญาตให้ข้อมูลทุกอย่าง รวมทั้งข้อมูลส่วนบุคคล ถูกเคลื่อนย้ายออกไปนอกประเทศได้ เพื่อดำเนินการทางธุรกิจตามความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (TPPA Article 14.11 Cross-Border Transfer of Information by Electronic Means) รัฐบาลต่างๆ ไม่สามารถที่จะบ่งชี้ได้ว่าที่ใดในต่างประเทศเป็นสถานที่ที่รัฐบาลยอมรับได้

การปกป้องนโยบายสาธารณะ

รัฐบาลต่างๆ อนุญาตให้จำกัดการเคลื่อนย้ายข้อมูลเพื่อ “เป้าประสงค์ของนโยบายสาธารณะที่ถูกต้องตามกฎหมาย” ถึงแม้คำว่า ‘ถูกต้องตามกฎหมาย’ (legitimate) เป็นคำศัพท์ที่จำกัดและคาดคะเนไม่ได้ในศัพท์ทางการค้า แต่แน่นอนว่าจะครอบคลุมความหมายในความมั่นใจของประสิทธิผลจากนโยบายควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ของประเทศ อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดที่เพิ่มขึ้น มาตรการจะต้องไม่ก่อให้เกิดการแบ่งแยก หรือกีดกันอย่างไม่ยุติธรรม หรือทำตามอำเภอใจ ซึ่งไม่เป็นธรรม

ระหว่างประเทศ มาตรการเหล่านี้จะทำให้เกิดการเปรียบเทียบระหว่างการดำเนินการ ข้อมูล (treatment of data) เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ทำลายสุขภาพ เช่น น้ำตาล ที่เป็นปัญหามากกว่านี้คือ การเคลื่อนย้ายข้อมูลจะต้องไม่มากเกินไปกว่าที่จำเป็นสำหรับเป้าประสงค์ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แน่นอนว่า อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต้องอ้างว่ามีนโยบายอื่นๆ ที่มีประสิทธิผลเท่าเทียม และไม่เป็นภาระเกินความจำเป็นที่จะบรรลุเป้าประสงค์ของการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการที่จะจำกัดการเคลื่อนย้ายข้อมูลออกไปนอกประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะใช้หลายๆ ตัวอย่างเกี่ยวกับการควบคุมตนเอง (self-regulation) ของการทำตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อดิจิทัล และท้าทายนักวิจัยที่บ่งชี้ว่ากฎ ระเบียบ ในการควบคุมตนเองที่มีอยู่ไม่สามารถบรรลุเป้าประสงค์ของการปกป้องได้ในระดับที่เพียงพอ

ในประเทศสหรัฐอเมริกา สถาบันเบียร์ (Beer Institute) สภาสุรากลั่น (Distilled Spirits Council) และสถาบันไวน์ (Wine Institute) ต่างรับกฎข้อกำหนด (codes) ทบทวนโดยคณะกรรมการการค้าของรัฐบาลกลาง (Federal Trade Commission) ซึ่งถูกออกแบบมา ‘เพื่อลดความเป็นไปได้ที่การโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมุ่งเป้าไปสู่เยาวชนและผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด’¹⁰²

ในปี ค.ศ. 2015 Facebook ได้ปรับปรุงนโยบายที่จำกัดผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อห้ามการจำหน่าย การค้า การเคลื่อนย้าย และการให้รางวัลจากอุตสาหกรรมสุราและยาสูบผ่านช่องทาง Facebook และ Instagram ระหว่างบุคคล บริษัทจะดำเนินการบังคับใช้นโยบายโดยบูรณาการทั้งปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ทบทวนโดยมนุษย์ และรายงานต่างๆ จากผู้ใช้บริการของ Facebook และ Instagram การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบได้ถูกห้ามจากเว็บไซต์ Marketplace ของ Facebook มาก่อนแล้ว แต่การเปลี่ยนแปลงน้อยมาก เพราะถูกจำกัดอยู่เฉพาะการแลกเปลี่ยนส่วนบุคคลเท่านั้น และไม่ได้ห้ามตัวบุคคลจากการโพสต์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้เปิดกว้างสำหรับ ‘ผู้ที่จะโน้มน้าว’ (influencers) สามารถกระทำการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ในช่วงเวลาที่ช่องทางการสื่อสารทางดิจิทัลกำลังร่วมมือกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการที่เอื้อให้ทั้งสองพันธมิตรเพิ่มยอดขายได้¹⁰³

ตัวอย่างหนึ่งที่ครอบคลุมที่สุดซึ่งบ่งบอกถึงความอ่อนแอจากกฎการควบคุมตนเองของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือกฎทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างรับผิดชอบ ในประเทศออสเตรเลีย (Australia’s Responsible Alcohol Marketing Code – ABAC) ซึ่งบนเว็บไซต์ได้อธิบายว่า ‘เป็นระบบกึ่งมาตรการของการทำการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์’ (‘quasi-regulatory system of alcohol marketing regulation’) (ABAC 2016)

แนวทางของการทำการตลาดจะถูก “เจรจา” กับรัฐบาล และการร้องเรียนจะถูกพิจารณาโดยคณะกรรมการอิสระหนึ่งชุด ซึ่งแนวทางในการทำการตลาดจะรวมถึง การปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practice) แต่มีความอิสระที่ไม่ต้องปฏิบัติตามก็ได้ สำหรับการแสดงความรับผิดชอบต่อทำการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อดิจิทัล เพื่อเอื้อหรือให้ความช่วยเหลือต่อหน่วยงานที่เป็นผู้โฆษณา (Best Practice for Responsible Digital Alcohol Marketing, 2016)

แนวทางในการตรวจสอบอายุของผู้บริโภค รวมถึงการแนะนำซึ่งแจ้งว่า ‘การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ลงทะเบียนโดยไม่บอกอายุที่เป็นจริง หรือวันเกิดที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้โฆษณา ดังนั้น ผู้โฆษณาไม่ต้องรับผิดชอบต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากผู้ที่มีอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนดในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และได้รับข้อมูลทางการตลาด’ เทคนิคต่างๆ ในการแก้ไข ‘การปฏิบัติที่ดีที่สุด’ ซึ่งเต็มไปด้วย คำว่า ‘ควร’ (‘should’) หรือ ‘เมื่อเป็นไปได้’ (‘where possible’) คำว่า ‘ควร’ ในการสื่อสารการตลาดทางสื่อดิจิทัล ควรจะใช้ได้ในกรณีอย่างน้อย 75% ของกลุ่มเป้าหมายของการตลาดคือกลุ่มที่ ‘คาดได้อย่างมีเหตุผล’ ว่ามีอายุไม่ต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด Gupta และทีมได้ทำการศึกษาเว็บ YouTube ซึ่งบริษัท Google เป็นเจ้าของ และคำนวณไว้ว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 13–17 ปี (บวก หรือลบไม่เกิน 5 ปี) มีไม่ถึง 25% ของกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาดูเว็บ YouTube ดังนั้น เกณฑ์ที่บ่งบอกว่ากลุ่มเป้าหมายต้องเป็นผู้ใหญ่น้อย 75% ในการจำกัดกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคม (เพื่อไม่ให้เยาวชนเป็นเป้าหมายทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์) หมายความว่า จะมีผลเหมือนกับไม่มีการควบคุมใดๆ เลยทางสื่อสังคม หรือพูดอีกนัยหนึ่งคือ หากทำตามกฎเกณฑ์ที่เป็นการปฏิบัติที่ดีที่สุด ตามแนวทางของการตลาดทางสื่อสังคม หมายความว่า

อนุญาตให้มีเยาวชนที่อายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด 25% สามารถเปิดรับสารจากการทำการตลาดทางสื่อสังคมได้

เนื้อหาที่เกิดจากการเผยแพร่โดยผู้บริโภคอยู่ภายใต้ข้อแนะนำที่กำหนดโดย Australia's Responsible Alcohol Marketing Code (ABAC) ข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับ 'ควร' จะปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ และตัวอย่างของกฎเกณฑ์ของเนื้อหาที่เกิดจากผู้บริโภคควรมีปรากฏอยู่ในส่วนของภาคผนวก ตัวอย่างของกฎเกณฑ์มีคำเตือนว่า เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมจะถูกนำออกจากเว็บไซต์ และผู้เผยแพร่จะถูกยกเลิกจากการลงทะเบียนในการใช้เว็บไซต์ ในขณะที่กฎเกณฑ์ใช้มาตรการขั้นต่ำคือ "ต้อง" แต่พฤติกรรมที่ได้อธิบายไว้ข้างต้นเป็นสิ่งที่กว้างมากและขึ้นอยู่กับวิจารณญาณ ซึ่งมีข้อโต้แย้งได้แนวทางที่น่าเสนอนั้นกล่าวถึงกลไกในการรายงานโดยผู้ใช้เว็บไซต์ให้แจ้งถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม 'ควร' จะดำเนินการ 'เท่าที่จะทำได้' การควบคุมที่เหมาะสมของช่องทาง ดิจิทัล โดยผู้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถดำเนินการได้ก่อน หรือหลังจากการที่โพสต์ข้อความเกิดขึ้นแล้ว โดยโปรแกรมอัตโนมัติ แต่สิ่งนี้ใช้ได้กับเฉพาะเว็บไซต์ที่ควบคุมโดยผู้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่สามารถใช้ได้กับเว็บไซต์อื่นๆ อีกมากมายที่อาจจะเกี่ยวข้องหรือเป็นเครือข่ายในการโฆษณา นอกเหนือจากการส่งต่อ (แชร์) โดยผู้ใช้เว็บไซต์ทั้งหลายกับเครือข่ายอื่นๆ ของตนอีกมากมาย

นโยบายของ เฟซบุ๊ก และกฎเกณฑ์จากออสเตรเลียแสดงให้เห็นถึงจุดอ่อนที่คุ้นเคยเกี่ยวกับการควบคุมตนเอง ในกรณีนี้คือการโฆษณาทางสื่อออนไลน์ แต่ยังคงมีความบกพร่องที่ก่อความเสียหายมากกว่านี้ ระบบการควบคุมตนเอง ซึ่งมุ่งเน้นไปยังการเฝ้าระวัง (monitoring) เนื้อหาที่เหมาะสมโดยทั่วไปของการโฆษณา ไม่สามารถที่จะจับความหรือเข้าใจความหมายของกิจกรรมต่างๆ บนสื่อดิจิทัล

ความเป็นส่วนตัว

อีกกรณีหนึ่งของข้อยกเว้นคือ การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลที่จะทำให้บังชี้อตัวบุคคลได้ แต่เงื่อนไขต่างๆ ของบริษัท ดิจิทัล มีความอ่อนแอเป็นอย่างมาก ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิกบีบให้รัฐบาลต่างๆ ต้องมีกรอบในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล อย่างไรก็ตาม เมื่อไม่มีมาตรการขั้นต่ำกฎของความเป็นส่วนตัวอาจจะเข้มงวดหรืออ่อนแอเกินไป แต่มีหมายเหตุที่ให้ข้อมูลว่า สิ่งนี้จะบรรลุผลได้โดยการเข้าร่วมอย่างสมัคร

ใจขององค์กรธุรกิจที่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้ (TPPA Art 14.8 Personal Information Protection, fn 6) ข้อยกเว้นนี้ จะเอื้อให้ทั้งกฎข้อบังคับเกี่ยวกับการปกป้องข้อมูลทั่วไป (General Data Protection Regulation – GDPR) ซึ่งเป็นกฎหมายใหม่ของสหภาพยุโรป ซึ่งมีเงื่อนไขว่าต้องได้รับความยินยอมในการให้เก็บเกี่ยวข้อมูล และแนวทางการห้ามไม่ให้เข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของประเทศสหรัฐอเมริกา

แม้กระทั่งกฎข้อบังคับเกี่ยวกับการปกป้องข้อมูลทั่วไปของสหภาพยุโรปมีผลอย่างจำกัด บริษัทที่ทำการตลาดทางสื่อดิจิทัล มีแนวทางที่จะใช้กฎข้อบังคับเกี่ยวกับการปกป้องข้อมูลทั่วไป เป็นโอกาสทางธุรกิจมากกว่าเป็นอุปสรรค นิตยสาร Rewrite Digital กล่าวถึงกฎข้อบังคับดังกล่าวโดยมีท่าทีอย่างเห็นด้วยว่า บริษัทเบียร์ข้ามชาติและร้านผับที่มีสาขาต่างๆ เช่น BrewDog ต่างก้าวล่วงไปก่อน กฎข้อบังคับเกี่ยวกับการปกป้องข้อมูลทั่วไป ด้วยการให้ของแถมเพื่อให้ผู้บริโภคสมัครรับเป็นสมาชิกในการติดต่อสื่อสารทางสื่อดิจิทัล หลังจากการบังคับใช้กฎข้อบังคับเกี่ยวกับการปกป้องข้อมูลทั่วไป (GDPR) การได้รับการยินยอมจากผู้บริโภคจะทำให้ตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เก็บเกี่ยวข้อมูลมหาศาลจากผู้บริโภคได้ ทำให้การทำตลาดเจาะถึงตัวผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำ มีประสิทธิภาพด้านต้นทุน และสร้างความผูกพันอย่างแน่นแฟ้นกับผู้บริโภคมากขึ้น รวมทั้งการซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าดังกล่าวมากขึ้น และการนำเสนอตราสินค้าต่อเครือข่ายของผู้บริโภค การแบ่งปันข้อมูลกับบริษัทต่างๆ เช่น อเมซอน สามารถเพิ่มกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคและเพิ่มมูลค่าให้กับทุกฝ่ายได้ ดังนั้น นักการตลาดทั้งหลายให้คำแนะนำตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ‘ให้ใช้ทุกโอกาสในการให้ผู้บริโภคสมัครเป็นสมาชิกทางสื่อดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นการเข้ามาเยี่ยมชมทางเว็บไซต์ การตอบสนองทางสื่อสังคม การเข้าร่วมการแข่งขัน หรือการเข้ามาที่บูทจัดแสดงสินค้า หรือช่องทางอื่นๆ ในการรับสมัครผู้บริโภคที่บาร์และซูเปอร์ มาร์เก็ต

มีความเสี่ยงสำหรับผู้บังคับใช้กฎหมาย และผู้ชี้แนะทางนโยบาย ที่อาจจะหมกมุ่นกับข้อมูลส่วนบุคคลจนพลาดที่จะมองเห็นภาพกว้าง หรือภาพที่ใหญ่กว่านั้น ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นเพียงส่วนเล็กๆ ในส่วนย่อย (small sub-set) ของการจัดการข้อมูล (data processed) โดยสมองของสื่อดิจิทัล (digital brain) ส่วนที่สำคัญที่สุดของข้อมูลขนาดใหญ่ (meta-data) คือ การทำข้อมูลไม่ให้เป็นตัวบุคคล (depersonalized) เพื่อทำ

ให้ข้อมูลเหล่านั้นอยู่นอกเหนือจากข้อยกเว้นนี้ ข้อเท็จจริงนี้ขัดแย้งกับความเห็น หรือความเข้าใจทั่วไป (common perception) ที่เห็นว่าสหภาพยุโรปเป็นรัฐที่ก้าวหน้า (progressive) ถ้ามัธย หรืออาจจะไม่มีผลใดๆ (benign) เมื่อพูดถึงความเกี่ยวข้องกับข้อมูล ก่อนหน้านี้ สิ่งที่คณะกรรมการสหภาพยุโรปได้กล่าวไว้บ่งชี้ว่า สหภาพยุโรปมีความเป็นเชิงรุก (aggressive) เท่าเทียมกับสหรัฐอเมริกาเกี่ยวกับการทำให้การถ่ายเทข้อมูลมีความปลอดภัยโดยไม่ถูกแทรกแซง (securing unfettered data flows) นอกเหนือไปจากประเด็นของความเป็นส่วนตัวของบุคคล

3.3 การปรากฏตัวในท้องถิ่น และรูปแบบทางกฎหมาย (Local presence and legal form)

องค์กรธุรกิจข้ามชาติจัดระบบการปฏิบัติงานทางธุรกิจในระดับโลกจากส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่ง หรือส่วนเล็กๆ หลายๆ จุดด้วยเหตุผลต่างๆ ทางธุรกิจ เช่น กำไร การขนส่ง (logistics) ภาษี การประนีประนอมทางกฎเกณฑ์ (regulatory arbitrage) และโทษทางกฎหมาย (legal liability) โดยเหตุผลที่คล้ายๆ กัน ผู้บังคับใช้กฎหมายมักจะต้องการให้ องค์กรธุรกิจต่างชาติมีสาขา หรือการจัดตั้งหน่วยงานธุรกิจในท้องถิ่น หรือในประเทศต่างๆ เทคโนโลยีต่างๆ ทางสื่อดิจิทัล ทำให้องค์กรธุรกิจข้ามชาติสามารถดำเนินธุรกิจข้ามพรมแดนได้ง่ายขึ้น โดยรวมศูนย์ความสลัซซ์ชั่นของโครงสร้างเชิงธุรกิจ และเซิร์ฟเวอร์ (server) อยู่เพียงแห่งเดียว

การตั้งข้อสงวนผู้ให้บริการข้ามชาติต้องมีสำนักงานสาขาอยู่ในประเทศที่ให้บริการเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์

ในมาตราเกี่ยวกับการบริการ ของสัญญาความตกลงการค้าเสรีหลายฉบับ ป้องกันไม่ให้รัฐบาลประเทศต่างๆ จากการบังคับให้ผู้ให้บริการข้ามชาติต้องมีสำนักงานสาขาอยู่ในประเทศที่ให้บริการ (TPPA Article 10.6 Local Presence) รัฐภาคีสามารถแสดงข้อสงวนอย่างชัดเจนต่อมาตรานี้ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายควบคุมเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์ หรือเกี่ยวข้องกับบริษัทที่ให้บริการทาง สื่อดิจิทัล แต่มีน้อยประเทศที่มีวิสัยทัศน์พอในการดำเนินการเพื่อขอสงวนสิทธิดังกล่าว ยกตัวอย่างเช่น ในความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจ

ภาคพื้นแปซิฟิก ประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ได้จัดทำรายการเพื่อขอสงวนสิทธิ ด้านมาตรการ หรือนโยบายสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับอุปทาน (supply) ของผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบข้ามพรมแดน แต่ก็เพียงเฉพาะประเด็นของการกระจาย สินค้า (distribution) หรือผลิตภัณฑ์ ไม่ได้รวมถึงประเด็นการให้บริการด้านการโฆษณา หรือการตลาด (ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก Annex II)⁵ ในกรณีของ ประเทศนิวซีแลนด์ การใช้สิทธิเพื่อขอสงวนนี้ สะท้อนถึงแนวทางระดับชาติ (National Guidance) ขององค์กรส่งเสริมสุขภาพ (New Zealand Health Promotion Agency) ซึ่ง เกี่ยวกับการขายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางไกล (remote sales) ซึ่งอยู่บน พื้นฐานของกฎหมายควบคุมอุปทานและการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Sale and Supply of Alcohol Act 2012) และไม่มีกฎหมาย หรือแนวทางระดับชาติ ที่ เทียบเคียงได้สำหรับการส่งเสริมการขายและการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์¹⁰⁴

โทษทางกฎหมาย

การตัดสินใจของรัฐบาลประเทศฝรั่งเศสเกี่ยวกับบริษัท เฟซบุ๊กและไฮเนเก้น บ่งชี้ ถึงความท้าทายที่จะดำเนินคดีเพื่อลงโทษบริษัทที่ให้บริการทางสื่อสังคมซึ่งอยู่นอก ประเทศ ความพยายามของรัฐบาลประเทศนิวซีแลนด์ที่จะปิดเว็บไซต์ Viagogo เป็นอีก กรณีศึกษาหนึ่งของความสลับซับซ้อนทางกฎหมาย บริษัท Viagogo นำบัตรเข้าชมความ บันเทิงมาขายต่อ ซึ่งหลายๆ รายการเป็นการฉ้อโกงประชาชน คณะกรรมการทางพาณิชย์ หาทางที่จะพึ่งกระบวนการยุติธรรม (interim injunction) ในการแทรกแซงเพื่อยุติการ ดำเนินธุรกิจทางเว็บไซต์ในประเทศนิวซีแลนด์ (New Zealand Commerce Commission) แต่บริษัทของสวิสเซอร์แลนด์ไม่มีสาขาอยู่ในประเทศนิวซีแลนด์และไม่ ยอมรับหมายศาล หรือเอกสารทางกฎหมายจากนายความในประเทศนิวซีแลนด์ ศาล

⁵ ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก Annex II ตัวอย่างคือ ‘New Zealand reserves the right to adopt or maintain any measure for public health or social policy purposes with respect to wholesale and retail trade services of tobacco products and alcoholic beverages’. It also only applies to the rule on market access, not the prohibition on requiring a local presence.

พิพากษาในเดือนกุมภาพันธ์ ปี ค.ศ. 2019 ว่า เอกสารทางกฎหมายจะต้องส่งให้จำเลยในประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ซึ่งมีความล่าช้า เพราะกระบวนการทางการทูต คณะกรรมการทางพาณิชย์ดำเนินการอุทธรณ์ และเมื่อการอุทธรณ์ได้รับการพิจารณาในเดือนสิงหาคม 2019 บริษัท Viagogo ได้รับหมายศาลที่ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ แต่ได้ดำเนินการโต้แย้งเรื่องขอบเขตอำนาจศาล (contesting jurisdiction) แม้ว่าคณะกรรมการทางพาณิชย์จะชนะในคดีนี้ แต่การพิจารณารับฟังจากทั้งสองคู่กรณีคณะกรรมการทางพาณิชย์ และการอุทธรณ์ในอนาคตจะมีความยืดเยื้อต่อไปอีกหลายปี ในขณะที่บริษัท Viagogo ก็ยังคงดำเนินธุรกิจในการหลอกลวงสาธารณสุขชนต่อไปได้เมื่อการพิจารณาคดียังไม่สิ้นสุดในกระบวนการทางศาลยุติธรรม¹⁰⁵

พฤติกรรมที่ฉ้อฉลกำลังเกิดขึ้นในระดับโลก แต่แต่ละประเทศจะต้องดำเนินการในแต่ละส่วนแยกออกจากกัน ในเดือนเมษายน ปี ค.ศ. 2019 คณะกรรมการทางพาณิชย์และการแข่งขันของประเทศออสเตรเลีย (Australia Competition and Commerce Commission) ได้รับการตัดสินคำพิพากษาจากศาลของรัฐบาลกลางว่า บริษัท Viagogo ละเมิดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศออสเตรเลีย แต่ยังไม่มีการพิจารณาการลงโทษ (ACCC vs Viagogo AG, 2019) บริษัทสื่อดิจิทัล อื่นๆ มีส่วนรู้เห็นเป็นใจ หรือสมรู้ร่วมคิดด้วย บริษัท กูเกิล กว่าจะถอนบริษัท Viagogo ออกจากรายการที่อยู่ข้างบนสุดของหน้าค้นหาทางเว็บไซต์ในประเทศนิวซีแลนด์ ก็ยืดเยื้อเวลาไปจนถึงเดือนกรกฎาคม ปี ค.ศ. 2019 ถึงแม้จะมีหลักฐานอย่างแน่ชัดว่า เป็นบริษัทที่มีเจตนาในการฉ้อโกงประชาชน โดยอ้างว่าบริษัท Viagogo มีคุณสมบัติที่ได้รับการรับรองครบถ้วน ถูกต้องตามเงื่อนไขต่างๆ ของบริษัท กูเกิล¹⁰⁶

รูปแบบทางกฎหมาย

ถึงแม้เมื่อบริษัททางเทคโนโลยีมีสาขาของบริษัทอยู่ในประเทศ แต่ละบริษัทสาขาอาจจะมีอัตลักษณ์ทางกฎหมายและการดำเนินการทางธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป โดยมีการดำเนินงานด้านกฎหมาย อำนาจ และการลงทุนทางธุรกิจที่น้อยมาก โครงสร้างทางธุรกิจเช่นนี้ ทำให้บริษัท เฟซบุ๊กในประเทศฝรั่งเศสสามารถโอนย้ายความรับผิดชอบทางกฎหมายภายใต้กฎหมายของประเทศฝรั่งเศสไปยังบริษัทแม่ในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไอร์แลนด์ การดำเนินการธุรกิจในรูปแบบนี้ทำให้บริษัทสามารถทำทนายกฎหมาย

และการบังคับใช้เฉพาะต่อกิจกรรมทางด้านดิจิทัลได้ รูปแบบ อูเบอร์ (Uber model) ผสมผสานการปรากฏตัวที่น้อยที่สุดในประเทศใดประเทศหนึ่ง โดยเน้นว่าการเป็นผู้ให้บริการธุรกิจทางด้านคอมพิวเตอร์ บริษัทไม่จำเป็นต้องมีภาระผูกพันทางด้านกฎหมาย สำหรับการให้บริการดังกล่าว¹⁰⁷

ทางเลือกหนึ่งคือต้องมีเงื่อนไขให้บริษัทด้านสื่อดิจิทัลจัดตั้งบริษัทภายในประเทศ เพื่อที่จะต้องรับผิดชอบในการดำเนินการตามกฎหมายในประเทศนั้นๆ อย่างไรก็ตาม กฎของการเข้าถึงตลาดทางการค้าด้านบริการป้องกันไม่ให้รัฐบาลสร้างเงื่อนไขที่ว่านี้ ดังนั้น รัฐบาลสามารถขอสงวนสิทธิได้อย่างชัดเจนที่จะเสี่ยงจากกฎ ในรายการที่ห้าม หรือ เป็นทางลบ (negative list) แต่ดูเหมือนไม่มีประเทศใดดำเนินการขอสงวนสิทธิดังกล่าวในความตกลงการค้าเสรีใดๆ

3.4 แหล่งรหัสและขั้นตอนปฏิบัติการ (algorithms)

เนื้อหาเกี่ยวกับการพาณิชย์ทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ในความตกลงการค้าเสรีในระยะหลังๆ ยินยอมให้ผู้ที่เป็นเจ้าของแหล่งรหัสและขั้นตอนปฏิบัติการสามารถเก็บข้อมูลเหล่านี้เป็นความลับ กฎนี้ปฏิบัติต่อแหล่งรหัสและขั้นตอนปฏิบัติการเป็นนามธรรม (abstractions) ไม่เชื่อมโยงหรือเกี่ยวข้องกับข้อมูล หรือผู้ที่สร้างข้อมูลเหล่านี้ หรือ เป้าประสงค์ขององค์กรผู้โฆษณาและผู้ดำเนินการทางด้าน ดิจิทัล

การเปิดเผยแหล่งรหัสเป็นเงื่อนไขในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือผลิตภัณฑ์ (TPPA Article 14.17 Source Code)

ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (TPPA) ห้ามรัฐบาลต่างๆ บังคับให้บริษัทที่ให้บริการทางสื่อดิจิทัล หรือ สื่อสังคม เปิดเผยแหล่งรหัสเป็นเงื่อนไขในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือผลิตภัณฑ์ (TPPA Article 14.17 Source Code) ข้อเสนอของสหภาพยุโรปในการเจรจาล่าสุดสำหรับความตกลงการค้าเสรีกับประเทศนิวซีแลนด์และออสเตรเลีย ป้องกันไม่ให้รัฐบาลบังคับให้เจ้าของอนุญาตให้เข้าถึงแหล่งรหัสของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (software) รัฐบาลอาจจะยังสามารถบังคับให้ เปลี่ยนแปลงแหล่งรหัส (modified) เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย (achieve compliance) ของประเทศนั้นๆ เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งกฎหมายเหล่านั้น

สอดคล้อง (complied) กับความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก หรือในกรณีของ ข้อเสนอจากสหภาพยุโรป เพื่อแก้ไข ปรับปรุง (remedy) การละเมิดกฎหมาย (breach) ของการแข่งขันทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ข้อยกเว้นเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน ‘เป็นนงุกันทาง’ การ พิสูจน์ว่ามีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้น แปซิฟิก หรือการละเมิดกฎหมายได้เกิดขึ้นในบริบทของสหภาพยุโรป เป็นความ ยากลำบากมาก โดยปราศจากการเข้าถึงแหล่งรหัสเสียก่อน (Digital Trade chapter, Article 11)

ในมาตรา 11 บทที่ว่าด้วยการค้าด้านดิจิทัล กล่าวว่า “รัฐภาคีจะต้องไม่สร้าง เงื่อนไขให้ ถ่ายโอน หรือเข้าถึง แหล่งรหัสของโปรแกรม (software) ซึ่งมีเจ้าของที่ เป็นบุคคล หรือนิติบุคคล ของรัฐภาคีอื่น” นอกจากนี้ “ไม่มีข้อความใดในมาตรานี้ที่จะ มีผล...จากเงื่อนไขโดยคำสั่งศาล คณะกรรมการอนุญาโตตุลา การ หรือ องค์กรคู่แข่ง ที่ จะให้แก้ไขการละเมิดกฎหมายการแข่งขันทางธุรกิจ” (Available at:

https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2018/december/tradoc_157581.pdf)

25 September 2018

หากประเทศใดละเมิดความตกลงนี้ หรือกฎ ระเบียบอื่นๆ และข้อยกเว้นที่จำกัด มากๆ ไม่สามารถเอื้อให้แก้ไขได้ รัฐบาลนั้นจะต้องพึงพิงบทที่ว่าด้วยข้อยกเว้นทั่วไป สำหรับสาธารณสุข แต่รัฐบาลนั้นจะต้องพิสูจน์ให้ได้ว่ามาตรการดังกล่าวเป็นแนวทาง ที่เป็นปัญหา อุปสรรคที่น้อยที่สุด (least-burdensome) ในการที่จะบรรลุเป้าประสงค์ ทางด้านสุขภาพ เช่นเดียวกับเงื่อนไขของการถ่ายโอนข้อมูล (data flows provision) อุตสาหกรรมจะอ้างกฎ (codes) การควบคุมตนเอง (self-regulation) และ กฎ (codes) การโฆษณาและการตลาดด้วยความสมัครใจ ว่าเป็นทางเลือกที่เป็นปัญหา อุปสรรค น้อย กว่าและมีประสิทธิผล หากมาตรการใดที่ผ่านการทดสอบว่าเป็นปัญหา อุปสรรค ที่น้อย ที่สุด ขึ้นต่อไปที่จะต้องพิสูจน์คือมาตรการนั้นๆ ต้องไม่สร้างเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม มีอคติ หรือการเลือกข้าง (constitute arbitrary or unjustifiable discrimination) ระหว่างรัฐ ภาคีหรือประเทศต่างๆ ซึ่งมีบริบทที่คล้ายกัน แต่สิ่งนี้เป็นกรณีเฉพาะประเทศเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น การจำกัดบริษัทต่างชาติจากการเคลื่อนย้ายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์เครื่องตีแม่แอลกอฮอล์จากนอกประเทศจะถูกมองว่าเป็นการกระทำที่ไม่เป็นธรรม

มือคติ หรือการเลือกข้าง ที่จะเข้าข้างบริษัทในประเทศซึ่งมีสถานที่ หรือโรงงานในประเทศ หรือสถานที่ซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งเชื่อมโยงกับโรคไม่ติดต่อ (NCD's) ไม่มีการจำกัด

มุมมองเกี่ยวกับประสิทธิผลของบทที่ว่าด้วยข้อยกเว้นทั่วไป มีความแตกต่างกัน เป็นอย่างมาก และจะเป็นความเขลา เบาปัญญาเป็นอย่างมาก หากรัฐบาลใดจะพึ่งพิง ข้อยกเว้นทั่วไปนี้ ในการใช้กับกฎ และความตกลงทางการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ หากมีทางเลือกอื่นๆ ที่จะไม่ต้องทำความตกลงปลงใจในประเด็นนี้ตั้งแต่ต้น

บทที่ 6

อภิปรายผล

ที่ผ่านมา หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและสาธารณสุขของประเทศไทยยังมิได้มีการเตรียมความพร้อมเท่าที่ควรในการเกาะติดสถานการณ์อย่างต่อเนื่องของการเจรจาความตกลงทางการค้าเสรีสาธารณสุข ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPTPP) หรือความตกลงการเจรจาการค้าเสรีอื่นๆ เช่น RCEP ที่จะมีผลกระทบต่อภาคสุขภาพและและมีหลายประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการค้าเสรีที่ต้องติดตามต่อไป หากมิได้มีการศึกษาไว้ล่วงหน้า ก็จะไม่มีความรู้ในการตัดสินใจสำหรับผู้จัดทำนโยบาย ได้แก่ ประเด็น Like-products เช่น วอดก้า วิสกี้ กับสุราหมักพื้นบ้านของไทย ประเด็นสลากค่าเดือนสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเด็นเรื่องสุราลักลอบหนีภาษี และ Track and Trace เป็นต้น

สิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อมาตรฐานทางสุขภาพส่วนบุคคล ดังนั้น บริบทของการค้าในระดับโลก รวมถึงนโยบายด้านการค้ามีผลกระทบต่อสาธารณสุข และความเท่าเทียมทางด้านสุขภาพ (health equity) โดยบริบทดังกล่าว จึงควรมีงานวิจัยแบบบูรณาการซึ่งครอบคลุมความสลับซับซ้อนทางทฤษฎีและระบบทางวิทยาศาสตร์ รวมทั้งเศรษฐศาสตร์การเมืองของสุขภาพ ทั้งการตรวจสอบและประเมินผลกระทบของความตกลงทางการค้าและสุขภาพ

ส่วนผลดีในความตกลงทางการค้าเสรี ที่เป็นความคิดพื้นฐานที่เป็นที่รู้จักกันว่า ผู้บริโภคมีมุมมองว่าช่วยลดภาษีนำเข้า ทำให้ราคาสินค้านำเข้าถูกลง ถือเป็น การเพิ่มกำลังซื้อของประชาชนทางอ้อม ผู้บริโภคสามารถจับจ่ายซื้อสินค้านำเข้าได้เป็นจำนวนมากขึ้น ทั้งการลดภาษีนำเข้ายังช่วยลดต้นทุนให้ราคาสินค้าชนิดเดียวกันหรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ที่ผลิตในประเทศลดราคาด้วย อันเป็นผลมาจากการแข่งขันที่สูงขึ้น นอกจากนี้ การลดภาษีศุลกากรยังทำให้มีการนำเข้าสินค้าชนิดใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีการนำเข้ามาก่อน ถือเป็น การเพิ่มทางเลือกให้แก่ประชาชนอีกทางหนึ่งด้วย

เช่นเดียวกับกับมุมมองผู้ผลิต การค้าจะช่วยเพิ่มโอกาสให้แก่ผู้ส่งออก ลดภาระผู้ประกอบการที่ต้องนำเข้าวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและเพิ่มการแข่งขันภายในประเทศ ในมุมมองของผู้ผลิตส่วนหนึ่งจะสามารถผลิตและส่งออกสินค้าได้มากขึ้น เนื่องจากภาษีขาเข้าของประเทศคู่สัญญา FTA ลดลง สินค้าบางชนิดที่ไม่เคยส่งออกเนื่องจากต่างชาติตั้งกำแพงภาษีก็จะเริ่มส่งออกได้ ผู้ผลิตอีกกลุ่มที่จะได้รับประโยชน์จาก FTA คือ กลุ่มที่มีการนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักรเข้ามาเพื่อใช้ในการผลิตสินค้า เพราะ FTA จะช่วยลดต้นทุนการนำเข้าของผู้ประกอบการเหล่านี้และเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้ผลิตสามารถนำเข้าได้จากหลายแหล่งมากขึ้น ส่งผลให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง ถือเป็น การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาให้แก่ผู้ผลิต ทั้งนี้ กลุ่มของผู้ผลิตสินค้าเพื่อขายในประเทศซึ่งจะต้องแข่งขันกับสินค้านำเข้าที่ราคาถูกลง ทำให้ต้องมีการปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น

ความตกลงการค้าเสรีที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงความต้องการแก้ไขนโยบายภายในประเทศและกลไกการควบคุมต่างๆ ทำให้เกิดการค้าและการลงทุนที่เพิ่มขึ้นของสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (โดยเฉพาะยาสูบ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และอาหารที่ผ่านกระบวนการการขัดสี) ส่งผลให้เกิดการดำรงชีวิตที่ไม่ดีต่อสุขภาพ

จากการศึกษาขององค์การระหว่างประเทศภายใต้กรอบขององค์การสหประชาชาติหรืออังค์ถัด (UNCTAD, 2004) พบว่าผลของการเปิดเสรีทางการค้ามากขึ้นจะทำให้ประเทศพัฒนาแล้วมีส่วนแบ่งรายได้เพิ่มขึ้นอย่างมาก หากเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ที่เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลกด้วยกัน ดังนั้น ในปัจจุบัน บรรดาประเทศกำลังพัฒนาและด้อยพัฒนาจึงเริ่มตระหนักถึงความสูญเสียและความเสียหายเปรียบของตนต่อประเทศพัฒนาแล้ว ประชาชนและนักวิชาการในประเทศก็พากันเรียกร้องให้รัฐคำนึงถึงผลเสียต่อประชาชนจากการทำความตกลงและการเจรจาเปิดตลาดการค้าบริการนั้นด้วย แม้แต่ในประเทศไทยก็ได้มีการเรียกร้องจากนักวิชาการและกลุ่มเอ็นจีโอ (NGOs)¹⁰⁸

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ใช่สินค้าธรรมดา

เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบต่อความตกลงทางการค้าเสรี คนทั่วไปอาจจะพิจารณาแต่ประเด็นการเข้าถึงยาหรือระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ส่วนสินค้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลับถูกมองว่าเป็นเพียงมีติเล็กๆ ที่กลุ่มทุนอุตสาหกรรม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาจจะไม่เห็นด้วย ประชาชนทั่วไปก็มองไม่ออกว่า เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จะได้รับผลกระทบทางร้ายอะไร กลับมองว่าเป็น “สินค้าธรรมดาทั่วไป” ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด ในช่วงการระบาดของโควิดที่มีการแย่งซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันด้วยมาตรการ “อยู่บ้าน ป้องกันโควิดที่ภายหลังนายกรัฐมนตรี ออกคำสั่งผ่อนปรน มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยหนึ่งในข้อผ่อนปรนนั้น ได้อนุญาตให้กลับมาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เริ่มตั้งแต่วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 ทั่วประเทศ ทำให้ล่าสุดมีประชาชนเข้าไปในห้างสรรพสินค้า เพื่อซื้อเหล้า-เบียร์ เป็นจำนวนมาก ภายหลังที่ประกาศดังกล่าวมีผลบังคับใช้วันแรก



ภาพ 6.1 ทะลักซื้อเหล้าช่วงโควิด-19 วันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2563

ที่มา หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ไทยโพสต์ <https://www.thaipost.net/main/detail/64978>



ภาพ ปชช. ยื้อแย่งซื้อ เหล้า-เบียร์ หลังเปิดขายวันแรก ไม่สนค่าเดือนพวง. ห้างฯ วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2563
ที่มา PPTV Online <https://www.pptvhd36.com/news>

อีกกรณีที่ตัวแทนจากภาคธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 7 องค์กร อันได้แก่ สมาคมผู้ประกอบการไวน์ไทย สมาคมผู้ผลิตไวน์ผลไม้และสุราพื้นบ้านไทย สมาคมบาร์เทนเดอร์ประเทศไทย ชมรมผู้นำเข้าและตัวแทนจำหน่ายคราฟท์เบียร์ ชมรมผู้ประกอบการร้านคราฟท์เบียร์ ชมรมเบียร์บรูเออร์แห่งประเทศไทย และชมรมผู้ค้าและตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์และวัตถุดิบทำเบียร์ ได้เข้ายื่นจดหมายเปิดผนึกถึง พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและประธานคณะกรรมการบริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) หรือ ศบค. ณ ศูนย์ดำรงธรรม เรียกร้องหาข้อผ่อนปรน และการเยียวยาผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการห้ามจำหน่ายสุรา¹⁰⁹ และรัฐก็ได้ผ่อนปรนจริงๆ

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พยายามที่จะมีอิทธิพลต่อความตกลงการค้าเสรีต่างๆ โดยเจรจาเพื่อลดภาษี เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาด และจำกัดมาตรการที่มีประสิทธิผลของรัฐในการควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งจำกัดมาตรการที่ห้ามการโฆษณา ในเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2553 รัฐบาลไทยแจ้งความจำนงไปยังคณะกรรมการองค์การการค้าโลกด้านอุปสรรคทางเทคนิคของการค้าว่าจะออกมาตรการทางกฎหมายใหม่เกี่ยวกับการบังคับให้มีฉลากค่าเดือนสุภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรการใหม่นี้จะห้ามไม่ให้ใช้คำใดๆ บนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่ง

จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดและหลงเชื่อว่า “เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์สามารถช่วยให้สุขภาพดีขึ้น” หรือ “เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ชนิดหนึ่งเป็นอันตรายน้อยกว่าอีกชนิดหนึ่ง”

ข้อเสนอของผู้วิจัยที่มีมากกว่า 10 ปี ก็คือ ปัญหาแอลกอฮอล์เป็นปัญหาระดับโลก ควรตระหนักว่า **“ไม่มีแอลกอฮอล์ระดับใดที่ปลอดภัย”** จึงต้องมีการเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิดความตกลงทางการค้าเสรีในอาเซียนในอนาคตจะเปิดโอกาสให้ประเทศที่มีใช้สมาชิกอาเซียนเข้ามาร่วมค้าได้ทั้งหมด รวมทั้งกลุ่มพื้นที่ทรานส์แปซิฟิก ประเทศไทย ประชาชน สังคมไทย และรัฐต้องปรับจุดหมุน ทำนโยบายและกฎหมายภายในประเทศให้เข้มแข็ง ควบคุมทั้งอุตสาหกรรม ตลาดการค้าสุรา ทั้งผู้ผลิตรายใหญ่ รายย่อยและการควบคุมการตี๋ม ไม่ให้มีสถานการณ์ที่บ่งชี้ว่า ไทยปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมและการกีดกันทางการค้าเสรีในระดับโลก ต้องร่วมมือจัดให้มีกรอบอนุสัญญาควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์¹¹⁰ ความท้าทายในการดำเนินการควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ รวมถึงนโยบายสาธารณะอื่นๆ ด้านสุขภาพ อย่างเร่งด่วนก่อนที่กรอบการค้ารูปแบบใหม่จะฝังรากลึกในสังคม จนรัฐบาลไม่สามารถจะดำเนินการแก้ไขใดๆ ได้ในการตอบโต้ต่อความท้าทายของสื่อดิจิทัล ในศตวรรษที่ 21

ในระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา เริ่มมีความตระหนักในกลุ่มวิชาชีพสาธารณสุขว่ามีความเสี่ยงเป็นอย่างมากจากความตกลงการค้าเสรีนานาชาติ และความตกลงด้านการลงทุน ในการที่จะแก้ปัญหาโรคไม่ติดต่อ เช่นนโยบายการควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ด้วยวิธีการที่เป็นเชิงรุกและเป็นนวัตกรรม ทั้งจากการที่จะต้องต่อสู้และท้าทายทางด้านกฎหมาย หรือจากการที่รัฐบาลไม่ต้องการตรากฎหมายใหม่ๆ เพราะเกรงว่ามีความเสี่ยงเป็นอย่างมากจากการคุกคามโดยอุตสาหกรรมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์¹¹¹⁻¹¹²

ความตกลงการค้า CP-TPP ได้มีการกำหนดข้อตกลงเกี่ยวกับสินค้าสุรา เบียร์ และไวน์ เอาไว้ด้วย และจะมีผลกระทบต่อไทยใน 3 ประเด็น ได้แก่

1. การลดภาษีนำเข้าสุราและเบียร์ให้เหลือ 0% จากปัจจุบันที่รัฐบาลตั้งกำแพงภาษีไว้สูง เนื่องจากเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่เป็นอันตรายต่อ

สุขภาพ ซึ่งการลดภาษีเหลือ 0% จะทำให้ สุรา วิสกี้ เบียร์ ไวน์ ต่างประเทศ ทะลักเข้าในประเทศมากขึ้น

“ปัจจุบันมูลค่าตลาดสุราไทยอยู่ที่ 3 แสนล้านบาท และมี ผู้บริโภคสุราที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29 ทำให้เวลา เจริญอะไร ต่างชาติก็หยิบยกเรื่องนี้มาเจรจาเปิดตลาด เพราะตลาดยังมี ช่องว่างที่จะเติบโตได้มาก ความตกลง CP-TPP จะนำสู่สิ่งที่เรียกว่า เหล้าถูก ยาแพง พี่ชพันธ์ถูกผูกขาด”

2. การจำกัดมาตรการควบคุมสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจาก CP-TPP ได้มีข้อกำหนดเกี่ยวกับตราสินค้าและฉลาก รวมถึงการ โฆษณาเอาไว้ ส่งผลให้มาตรการควบคุมการโฆษณาสินค้าสุราของไทยด้อย ประสิทธิภาพลง

3. การขยายการคุ้มครองการลงทุนของบริษัทสุรา เพราะเพียงแค่ว่า มาจดทะเบียนตั้งบริษัทหรือตั้งสำนักงาน แม้ว่าจะไม่มีโรงงาน บริษัทดังกล่าว จะได้รับการคุ้มครองการลงทุนตามข้อตกลง CP-TPP แล้ว

ที่มา สำนักข่าวอิศรา. เปิดจุดยืน ‘ภาคปชช.-กรมเจรจา’ ไทยควรเดินหน้า CPTPP หรือไม่ ? วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2563

<https://www.isranews.org/isranews-scoop/85931-cptpp-85931.html>

แนวคิดที่ว่าไม่มีความจำเป็นที่จะให้ความสนใจต่อความตกลงการค้าเสรีใน บริบทของการวางกรอบนโยบายและการบังคับใช้นโยบายการควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในระดับชาติ ไม่เป็นความจริงอีกต่อไป

1. ประเด็นการเปิดตลาดสินค้ากรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศได้รายงาน ผลการศึกษาวิเคราะห์รายการสินค้า ที่คาดว่าไทยจะได้รับประโยชน์และสินค้าที่ไทย อาจมีความอ่อนไหว หากไทยเข้าร่วมเป็นภาคีความตกลง CP-TPP กรมเจรจาการค้า ได้พิจารณาเลือกรายการที่อาจได้รับผลกระทบ โดยแบ่งกลุ่มสินค้าออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 คือ รายการสินค้าที่อาจมีการนำเข้าเพิ่มขึ้น หากไทยเข้าร่วมเป็นภาคีความตกลง CP-TPP โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาคือ 1) สินค้าที่ประเทศสมาชิก CP-TPP มี

ศักยภาพในการส่งออก สูงกว่าไทย 2) มูลค่าการส่งออกและการนำเข้าของสินค้า
รายการนั้นๆของไทย และ 3) อัตราภาษี MFN ของไทย

จากการที่กรมเจรจาการค้าได้คัดเลือกสินค้าโดยพิจารณาจากรายการสินค้าใน
ส่วนที่ 1 ที่ประเทศสมาชิก CP-TPP มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่าประเทศที่ไทยได้
เปิดตลาดสินค้านั้น ภายใต้ FTA ที่มีอยู่แล้ว พบว่า 1.1 กลุ่มประเทศ ที่ไทยมี FTA และ
เปิดตลาดเกือบร้อยละร้อย แล้ว ได้แก่ บรูไน มาเลเซียสิงคโปร์ เวียดนาม นิวซีแลนด์
ออสเตรเลีย ซิลิ สินค้าที่คาดว่าไทยจะได้ประโยชน์จากเวียดนาม ได้แก่ ยาสูบ ยาง
นอก และจากมาเลเซีย ได้แก่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยาสูบ ข้าว (กลุ่มงาน
คณะกรรมการ 2563 หน้า 59)

องค์การการค้าโลกกับมติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ใช่สิ่งแปลกหน้าสำหรับข้อถกเถียง
ในบริบทขององค์การการค้าโลก เช่น นโยบายการเก็บภาษีสำหรับการซื้อเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ เป็นการละเมิดหลักการของการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม หากสินค้านำเข้า
เสียเปรียบสินค้าที่ผลิตในประเทศ กฎหมายในประเทศเกี่ยวกับราคาหรือการขาย
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เกิดข้อจำกัดสำหรับสินค้านำเข้า มาตรการ
ระดับชาติเกี่ยวกับบังคับใช้ฉลาก การผลิต และอุปทานอาจเป็นการละเมิดหลักการ
ขององค์การการค้าโลก หากสินค้านำเข้ามีภาระมากกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศ เช่น
การบังคับให้ปิดฉลากอีกครั้งเมื่อนำเข้า

การดำเนินการระงับข้อพิพาทโดยองค์การการค้าโลก เป็นเครื่องมือในการ
ทำให้เกิดความสมดุลระหว่างข้อเรียกร้องของการค้าเสรีและข้อกังวลสำหรับการ
ปกป้องอำนาจอธิปไตยในการออกมาตรการประเด็นที่สาธารณะให้ความสนใจ รัฐภาคี
สามารถนำข้อร้องเรียนมายังคณะกรรมการระดับแรก และมติสามารถจะอุทธรณ์ได้ต่อ
คณะกรรมการอุทธรณ์ อย่างไรก็ตาม กรอบโครงสร้างนี้อยู่ในภาวะวิกฤติในวันที่ 11
ธันวาคม พ.ศ. 2562 เมื่อสมาชิกในคณะกรรมการอุทธรณ์ 2 คน ได้ครบวาระ จึงเหลือ
กรรมการอุทธรณ์เพียงท่านเดียว คณะกรรมการอุทธรณ์สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ก็
ต่อเมื่อมีคณะกรรมการอุทธรณ์อย่างน้อย 3 ท่าน ดังนั้น คณะกรรมการอุทธรณ์จึงไม่

สามารถดำเนินการใดๆ ได้ในขณะนี้ ถึงแม้จะมีการเรียกร้องโดยรัฐภาคีกว่า 100 ประเทศขององค์การการค้าโลก ให้เลือกกรรมการอุทธรณ์ใหม่เพื่อทำหน้าที่ แต่ไม่มีอะไรเกิดขึ้น เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาใช้สิทธิในการระงับกระบวนการดังกล่าว ในขณะนี้ สหภาพยุโรปและรัฐภาคีขององค์การการค้าโลกจำนวนหนึ่งกำลังพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการจัดตั้งคณะกรรมการไกล่เกลี่ย ที่จะสามารถทำหน้าที่ทดแทนคณะกรรมการอุทธรณ์ได้ตามมาตรา 25 ของความตกลงองค์การการค้าโลก อย่างไรก็ตาม เป็นที่แน่ชัดว่าความแตกแยกระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและสมาชิกองค์การการค้าโลกยากที่จะรักษาให้หายได้ในเร็ววัน ผลกระทบจากวิกฤตินี้ขององค์การการค้าโลก ในข้อพิพาทต่างๆ โดยตรงต่ออำนาจทางกฎหมายขององค์การการค้าโลก เกี่ยวกับมาตรการควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ ในภาพรวม ความสามารถในการให้รัฐภาคีดำเนินการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีอะไรบ้าง? กระบวนการที่ค้างค้ำอยู่ ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้โดยไม่มีกำหนด และกรณีการอุทธรณ์ต่างๆ จะดำเนินการได้ก็ต่อเมื่อมีการสรรหาคณะกรรมการใหม่เข้ามาทำหน้าที่ มีความไม่แน่นอนเกิดขึ้นอย่างมาก เนื่องจากไม่มีคณะกรรมการอุทธรณ์ หากรัฐภาคีต้องการอุทธรณ์คำตัดสินของคณะกรรมการชั้นต้นขององค์การการค้าโลก มีหลายกรณีที่เกี่ยวข้องกับมาตรการการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งอยู่ในกระบวนการของกรอบการระงับข้อพิพาท ตัวอย่าง เช่น ในปี ค.ศ. 2016 คณะกรรมการระงับข้อพิพาทมีการประชุมเพื่อตัดสินกรณีที่กฎหมายของประเทศ โคลัมเบีย เก็บภาษีสุรากลั่น และมีการร้องเรียนว่ามีผลกระทบอย่างมากต่อสินค้าสุรากลั่นนำเข้า และมีข้อพิพาทอีกกรณีหนึ่ง ซึ่งมีผลกระทบต่อองค์การการค้าโลก ซึ่งเป็นกรณีเกี่ยวกับกฎหมายของประเทศอาร์เมเนียเกี่ยวกับภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ กรณีนี้ยังไม่มีการตัดสินใดๆ¹¹³

กรณีที่กำลังเกิดขึ้นเหล่านี้ อาจจะทำให้มองว่า หากยังไม่มีคณะกรรมการอุทธรณ์ที่ทำหน้าที่ตัดสินกรณีข้อพิพาทต่างๆ หรือหากรัฐภาคีขององค์การการค้าโลก ยังไม่สามารถจัดตั้งคณะกรรมการอนุญาโตตุลาการเข้ามาทำหน้าที่พิจารณาข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายการค้าต่างๆ ได้ จะทำให้เกิดมาตรการตอบโต้โดยประเทศที่ส่งสินค้าออก และอาจจะทวีความรุนแรงซึ่งจะเป็นผลเสียต่อการค้านานาชาติ จะ

ก่อให้เกิดความไม่แน่นอนในระดับโลก และจะทำให้รัฐภาคีขององค์การอนามัยโลกไม่มั่นใจในการดำเนินการตามกรอบความตกลงขององค์การการค้าโลกอีกต่อไป ในขณะที่การบังคับใช้กฎ ระเบียบ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์การการค้าโลก แต่วิกฤติต่างๆที่กำลังเกิดขึ้นเกี่ยวกับคณะกรรมการระดับข้อพิพาทขององค์การการค้าโลกอาจจะทำให้นโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดความไม่แน่นอนเป็นอย่างยิ่ง รัฐภาคีต่างๆ อาจจะดำเนินการเจรจาระหว่างรัฐอย่างไม่มีความชัดเจนที่เป็นมาตรฐานระดับโลก และมาตรการการตอบโต้โดยฝ่ายเดียวจะเกิดขึ้นได้โดยง่าย หากปราศจากกรอบของกฎหมายทางการค้าที่เป็นที่ยอมรับ ดังนั้น ในอนาคตอันใกล้นี้ อาจจะเกิดการใช้กฎแห่งอำนาจในการค้าระดับนานาชาติ ซึ่งองค์การการค้าโลกได้ป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นตลอดระยะเวลา 2 ทศวรรษที่ผ่านมา⁶

กลไกระงับข้อพิพาทระหว่างนักลงทุนกับรัฐ

ประเด็นกลไกระงับข้อพิพาท ระหว่างนักลงทุนกับรัฐ ISDS จากข้อบงการลงทุนของความตกลง CPTPP มี 4 ประเด็นด้วยกัน ได้แก่ 1) การส่งเสริมการลงทุน 2) การอำนวยความสะดวกการลงทุน 3) การเปิดเสรีการลงทุน ซึ่งเป็นสิทธิของผู้เจรจาที่จะสามารถสงวนมาตรการ ที่ไม่สอดคล้องกับพันธกรณี และสาขาอ่อนไหวที่ไม่ต้องการเปิดตลาด หรือเปิดเพียงบางส่วนได้ และ 4) การคุ้มครองการลงทุน ซึ่งรวมถึงประเด็นการระงับข้อพิพาทระหว่างนักลงทุนกับรัฐ ISDS ทั้งนี้พันธกรณีที่ไทยจะต้องรับในบงการลงทุนของ CPTPP ที่เกินกว่าความตกลงอื่นที่ไทยเป็นภาคีในปัจจุบัน ได้แก่

1) การห้ามกำหนดเงื่อนไขให้นักลงทุนปฏิบัติ Performance requirements ที่มากกว่าความตกลงว่าด้วยมาตรการ การลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้า TRIMs Plus

⁶ Arianna Andreangeli, senior lecturer in Competition Law, Edinburgh Law School, University of Edinburgh, and member of the SHAAP Steering Committee (Scottish Health Action on Alcohol Problems).

ภายใต้องค์การการค้าโลก WTO ในประเด็นการห้ามกำหนดให้ซื้อหรือห้ามซื้อเทคโนโลยีเฉพาะ และ

2) การคุ้มครองการลงทุน ซึ่งรวมถึงการลงทุนในรูปแบบ portfolio โดยไม่ต้องขออนุญาตการคุ้มครอง และการดำเนินการในช่วงก่อนการตั้งกิจการ (Pre-establishment)

ในภาพรวมข้อบทการลงทุน ในความตกลง CPTPP มีการร่างบทบัญญัติชัดเจนเพื่อมิให้ คณะอนุญาโตตุลาการตีความเองและเพิ่มบทบัญญัติให้อำนาจรัฐในการกำหนดนโยบาย policy safeguard มากกว่าความตกลงที่ไทยเคยทำมา โดยรัฐสามารถใช้มาตรการที่มีวัตถุประสงค์ ปกป้องผลประโยชน์สาธารณะ เช่น มาตรการเพื่อความปลอดภัยด้านสุขภาพและความมั่นคง ครอบคลุมที่มาตรการดังกล่าว อยู่บนพื้นฐานของความจำเป็นและไม่เลือกปฏิบัติ นอกจากนี้ ความตกลง CP-TPP ยังมีข้อบทเฉพาะเกี่ยวกับมาตรการควบคุมยาสูบ (Tobacco control measures) ที่ให้รัฐสามารถปฏิเสธการฟ้องร้องโดยกลไก ISDS ที่เกี่ยวกับมาตรการควบคุมยาสูบได้ อย่างไรก็ดี ไม่มีบทเฉพาะเกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (กลุ่มงานคณะกรรมการอาหาร พย. 2563 หน้า 64-65)

รายงานของกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาศึกษาผลกระทบจากการเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (กลุ่มงานคณะกรรมการ พย.2563 หน้า 80) มีข้อสังเกต ดังนี้

1. การมีกลไก ISDS ภายใต้ CP-TPP เป็นการเพิ่มช่องทางสำหรับนักลงทุนในการฟ้องรัฐ แต่ไม่ใช่การเพิ่มความเสียหายสำหรับรัฐ เพราะความเสียหายย่อมขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงและข้อกฎหมาย ซึ่งการที่นักลงทุนสามารถฟ้องรัฐได้ นักลงทุนต้องพิสูจน์ ให้ได้ว่าความเสียหายที่เกิดขึ้นจากมาตรการของรัฐจริง ในขณะที่เดียวกันไทยก็เป็นประเทศผู้ส่งออกการลงทุนด้วย ดังนั้นการเพิ่มช่องทางให้นักลงทุนฟ้องรัฐ ก็เป็นการเพิ่มช่องทางให้นักลงทุนไทยในต่างประเทศสามารถฟ้องรัฐผู้รับการลงทุนได้เช่นกัน

2. หากไทยร่วมเจรจาเป็นสมาชิก CP-TPP จะต้องเน้นย้ำสิทธิในการกำกับดูแลของรัฐ ว่าครอบคลุมทุกมิติ รวมทั้งความมั่นคง โดยอาจจัดทำภาคผนวก (Annex) ของข้อ

บลงทุนที่ไทยมีสิทธิในการเจรจาข้อสงวน ซึ่งไทยอาจทำเป็นใช้ส่วนที่ไม่ใช่ภาคผนวก เรียกว่า “Side Letter” หรือความตกลงเฉพาะกับประเทศสมาชิกต่างประเทศได้แล้วแต่กรณี

3. ไม่ว่าประเทศไทยจะเข้าร่วมเจรจา หรือเป็นภาคีในความตกลงใดๆ ในอนาคต รัฐบาลต้องสร้างกลไกเพื่อให้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องรับทราบ และปรับตัว เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามพันธกรณีได้อย่างครบถ้วน และป้องกันการเกิดข้อพิพาทระหว่างรัฐกับนักลงทุน

มาตรการที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคด้านเทคนิคทางการค้า

มาตรการที่สำคัญในการค้าเสรีอีกมาตรการหนึ่ง ก็คือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคด้านเทคนิคทางการค้า (Technical Barrier to Trade) นั้น ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะมีทั้งมิติทางด้านภาษีและมิติที่ไม่เกี่ยวกับภาษี มิติทางด้านฉลากค้าเตือนสุขภาพ แต่มีหลายประเทศที่มองว่าเป็นอุปสรรคสำคัญทางการค้า ซึ่งจะต้องถูกนำไปสู่การระงับข้อพิพาท ซึ่งถ้าใช้ระบบอนุญาโตตุลาการ ประเทศไทยจะมีความเสี่ยงต่อการแพ้คดีเพราะไม่มีงานวิจัยรองรับเพื่อตอบโต้ในแต่ละประเด็น¹¹⁴

ในข้อบทอุปสรรคทางการค้า (Technical Barrier to Trade: TBT) อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โต้แย้งว่า ยังไม่มีงานวิจัยสนับสนุนมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือถ้ามีงานวิจัยสนับสนุนก็เป็นงานวิจัยที่ระเบียบวิธีวิจัยไม่หนักแน่นพอ หรือผลการวิจัยยังมีข้อบกพร่อง การขาดข้อมูลในประเทศที่กำลังพัฒนา เป็นอุปสรรคสำคัญในการดำเนินการออกมาตรการต่างๆ เช่น ควบคุมการตลาด ราคา หรือการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ผลงานวิจัย “ผลกระทบของความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิกต่อการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์”²⁶ มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายว่า หากประเทศไทยไม่สามารถใช้ข้อสงวนเพื่อยกเว้นสินค้าหมวดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ออกจากการเจรจาความตกลงการค้าเสรีได้ ต้องใช้วิธีการเจรจาต่อรองในรายละเอียดอื่นๆ ซึ่งทีมเจรจาต่อรองของประเทศไทยจะต้องมีความสามารถและรอบรู้ในการใช้ข้อมูลต่างๆ เพื่อต่อรองและโต้แย้งประเด็นต่างๆ ได้ ซึ่งหมายความว่า หน่วยงานของรัฐ เช่น กระทรวงสาธารณสุขจะต้องร่วมงานกับหน่วยงานด้านวิชาการ เช่น มหาวิทยาลัย นักวิจัย นักวิชาการด้านต่างๆ ทั้งเศรษฐศาสตร์ นิติศาสตร์ นิเทศศาสตร์ สาธารณสุขศาสตร์ ฯลฯ

รายงานของกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาศึกษาผลกระทบจากการเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้า สำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (พย. 2563 หน้า 81) มีข้อสังเกต ดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถปรับแนวทางการดำเนินการให้สอดคล้องกับข้อบท TBT ได้ รวมถึงใคร่มีสิทธิขอเจรจา เพื่อยกเว้นการปฏิบัติตามข้อกำหนดในความตกลง CP-TPP ในบางกรณีได้ เนื่องจากประเทศภาคีอื่นได้รับสิทธิในการยกเว้นเช่นกัน โดยมีประเด็นที่อาจพิจารณาขอยกเว้นการปฏิบัติตามข้อกำหนด ได้แก่ ผลกระทบด้านลบ โดยยกเว้นประเด็นการไม่ให้ประเทศสมาชิกกำหนดเงื่อนไขให้เกษตรกรที่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานกำกับดูแล ให้วางจำหน่ายในประเทศที่ผลิตต้องแสดงข้อมูลหลักฐานประกอบในการอนุญาตให้วางจำหน่ายในตลาด

2. ความตกลง CP-TPP ไม่ได้ห้ามให้ใครบังคับใช้มาตรฐานที่สูงกว่ามาตรฐานสากล ทั้งนี้ ใครๆ สามารถใช้มาตรฐานที่แตกต่างจากประเทศอื่นได้ หากมีเงื่อนไขในการกำหนดกฎระเบียบที่เป็นไปเพื่อการคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภค อีกทั้งความตกลง CP-TPP ก็มีได้ระบุให้ประเทศภาคีอื่นมีสิทธิตัดสินใจ ในกระบวนการกำหนดมาตรฐานของไทย แต่เป็นเพียงข้อกำหนดให้สามารถให้คำปรึกษา ความเห็น หรือข้อสังเกตเท่านั้น มิเช่นนั้นจะขัดกับหลักอำนาจอธิปไตย

3. การออกกฎหมายหรือมาตรการใดก็ตาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคสามารถกระทำได้ อย่างไรก็ดี การตีความถ้อยคำบนฉลากไวน์ อาทิ finest หรือ premium ว่าขัดกับประกาศ เนื่องจากเป็นการอวดอ้างสรรพคุณนั้น เป็นเรื่องที่พิสูจน์ไม่ได้ และอาจถือเป็นการกีดกันการนำเข้า ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมควบคุมโรคควรทบทวนประเด็นการตีความถ้อยคำที่ห้ามปรากฏบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เหมาะสมตามเจตนารมณ์

ผู้สนับสนุนนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่างตระหนักถึงภัยคุกคามของความตกลงการค้าเสรีดังกล่าว รวมทั้งการศึกษาทางวิชาการจากสมาคมสาธารณสุขแห่งชาติ การประชุมสาธารณสุขระดับโลก รวมทั้งการประชุมในระดับโลกของเครือข่ายนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Global Alcohol Policy Alliance) นักวิจัยและ

นักวิชาการต่างได้ประเมินถึงสถานการณ์ และเป้าหมายของความตกลงการค้าเสรีที่กำลังดำเนินการเจรจา สำหรับผลลาคำเตือนสุขภาพ บรรลุภัณฑ์ และส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์¹¹⁵⁻¹¹⁶ ภาษีและอากร และกฎ ระเบียบการค้าปลีก การโฆษณา¹¹⁷ รวมทั้งการให้สิทธิพิเศษและความคุ้มครองการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ เช่น การฟ้องร้องรัฐบาลได้ภายใต้ความตกลงทางการลงทุน

อย่างไรก็ตาม ความรวดเร็วและความลับของการเจรจาใหม่ๆ นำหน้าไปไกลกว่า ความคิดริเริ่มทางการศึกษา วิจัย และการชี้แนะ และทำให้สิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดไร้ความหมาย พัฒนาการล่าสุดคือ การเจรจาความตกลงที่จะยับยั้งไม่ให้รัฐบาลสามารถที่จะออกกฎ ระเบียบ เพื่อควบคุมโลกดิจิทัล ประเด็นนี้อยู่ภายใต้ข้อตกลงทางการค้าภายใต้บทบาทต่างๆ ที่เกี่ยวกับการค้าด้านอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัล อุปสรรคเหล่านี้มาในเวลาที่ผู้กำหนดนโยบายต่างตระหนักว่า แนวทางเดิมๆ ในการควบคุมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่มีความหมายอีกต่อไป

การควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพในแนวทางเดิมๆ คือ ประเด็นแรก รัฐบาลจะต้องสามารถบ่งบอกถึงผู้ที่รับผิดชอบในกิจกรรมต่างๆ ที่รัฐบาลต้องการควบคุม ประเด็นนี้มีความยากลำบากมากขึ้น เมื่อมีการบูรณาการอย่างลึกซึ้งและสลับซับซ้อนระหว่างผู้ผลิต แอลกอฮอล์กับผู้ให้บริการผ่านช่องทางสื่อดิจิทัล ในการว่าจ้างผู้ดำเนินการทางสื่อดิจิทัลเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการตลาด รูปแบบที่ไร้ร่องรอยของช่องทางสื่อดิจิทัลมีการปฏิบัติการจากนอกประเทศ และการใช้บุคคล / องค์กรที่สามเป็นผู้สนับสนุน ส่งเสริม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ที่มีอิทธิพลในการส่งเสริมการขาย รวมทั้งผู้บริโภครองก็เป็นผู้ส่งเสริมการสื่อสาร การโฆษณา ประชาสัมพันธ์อีกด้วย

หลักการพื้นฐานของการคุ้มครองการลงทุน

การเจรจาวิภาคีเพื่อจัดทำความตกลงว่าด้วยการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน (Agreement on Promotion and Protection of Investment หรือ Bilateral Investment Treaties: BITs) ความตกลงในรูปแบบนี้เป็นหนังสือสัญญา ระหว่างประเทศที่รัฐบาลของสองประเทศร่วมกันจัดทำขึ้นเพื่อให้ความคุ้มครองการลงทุนจากประเทศคู่ภาคีที่ได้รับอนุญาตให้เข้ามาลงทุนในอีกประเทศหนึ่งตามกฎหมาย

ภายในของประเทศนั้น โดยจะมีบทบัญญัติที่สร้างบริบทและเงื่อนไขที่ดีสำหรับนักลงทุนต่างชาติอื่นจะเป็นการดึงดูดการลงทุนทางตรง (Foreign direct investment: FDI) หลักการพื้นฐานของ BITs คือ หลักมาตรฐานของความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่ก่อให้เกิดความเท่าเทียมในการแข่งขันระหว่างชาติต่างๆ โดยเฉพาะระหว่างประเทศผู้ส่งออกการลงทุน (capital exporting countries) และประเทศผู้นำเข้าการลงทุน (capital importing countries) หนึ่งในหลักการดังกล่าว คือ หลักการไม่เลือกปฏิบัติ (Non Discrimination) ซึ่งประกอบไปด้วย 2 หลักย่อย ได้แก่ หลักปฏิบัติอย่างชาติที่ได้รับการอนุเคราะห์ยิ่ง (Most Favored Nation Treatment: MFN)

หลัก MFN หรือหลักที่ว่า ประเทศภาคีสมาชิกจะต้องพยายามที่จะหลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติระหว่างชาวต่างชาติ โดยในมาตรา 1 ของ GATT และมาตรา 2 ของ GATS ว่าด้วยหลักทั่วไปของ MFN กำหนดว่า ข้อบังคับ MFN จะต้องให้ “ทันทีและไม่มีเงื่อนไข” (“immediately and unconditionally”) ปัจจุบันนี้ บทบัญญัติ MFN กลายมาเป็นบทบัญญัติทั่วไปที่มีการใส่ไว้ในความตกลงว่าด้วยการค้าการลงทุนทั้งทวิภาคีและพหุภาคี การใส่หลัก MFN ใน BITs นั้นก็เพื่อเป็นการประกันว่าภาคีของความตกลงหนึ่งจะได้รับการปฏิบัติไม่น้อยไปกว่าการปฏิบัติที่ได้มีการตกลงอยู่ในความตกลงอันอื่นที่มีเนื้อหาครอบคลุมประเภทเดียวกับบทบัญญัติ MFN ดังกล่าวผลการเจรจาจึงต้องขยายสิทธิประโยชน์ให้แก่ประเทศสมาชิกอื่นๆ ที่ไม่ได้เจรจาด้วย กล่าวคือ ต้องให้การปฏิบัติที่ดีที่สุดแก่สมาชิกทุกประเทศอย่างเท่าเทียมกัน นักลงทุนหรือการลงทุนจากประเทศภาคีของความตกลงหนึ่งจะได้รับการปฏิบัติจากอีกประเทศภาคีหนึ่งไม่น้อยไปกว่า (“no less favourably”) บทบัญญัติ MFN จะเป็น “กลไก” ที่เชื่อมโยงการลงทุนจากประเทศที่สาม

ความตกลงว่าด้วยการลงทุนของหลายประเทศเข้าด้วยกัน จึงส่งผลให้ความตกลงทวิภาคีหรือ BITs ที่มีบทบัญญัติ MFN กลายเป็นความตกลงพหุภาคีโดยแท้ (“multilateralisation” instrument par excellence) ในที่สุด ทั้งนี้ Model BITs ของสหรัฐอเมริกาและแคนาดาก็ถือได้เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของ BITs ที่เป็นมาตรฐานทั่วไป กล่าวคือ เป็นบทบัญญัติที่ครอบคลุมการเข้ามาลงทุน และการลงทุน หลังการ

เข้ามาลงทุนแล้ว (the establishment and post establishment phrases) โดยได้มีการกล่าวไว้อย่างชัดเจนว่า ให้สิทธิ MFN กับ “สถานการณ์ที่เหมือนกัน” (“in like circumstances”) ซึ่งแตกต่างจาก BITs อื่นๆ เช่น European Model BIT ที่ไม่มีการกล่าวถึงว่านักลงทุนจะมีสิทธิ MFN ได้หรือไม่ในบริบทที่คล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน จึงอาจจะเป็นปัญหาทางกฎหมายได้¹¹⁸

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าหลักการ MFN กำหนดให้สมาชิกต้องให้การปฏิบัติที่ดีที่สุดแก่สมาชิกทุกประเทศอย่างเท่าเทียมกัน แต่ GATT และ GATS ก็เปิดช่องให้สมาชิกสามารถยกเว้นไม่ต้องปฏิบัติตามหลักการ MFN ได้ในบางกรณี ดังนั้น บทบัญญัติ MFN ในสนธิสัญญาว่าด้วยการลงทุนมักจะมีข้อจำกัดและข้อยกเว้น ซึ่งจะกำหนดให้หลัก MFN ไม่ใช้กับเนื้อหาบางประการของความตกลง ตัวอย่างเช่น การรวมกลุ่มเศรษฐกิจระหว่างภูมิภาค ภาษีอากร การให้เงินอุดหนุนของรัฐ เป็นต้น

หลักปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (National Treatment: NT)

หลักการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติเป็นหลักการที่กำหนดขึ้นเพื่อมิให้เกิดการเลือกปฏิบัติ ต่อผลิตภัณฑ์นำเข้า (ภายหลังจากผ่านศุลกากรแล้ว) ในลักษณะที่การเลือกปฏิบัตินั้นจะส่งผลเป็นการปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในประเทศเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศอยู่ในสถานะที่ได้เปรียบทางการตลาดยิ่งกว่าผลิตภัณฑ์นำเข้า หลักการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติจึงได้บัญญัติรองรับให้มีการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์นำเข้าในลักษณะที่ไม่ต้องไปกว่าการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ต่างกันย่อมได้รับการปฏิบัติที่แตกต่างกันได้และเมื่อพิจารณาแล้วว่าผลิตภัณฑ์นำเข้าและผลิตภัณฑ์ภายในประเทศเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน จึงจะพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติของประเทศภาคีสมาชิกว่าเป็นการปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมกันซึ่งส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์นำเข้าเพื่อที่จะปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในประเทศของตนหรือไม่

วิธีการพิจารณาจากลักษณะของผลิตภัณฑ์นี้ พบว่า 1) การพิจารณาจากลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ (physical characteristics) ซึ่งสามารถทำได้ง่าย โดยการพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์นำเข้ามีลักษณะทางกายภาพเหมือนกันกับผลิตภัณฑ์ภายในประเทศหรือไม่ ยังมีลักษณะทางกายภาพเหมือนกันมากเพียงใด ยิ่งทำให้

ผลิตภัณฑ์นั้นได้รับการพิจารณาว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันกับผลิตภัณฑ์ภายในประเทศมากขึ้นเพียงนั้น และ 2) การพิจารณาความสามารถในการทดแทนกันได้ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ (commercial interchangeability)

ตัวอย่างการพิจารณาในข้อพิพาท Japan Alcoholic Beverages

ข้อพิพาทนี้ EEC ได้ร้องเรียนระบบการเก็บภาษีของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเรียกเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แตกต่างกันตามระดับแอลกอฮอล์ว่าเป็นการฝ่าฝืน Article 3 : 2 (first sentence) โดยเห็นว่าเครื่องดื่มเหล่านี้เป็น like products และระบบการเก็บภาษีส่งผลให้อัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้าสูงกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศ ในการพิจารณาข้อพิพาทนี้ WTO Panel ได้ใช้แนวทางของคณะทำงานเกี่ยวกับ Border Tax Adjustment, 1970 ในการพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์นำเข้าและผลิตภัณฑ์ภายในประเทศเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันหรือไม่ กล่าวคือ การพิจารณารูปแบบการใช้ผลิตภัณฑ์ (product's end-uses) รสนิยมและพฤติกรรมของผู้บริโภค (consumer's tastes and habits) คุณสมบัติ ลักษณะและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (product's properties, nature and quality) และการพิจารณาจากปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น การจำแนกผลิตภัณฑ์ตามพิกัดอัตราศุลกากร (tariff classification) WTO Panel จึงคำนึงถึงทั้งรูปแบบทางกายภาพของผลิตภัณฑ์และความสามารถในการทดแทนกันได้ของผลิตภัณฑ์ในการพิจารณา like products และจากการพิจารณาดังกล่าว WTO Panel เห็นว่า ทั้ง shochu และ vodka ต่างเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลั่นสีขาวที่ผลิตโดยวัตถุดิบเดียวกัน และมีลักษณะการใช้งานเช่นเดียวกัน คือ ใช้เป็นเครื่องดื่มโดยตรง (schnapps type of drink) โดยไม่ต้องผสมกับเครื่องดื่มอื่น หรือใช้เป็นส่วนผสมกับเครื่องดื่มอื่นสำหรับการทำเครื่องดื่ม cocktail นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงปริมาณการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสหภาพยุโรป ปริมาณที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวประกอบกับส่วนแบ่งทางการตลาด และการเสนอผลการสุ่มตัวอย่างถึงรสนิยมของผู้บริโภคที่มีลักษณะการใช้เครื่องดื่มนำเข้าและ shochu ทดแทนกันได้ (ผลการศึกษาของ ASI) ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ WTO Panel เห็นว่าเป็นการสะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันและการทดแทนกันได้ของ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้าและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในประเทศ ด้วยเหตุนี้ WTO Panel จึงเห็นว่า ผู้บริโภคมีรูปแบบการนำเครื่องดื่มดังกล่าวมาใช้ในลักษณะเดียวกัน การจัดทำพิกัดศุลกากรและข้อมูลสถิติของภาครัฐเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่พิพาทก็มิได้ จำแนกเครื่องดื่มดังกล่าวไว้แตกต่างกัน ผลิตรภัณฑ์นำเข้าที่มีการใช้มาตรการภาษีและ ผลิตรภัณฑ์ภายในเป็นผลิตรภัณฑ์ที่เหมือนกัน สำหรับข้อแตกต่างด้านรสชาติและ ส่วนประกอบบางอย่างนั้นเป็นความแตกต่างเพียงเล็กน้อย จึงไม่อาจนำมาพิจารณาได้ ว่าเครื่องดื่มดังกล่าวมิใช่ like products และนำมาสู่คำวินิจฉัยให้ shochu และ vodka เป็นผลิตรภัณฑ์ที่เหมือนกัน การที่ประเทศญี่ปุ่นเรียกเก็บ ภาษี vodka ในอัตรา ที่สูงกว่า shochu จึงเป็นการฝ่าฝืนพันธกรณีตาม Article 3 : 2 (first sentence) ของ GATT¹¹⁹

ความท้าทายใหม่-การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

มีความเสี่ยงเป็นอย่างมากที่กฎ หรือความตกลงการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ การค้าทางดิจิทัล จะกลายมาเป็นมาตรฐานปกติ ดังนั้น ความตกลงการค้าจะเอื้อให้ทั้ง อุตสาหกรรมทางเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการทำงานร่วมกัน ทางสื่อดิจิทัล มีอาวูร์สำคัญในการจำกัดกฎหมายภายในประเทศ และสามารถก้าวข้าม นโยบาย หรือกฎหมายที่จะเกิดในอนาคต ที่อาจจะทำให้ผลกำไรของทั้งบริษัทเทคโนโลยี และบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติ ลดลง

มีรัฐบาลไม่กี่ประเทศที่เข้าใจผลกระทบที่จะเกิดขึ้นของกฎ หรือความตกลง การค้าด้านอิเล็กทรอนิกส์ ที่รัฐบาลได้ลงนามไปแล้ว และความตกลงอื่นๆ ที่กำลัง ดำเนินการเจรจาทางการค้าอิเล็กทรอนิกส์ ผลที่จะเกิดขึ้นสำหรับสาธารณสุขในการปล่อย ให้กระบวนการเจรจาดำเนินการต่อไปโดยไม่ยับยั้งความตกลงการค้า อิเล็กทรอนิกส์จะมี ผลเสียมากกว่าผลกระทบจากความตกลงด้านสิทธิทางปัญญา (Trade-related Aspects of Intellectual Property – TRIPS) ซึ่งเป็นความตกลงอีกอย่างหนึ่งที่รัฐบาลเข้าร่วมโดย ปราศจากวิสัยทัศน์ และไม่มีความเข้าใจ หรือไม่มีการทำประชาพิจารณ์ใดๆ ถึงผลกระทบ ที่จะเกิดขึ้น

มีงานวิจัยที่บ่งบอกถึงการที่บริษัทเทคโนโลยี ดิจิทัล ดำเนินการอย่างไรในการ บ่อนทำลายกฎหมายควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ และเพิ่มความเสียหายของการบริโภค เครื่องตีมแอลกอฮอล์

ประเด็นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) พันธกรณี พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ในความตกลง CP-TPP มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความเชื่อมั่นให้กับ ผู้บริโภค และหลีกเลี่ยงที่จะสร้างอุปสรรคที่ไม่จำเป็นต่อการใช้และพัฒนาพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีประเด็นต่างๆ อาทิ การเปิดส่ง ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน อย่างเสรี การห้ามรัฐบังคับให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตต้องตั้ง Server ในประเทศไทย การห้ามเก็บภาษีศุลกากรสำหรับการส่งผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การดาวน์โหลด ภาพยนตร์ เพลง หนังสือหนังสือพิมพ์ ฯลฯ ทั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเด็น ดังกล่าว อาทิ สำนักคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เห็นว่า กฎหมายหลักที่เกี่ยวข้องในปัจจุบันและที่กำลังดำเนินการอยู่มีความสอดคล้องกับ CP- TPP แล้ว¹²⁰ โดยชี้ว่า ปัจจุบันในประเทศไทยมีการเชื่อมต่อเครือข่าย อินเทอร์เน็ต ระหว่างประเทศแบบหลายช่องทาง (Multi-Gateway) อีกทั้งมีการออกกฎหมายที่ กำกับดูแลในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ e-commerce แล้วทั้งหมด 14 ฉบับ (กลุ่มงาน คณะกรรมาธิการการต่างประเทศ 2563 หน้า 63-64) ได้แก่

- 1) พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544
- 2) พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551
- 3) พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562
- 4) พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562

- 5) พระราชบัญญัติสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2562
- 6) พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550
- 7) พระราชบัญญัติองค์การจัดคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553
- 8) พระราชบัญญัติองค์การจัดคลื่น จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560
- 9) พระราชบัญญัติองค์การจัดคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562
- 10) พระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2560
- 11) พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
- 12) พระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562
- 13) พระราชบัญญัติการบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ. 2562
- 14) พระราชบัญญัติสภาคิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2562

อย่างไรก็ตาม มีประเด็นพาดพิงข้ออิเล็กทรอนิกส์ที่สาธารณชนมีข้อกังวล (กลุ่มงานคณะกรรมการการต่างประเทศ 2563 หน้า 79) ดังนี้

1. การกำกับดูแลด้านพาดพิงข้ออิเล็กทรอนิกส์อย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงการกำกับดูแลข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งถือเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าเชิงพาณิชย์สูงมาก ภาครัฐควร

ให้ความสำคัญและแสดงข้อเรียกร้องของไทยในทุกเวที โดยเฉพาะองค์การการค้าโลก ในเรื่อง การกำกับดูแลข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเหมาะสมของผู้ประกอบการธุรกิจด้าน ดิจิทัลหรือ e-commerce ทั้งที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศและในประเทศโดยเฉพาะปัญหา การละเมิด ลักลอบหรือนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ในทางที่ผิดกฎหมาย

2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องยกระดับการกำกับดูแล และคุ้มครอง ผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าและใช้บริการด้านดิจิทัล และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มี ประสิทธิภาพ โดยร่วมมือกับภาคประชาสังคมและเครือข่ายผู้บริโภคอย่างเป็นทางการเป็นรูปประ ชรธรรม ในการติดตามและร้องเรียนปัญหาการใช้มาตรการลงโทษทางสังคม (Social sanction) สำหรับผู้ให้บริการ/ แพลตฟอร์มที่มีการกระทำละเมิด กระทำผิดหรือเอา เปรียบผู้บริโภคผ่านสื่อดั้งเดิมและสื่อสังคมออนไลน์ (traditional and social medias) และการใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) เพื่อตรวจติดตาม ตรวจสอบการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล หรือการเอาเปรียบผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ มากขึ้น

3. รัฐบาลต้องมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ e-commerce และแพลตฟอร์มของไทย ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและเติบโต ได้โดยเฉพาะในเวทีอาเซียนเพื่อเป็นมาตรฐานในภูมิภาคและสามารถพัฒนาศักยภาพ ต่อไปในตลาดที่ใหญ่ขึ้น

4. ไทยอาจยอมรับเรื่องการยกเว้นการเก็บอากรขาเข้าสำหรับการส่งผ่าน ทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-transmissions) เช่น การดาวน์โหลดหนังสือ ฯลฯ เป็นการ ถาวรตามบทบัญญัติของ CP-TPP ได้ เนื่องจากที่ผ่านมา ไม่ปรากฏว่ามีประเทศใด สามารถกำกับดูแลและเรียกเก็บอากรขาเข้าได้ เว้นแต่จะมีการเปิดเผยรายได้โดย ผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ไทยมีการปรับปรุงโครงสร้างภาษีภายในประเทศและนำภาษี ประเภทใหม่เข้ามาใช้โดยมีการเก็บภาษีดิจิทัล (digital tax) ขั้นต่ำที่ร้อยละ 2 กับ ผู้ประกอบการที่อยู่นอกประเทศและเก็บภาษีหัก ณ ที่จ่ายร้อยละ 2 กับผู้ประกอบการ

e-commerce ในไทยเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการและไม่กระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในไทย

5. รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน เช่น สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้าหรือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดทิศทางในการกำกับดูแลให้ผู้บริการอีคอมเมิร์ซให้บริการได้อย่างเสรีและเป็นธรรม มิให้ผู้ให้บริการรายใหญ่ทั้งที่ตั้งอยู่ในไทยและต่างประเทศมีอำนาจเหนือตลาดมีพฤติกรรมที่กระทบต่อการแข่งขันเสรีและเป็นธรรม

ผู้วิจัยไม่มั่นใจต่อกฎหมาย 14 ฉบับ ข้างต้น ตามที่คณะกรรมการการรับทราบข้อมูลจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กส.ทช.) ด้วยว่า **บทบาทของบริษัทโฆษณาได้เปลี่ยนไป** ถึงแม้เป้าหมายจะยังเหมือนเดิม คือ ทำให้ได้รับผลที่คาดหวังมากที่สุด ขยายขอบเขตของกลุ่มเป้าหมาย และทำผลกำไรให้มากที่สุด บริษัทการตลาดทางสื่อสังคมในวันนี้ เก็บเกี่ยวและรวบรวมข้อมูลเพื่อที่จะเอื้อแก่กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น บริษัทที่ปรึกษาในสหราชอาณาจักรชื่อ Rewrite Digital สนับสนุนและชี้แนะการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อยุติยอดขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลดลง ด้วยการให้เหตุผลว่า ‘เป็นเป้าหมายของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จะต้องทำให้เราดื่มเป็นประจำ’ และอ้างอิงงานวิจัยของบริษัท Accenture ซึ่งอ้างว่าการรวบรวมเทคโนโลยีต่างๆ ทางดิจิทัล จะเปิดประตูมูลค่า 56,000 ล้านดอลลาร์โดยประมาณ หรือ 12% ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมดในทศวรรษต่อไปของอุตสาหกรรมนี้ บริษัท Accenture เสนอ 5 แนวทางที่จะเป็นบริษัทชั้นนำ โดยเน้นการทำเหมืองข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ที่อยู่นอกวงการจะเล่นบทบาทของผู้แทรกแซงมากกว่าธรรมเนียมปฏิบัติ เนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการปฏิบัติมาอย่างยาวนานในการจ่ายค่าจ้างสำหรับการโฆษณา ให้แก่นักกีฬาและนักแสดงที่มีชื่อเสียงเพื่อเป็นผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์เครื่อง ดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งจ่ายค่าเป็นผู้อุปถัมภ์รายการและการโฆษณาแฝง

งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้ผู้มีชื่อเสียง (celebrity) ในการเป็นผู้นำเสนอ (presenter) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ต่างๆ สำหรับผู้บริโภคพบว่า มิติหนึ่งมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ ของผู้บริโภค อีกมิติหนึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้การรับรองแก่ผลิตภัณฑ์ของผู้นำเสนอ และอีกมิติหนึ่งเป็นรูปแบบกลยุทธ์ (strategic model) ของการใช้การรับรองผลิตภัณฑ์ โดยผู้นำเสนอ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ทุ่มงบประมาณในการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาแนะนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้า เป็นรูปแบบการโฆษณาที่สื่อสารไปยังผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย และการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเพื่อรับรองผลิตภัณฑ์สินค้า¹²¹

สื่อดิจิทัลขยายขอบเขตไปอีกกว้างไกลมากกว่าที่เคยเป็นมา และเปลี่ยนแปลง เป็นอย่างมาก สิ่งที่สำคัญคือการเกิด ‘ผู้มีอิทธิพล’ ซึ่งถูกเลือกจากความสามารถส่วนตัวใน การเชื่อมโยงกับผู้บริโภคด้วยเหตุผลที่หลากหลาย และผู้ซึ่งกระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์กับ ผู้บริโภคและผู้ที่มีโอกาสเป็นผู้บริโภคในอนาคต บริษัทผู้ทำการตลาดทางสื่อสังคม คือ Social Bakers ส่งเสริมการใช้ ‘ผู้มีอิทธิพล’ เป็น ‘กลยุทธ์ที่ดีทางธุรกิจสำหรับตราสินค้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ’ บริษัทนี้เสนอฐานข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดสำหรับ ‘ผู้มีอิทธิพล’ โดยใช้ ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อให้คำแนะนำต่างๆ ที่สอดคล้องกับบุคลิกที่แตกต่างกันของ กลุ่มผู้บริโภค บริษัทนี้มีรายชื่อของ ‘ผู้มีอิทธิพล’ ยอดนิยม 10 คน ซึ่งตราสินค้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ใช้บริการมากที่สุด และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

การตลาดดิจิทัลโดยผู้บริโภค

พัฒนาการใหม่เหล่านี้อาจถูกมองว่าเป็นรูปแบบที่แปรเปลี่ยนไปจากวิธีการทำ การตลาดแบบเดิมๆ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริงไปจากมุมมองของมาตรการทางกฎ ระเบียบคือ ผู้บริโภคเป็นผู้ทำการตลาดแทนอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์¹²² ผู้ที่ ทำการตลาดแบบเดิมๆ ต้องแปลกใจโดยการสื่อสารทางสังคมที่มีการตอบสนองอย่างมี ชีวิตชีวา การโฆษณาไม่เหมือนเดิมอีกต่อไปที่จะสื่อข้อมูลต่างๆ ไปให้แก่ผู้บริโภคจำนวน มาก แต่จะเป็นการสื่อแบบเฉพาะเจาะจงไปยังเป้าหมายด้วยการแทรกซึมเข้าไปในวิถีชีวิต ของผู้บริโภค และผู้ที่กำลังจะเป็นผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ดังนั้น การปรากฏของตรา สินค้ากลายเป็นสิ่งที่แพร่หลายอยู่ทุกหนทุกแห่ง เนื้อหาจะถูกส่งและแพร่หลายไปอย่าง รวดเร็วโดยเครือข่ายของกลุ่ม ผ่านหลายรูปแบบ เช่น การส่งต่อข้อความ การแสดง

ความชอบด้วยการกดไลค์ การแชร์ให้กลุ่ม และการตอบโต้ปฏิสัมพันธ์¹²³ ผลของการแพร่กระจายอย่างทวีคูณทำให้เกิดความห่างไกลจากต้นกำเนิดคือ อุตสาหกรรมเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ หรือบริษัทสื่อดิจิทัล ทำให้เกิดความไม่แน่ใจเป็นอย่างมากสำหรับผู้กำหนดกฎ ระเบียบ และการกำหนดนโยบายและมาตรการ

ประเด็นผู้บริโภคกลายเป็นผู้ทำการโฆษณา ในปัจจุบัน เราจะเห็นได้ว่าทุกคนสามารถเป็นดาราได้ผ่านการลงภาพลงสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย (Social Media) ทั้งเฟซบุ๊ก (facebook) อินสตาแกรม (instagram) ทวิตเตอร์ (twitter) ส่วนหนึ่ง ผู้โพสต์อาจมีการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ซึ่งตกเป็นเหยื่อของอุตสาหกรรม/ธุรกิจเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ และธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ต้องการให้ยกเลิกมาตรา 32 นี้ จึงใช้เหยื่อ ซึ่งเป็นผู้บริโภคร่วมกันลงชื่อยกเลิกมาตรา 32 ของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 การแชร์ข้อมูลที่เป็นกระแสข่าวในโลกออนไลน์ อย่างไรก็ตาม การโพสต์รูปเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ลงบนโซเชียล และโซเชียลอื่นๆ ถึงแม้จะเป็นเพียงการโพสต์แบบส่วนตัว ก็ถือว่ามีผลผิดด้วยตามมาตรา 32 ของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ หรือชักจูงใจให้ผู้อื่นตี้มโดยตรงหรือทางอ้อม... ทั้งนี้ หากโพสต์รูปภาพเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ แต่ไม่เห็นตราสินค้า ก็จะต้องดูเจตนาด้วยว่าเป็นการโพสต์เพื่อเชิญชวนให้ มาตี้มแอลกอฮอล์หรือไม่ ต้องดูพฤติการณ์เป็นหลักในแต่ละกรณีไป

มาตรา 32 ซึ่งเป็นมาตราที่บัญญัติขึ้นมาเพื่อควบคุมการโฆษณา เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และที่ผ่านมา การตลาดออนไลน์ได้ใช้ตัวแบบดารา นักร้อง นักแสดง แสดงออกถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเชิงโฆษณา โดยเฉพาะในช่วงการระบาดของโควิด-19 เดือนมีนาคม-พฤษภาคม 2563 ที่ร้านค้าต่างๆ ถูกสั่งปิดและ ห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ จึงมีการหันมาขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น มีเรื่องร้องเรียนผ่านระบบเฝ้าระวังการละเมิดกฎหมายควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ (TAS) มีจำนวนถึง 174 เรื่อง จึงได้มีการออกหนังสือเรียกให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามาให้ถ้อยคำกับพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อเป็นข้อมูล และเป็นการเปิดโอกาสให้เข้ามาชี้แจงข้อเท็จจริง หากไม่เกี่ยวข้องก็สามารถแจ้งต่อ

พนักงานเจ้าหน้าที่ พร้อมแสดงพยานหลักฐานได้⁷ ตามที่เป็นข่าวจึงได้มีการโพสต์เรื่องราวต่างๆ สาเหตุเกิดจากการที่ผู้กระทำความผิดได้โพสต์ถึงกรณีของตนเองถูกเจ้าหน้าที่เรียกให้ไปพบและเสียค่าปรับ จึงได้มีการโพสต์เรื่องราวต่างๆ เพื่อให้ประชาชนลงชื่อยกเลิกมาตรา 32 นี้

ที่มา กรมควบคุมโรค ชี้แจงประเด็นการแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับการโพสต์รูปเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงสื่อสังคมออนไลน์ 12 มิถุนายน 2563

ด้วยว่าศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีสูง เพราะอุตสาหกรรมนี้มีงบประมาณทุ่มได้อย่างมากและมีความชัดเจน ทำให้มีอำนาจในการต่อต้านมาตรการต่างๆ หลักฐานทางวิชาการ เพื่อผลักดันนโยบายให้ไปในทิศทางที่อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องการ เช่น การเป็นผู้อุปถัมภ์ และล็อบบี้นักการเมือง เจ้าหน้าที่ของรัฐ ตลอดจนการโฆษณา และสร้างภาพลักษณ์ จึงต้องมีการเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด ขอเรียกร้องด้วยความจำเป็นอย่างเร่งด่วนให้ขีดขวางการเจรจาความตกลงทางการค้าด้านดิจิทัล ซึ่งเป็นความร่วมมือของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติ ในการหาทางที่จะยึดครองการค้าด้านดิจิทัล ในศตวรรษที่ 21

ปัญหารัฐธรรมนูญที่ควรแก้ไข

ปัญหาที่ผ่านมาก็คือ มาตรา 190 แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ซึ่งกำหนดว่าการเจรจาการค้าระหว่างประเทศหรือการทำหนังสือสัญญากับนานาประเทศที่มีผลกระทบต่อการค้า การลงทุนของไทย ต้องได้รับความเห็นชอบจากรัฐสภา ก่อน ซึ่งก่อให้เกิดความยากลำบากในการดำเนินการของทีมเจรจาและรัฐบาล

ขั้นตอนก่อนการเจรจา ประกอบด้วยขั้นตอนการให้ข้อมูล รับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง การศึกษาวิเคราะห์ในภาพรวมว่า การจัดทำ FTA ไทยจะได้ประโยชน์

⁷ ซึ่งโทษความผิดฐานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นโทษตามกฎหมาย คือ จำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 500,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ แต่ถ้าเป็นการโฆษณาของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าจะปรับ 500,000 บาท โดยมีการกำหนดอัตราค่าปรับเปรียบเทียบปรับไว้ด้วย ซึ่งการปรับตามกฎหมายนี้ไม่มีการผ่อนจ่ายเป็นงวด

หรือเสียประโยชน์มากนักน้อยเพียงใด ซึ่งแจ้งต่อรัฐสภา และเสนอกรอบการเจรจาต่อรัฐสภาเพื่อขอความเห็นชอบ เพื่อให้สอดคล้องกับขั้นตอนการเจรจา

เมื่อได้รับความเห็นชอบจากรัฐสภาแล้ว จะประกอบด้วยขั้นตอนการประชุมหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดทั้งภาครัฐและเอกชน การเจรจาทำความเข้าใจ สรุปลผลการเจรจา การเปิดเผยข้อมูลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงรายละเอียดของสัญญา และการขอความเห็นชอบต่อรัฐสภาอีกครั้งหนึ่งการเจรจาทำความเข้าใจการค้าเสรีจะก่อให้เกิดผลดีและผลเสียต่อประเทศไทยใดประเทศหนึ่งมากนักน้อยเพียงใดนั้นย่อมขึ้นกับเงื่อนไขของข้อตกลง รวมถึงปัจจัยในด้านต่าง ๆ อีกมาก เช่น ความรู้ความสามารถของผู้แทนในการเจรจา อำนาจต่อรองของประเทศคู่เจรจา ความสามารถในการวิเคราะห์ว่าสินค้ารายการใดควรจัดทำข้อตกลงเช่นใดและทำข้อตกลงกับประเทศใด

เนื่องจากรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2560 ได้ตัดบทบัญญัติเกี่ยวกับการเจรจาเพื่อลงนามหนังสือสัญญาต่างประเทศออกไปแล้ว ส่งผลให้กระบวนการตรวจสอบการเจรจาต่างๆ ทำไม่ได้ ซึ่งจะทำให้ประชาชนเสียประโยชน์

รัฐอาจจะถูกลดการใช้อำนาจอธิปไตยของรัฐและเพิ่มอำนาจของนักลงทุนต่างชาติ ทำให้ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ถูกทำให้อ่อนแอลง ไม่สามารถนำมาตราการกำหนดการโฆษณาและคำเตือนด้านสุขภาพบนฉลากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ CP-TPP มีบทกำหนดเนื้อหาที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่แสดงบนฉลากไปแล้ว มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค การควบคุมกิจกรรมการผลิตและบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ต่อการถูกฟ้องร้องจากนักลงทุน ด้วยกลไกระงับข้อพิพาทระหว่างรัฐและเอกชน (Investor-State Dispute Settlement: ISDS) การจำกัดเวลาขายและรูปแบบการให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขัดกับ CP-TPP ซึ่งส่งเสริมให้เปิดแข่งขันบริการ จัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ การอนุญาตให้โฆษณาข้ามพรมแดน และการขายข้ามประเทศโดยไม่ต้องตั้งบริษัทในประเทศไทย CP-TPP ให้ความสำคัญกับการทำ CSR (Corporate Social Responsibility) ของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งขัดแย้งกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

ท้ายสุด อย่าหยุดการปฏิบัติการในภาคประชาสังคมเพื่อการป้องกันการลงนามในสัญญาความตกลงทางการค้าเสรีจนกว่าจะจัดรายการ “เครื่องตีมแอลกอฮอล์” เป็นรายการหวงห้ามหรือ “negative list” โดยปฏิบัติให้ “เครื่องตีมแอลกอฮอล์” เป็นสินค้าไม่ธรรมดา และต้องมีราคาแพงเพียงพอต่อการเยียวยาภาวะความเจ็บป่วย อันเนื่องมาจากสาเหตุของเครื่องตีมแอลกอฮอล์เป็นส่วนร่วม ¹²⁴

บทที่ 7

สรุปและเสนอแนะ

ประเทศไทยมีสนธิสัญญาทวิภาคีและพหุภาคีกับประเทศต่างๆ หลายฉบับ แต่ยังคงมีความพยายามเข้าร่วมเจรจาในความตกลงการค้าเสรี อาทิ ไทย-สหภาพยุโรป RCEP และ CP-TPP อีกเนื่องจากเหตุผล

1. ประเทศเพื่อนบ้าน 2-3 ประเทศได้ลงนามแล้ว และประเทศไทยอาจถูกกระทบที่มาจากหลัง และไม่สามารถต่อรองเหตุผลใดๆ ได้อีก

2. RCEP และ CP-TPP จะทำให้ประเทศไทยมีการค้าเศรษฐกิจที่ดีขึ้น

3. เพื่อไม่ ‘ตกขบวน’ ในการเข้าเข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจต่างๆ หรือทำสัญญาความตกลงทางการค้าเสรี ทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี ในปี พ.ศ. 2563 รัฐบาลมีเป้าหมายเร่งรัดการเจรจา FTA ให้สำเร็จทั้งไทย-ตุรกี ไทย-สหราชอาณาจักร ไทย-ศรีลังกา ไทย-บิมสเทค (BIMSTEC) การฟื้นฟูการเจรจา ความตกลงทางการค้าไทย-สหภาพยุโรป รวมถึง CP-TPP และ RCEP

ความสลับซับซ้อนทางการค้าและมีผลกระทบต่อสังคมและสุขภาพของ สาธารณะทั้งทางตรงและทางอ้อม นโยบายทางการค้ามีอิทธิพลต่อการกระจายอำนาจ เงิน และทรัพยากรทั้งระหว่างประเทศและภายในประเทศ ซึ่งมีผลกระทบต่อธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ชีวิตประจำวันและความเป็นอยู่ของประชาชน และการเข้าถึงสินค้าใน ท้องถิ่น (เช่น อาหาร ยาสูบ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการรักษาพยาบาล) รวมทั้ง คุณภาพ ราคาที่เหมาะสม และความต้องการผลิตภัณฑ์

สินค้าและบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถูกใช้เป็นส่วนบันเทิง และมีผลเสีย การมอมเมาสังคม สร้างผลเสียต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ ในปัจจุบันก็มีการ ร้องเรียนว่า พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นอุปสรรค

ทางการค้า โดยเฉพาะมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ในความตกลงการค้าเสรีแล้ว พระราชบัญญัตินี้อาจจะถูกลดทอนความเข้มงวดด้านโฆษณาลง

เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบต่อความตกลงทางการค้าเสรี คนทั่วไปอาจจะพิจารณาแต่ประเด็นการเข้าถึงยาหรือระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ส่วนสินค้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลับถูกมองว่าเป็นเพียงมิตินิดๆ ที่กลุ่มทุนอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์อาจจะไม่เห็นด้วย ประชาชนทั่วไปก็มองไม่ออกว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะได้รับผลกระทบทางร้ายอะไร กลับมองว่าเป็น “สินค้าธรรมดาทั่วไป” ตัวอย่างที่เห็น ได้ชัด ในช่วงการระบาดของโควิดที่มีการแย่งซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยมาตรการ “อยู่บ้าน ป้องกันโควิด” ผลก็คือ กลุ่มตัวแทนจากภาคธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 7 องค์กร อันได้แก่ สมาคมผู้ประกอบการไวน์ไทย สมาคมผู้ผลิตไวน์ผลไม้และสุรา พืชบ้านไทย สมาคมบาร์เทนเดอร์ประเทศไทย ชมรมผู้นำเข้าและตัวแทนจำหน่าย คราฟท์เบียร์ ชมรมผู้ประกอบการร้านคราฟท์เบียร์ ชมรมเบียร์บรูเออร์แห่งประเทศไทย และชมรมผู้ค้าและตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์และวัตถุดิบทำเบียร์ ได้เข้ายื่น จดหมายเปิดผนึก ถึง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและประธาน คณะกรรมการบริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) หรือ ศบค. ณ ศูนย์ดำรงธรรม เรียกร้องหาข้อผ่อนปรน และการเยียวยา ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการห้ามจำหน่ายสุรา¹²⁵ ซึ่งกลุ่มเหล่านี้ พยายาม ให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีลักษณะเหมือน “สินค้าปกติ” ซึ่งข้อเท็จจริงมันไม่ใช่

ทางด้านทฤษฎี ความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจและความมั่งมีของประเทศ ช่วยในการลดปัญหาความยากจน และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพของประชาชน เพราะ เมื่อเศรษฐกิจดี ประชาชนมีงานทำและมาตรฐานของการดำรงชีพสูงขึ้น รายได้ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นทำให้มีความมั่นคงมากขึ้น ทำให้มาตรฐานแรงงานสูงขึ้น สามารถเข้าถึง การรักษาพยาบาลที่ดี รวมทั้งเข้าถึงยารักษาโรคที่จำเป็นได้ และมีภาวะโภชนาการที่ดี ต่อสุขภาพ

อย่างไรก็ตาม หากภาวะทางเศรษฐกิจไม่ได้มีการดำเนินการที่ดี มีหลักฐาน บ่งบอกว่านโยบายทางการค้าและความตกลงการค้าเสรี จะทำให้เกิดผลกระทบที่ไม่

สมดุลทางอำนาจ การเงิน และการกระจายทรัพยากร ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ส่งผลให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสุขภาพและความไม่เท่าเทียมทางสุขภาพ

ความตกลงทางการค้ามีผลต่อการกระจายของเงิน สินค้า การบริการต่างๆ และสภาพของชีวิตความเป็นอยู่ สิ่งเหล่านี้เป็นข้อกำหนดทางสังคมสำหรับสุขภาพ (social determinants of health) และความเท่าเทียมทางสุขภาพ (health equity) ซึ่งมีผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ต่อสุขภาพทั้งภายในและระหว่างประเทศ ในการผลักดันความเท่าเทียมทางสุขภาพให้เป็นเป้าประสงค์หนึ่งของนโยบายทางการค้า จำเป็นจะต้องมีความเข้าใจมากขึ้นว่าบทบาทของผู้เล่นแต่ละกลุ่ม มีกรอบของความสนใจและเป้าหมายที่ต่างกัน ในการจัดวางลำดับความสำคัญของนโยบายต่างๆ สำหรับรัฐบาล ¹²⁶ ซึ่งเมื่อศึกษาการเจรจาความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Trans-Pacific Partnership Agreement – TPPA) ของประเทศออสเตรเลียแล้ว พบว่ากลุ่มที่วางกรอบการตลาดมักจะมีมุมมองข้ามข้อกำหนดทางสังคมสำหรับสุขภาพ และความเท่าเทียมทางสุขภาพ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างของกรอบนโยบายการค้า จากรูปแบบตลาดเสรีใหม่ (neoliberal market) ให้ครอบคลุมความเท่าเทียมทางสุขภาพ จะมีผลทำให้มีความสอดคล้องทางนโยบายมากขึ้นระหว่างการค้าและความเท่าเทียมทางสุขภาพ

ข้อเสนอแนะ

นโยบายด้านการค้าในศตวรรษที่ 21 กระทบต่อมาตรฐานทางสุขภาพส่วนบุคคล ดังนั้น บริบทของการค้าในระดับโลก รวมถึงนโยบายด้านการค้ามีผลกระทบต่อสาธารณสุข และความเท่าเทียมทางด้านสุขภาพ (health equity) โดยบริบทดังกล่าว จึงควรมีงานวิจัยแบบบูรณาการซึ่งครอบคลุมความสลับซับซ้อนทางทฤษฎีและระบบทางวิทยาศาสตร์ รวมทั้งเศรษฐศาสตร์การเมืองของสุขภาพ ทั้งการตรวจสอบและประเมินผลกระทบของความตกลงทางการค้าและสุขภาพ

ความตกลงการค้าเสรีที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงความต้องการแก้ไขนโยบายภายในประเทศและกลไกการควบคุมต่างๆ ทำให้เกิดการค้าและการลงทุนที่เพิ่มขึ้น

ของสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (โดยเฉพาะยาสูบ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และอาหารที่ผ่านกระบวนการการขัดสี) ส่งผลให้เกิดการดำรงชีวิตที่ไม่ดีต่อสุขภาพ ด้วยว่าหลักการพื้นฐานสำหรับความตกลงการค้าระหว่างประเทศและการลงทุนจำเป็นจะต้องสอดคล้องกับหลักการทางด้านสาธารณสุขและสิทธิมนุษยชนเพื่อประโยชน์ของคนกลุ่มใหญ่ (common good) ซึ่งหมายถึงต้องลดความไม่เท่าเทียม รวมถึงมุ่งสู่ความยั่งยืนของสังคมและสิ่งแวดล้อม

ความเติบโตทางเศรษฐกิจควรจะถูกมองว่าเป็นกลไกที่มุ่งเป้าไปสู่ประโยชน์ของคนกลุ่มใหญ่ มากกว่าเพียงเพื่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเท่านั้น ดังนั้น กรอบความตกลงของกฎหมายระหว่างประเทศซึ่งครอบคลุมการค้าและการพัฒนาทางเศรษฐกิจจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงอย่างสุดขั้ว (radical) ทั้งในกระบวนการทำความเข้าใจ เนื้อหา และบริบท เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายของสาธารณสุข ดังนั้น กลุ่มผู้ชี้แนะทางสุขภาพ (health advocates) จะต้องผลักดันในการสร้างกรอบใหม่ให้ครอบคลุมประเด็นความสำคัญของสังคมและสุขภาพ

ผู้บริหารควรจะตระหนักในการเซ็นสัญญาที่เกี่ยวกับความตกลงการค้าเสรี เช่น Regional Comprehensive Economics Partnership (RCEP), Comprehensive and Progressive Trans – Pacific Partnership Agreement (CP-TPPA) เพราะมีบางบทมาตรากี่ยวกับการคุ้มครองผู้ลงทุน ซึ่งจะทำให้ผู้ลงทุนต่างชาติสามารถฟ้องรัฐบาลได้โดยตรง ประเทศไทยควรจะยอมรับฟังภาคส่วนต่างๆ ว่าจะมีผลกระทบมากน้อยเพียงใด

ดังนั้น ก่อนที่จะดำเนินการใดๆ ประเทศไทยควรมีคณะผู้เชี่ยวชาญทำหน้าที่ในลักษณะเดียวกันกับ Comitology ของสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นระบบคณะกรรมการที่รับผิดชอบการออกกฎระเบียบ และมาตรการต่าง ๆ ซึ่งควรประกอบไปด้วยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการแพทย์ สาธารณสุข นโยบายโฆษณา การตลาด ภาษี ฯลฯ โดยจัดตั้งเป็นกรรมาธิการระดับชาติด้านการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสุขภาพ¹²⁷

หากประเทศไทยจะเข้าร่วมในความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก ควรจะหาทางในการใช้ข้อสงวน และการยกเว้น (Carve out) สินค้าหมวดเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ออกจากการเจรจาความตกลงการค้าเสรีต่างๆ เช่นเดียวกับประเทศ เวียดนามและมาเลเซีย ขอยกเว้นสินค้าหมวดยาสูบ ออกจากการเจรจาความตกลง หุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก

หากประเทศไทยไม่สามารถใช้ข้อสงวนเพื่อยกเว้นสินค้าหมวดเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ออกจากการเจรจาความตกลงการค้าเสรีได้ ต้องใช้วิธีการเจรจาต่อรองใน รายละเอียดอื่นๆ ซึ่งทีมเจรจาต่อรองของประเทศไทยจะต้องมีความสามารถ และรอบรู้ ในการใช้ข้อมูลเพื่อต่อรองและโต้แย้งประเด็นต่างๆ และหากสามารถเจรจาในฐานะ กลุ่มอาเซียนได้จะทำให้มีอำนาจต่อรองได้มากกว่า

กระทรวงสาธารณสุขจำเป็นต้องจัดทำการศึกษา วิจัย พัฒนาการของการเจรจาความตกลงการค้าเสรีต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และควรจะต้องจัดตั้งคณะกรรมการ ผู้เชี่ยวชาญระดับชาติซึ่งประกอบไปด้วยนักวิชาการด้านต่างๆ รวมทั้งด้านสาธารณสุข ด้านกฎหมายระหว่างประเทศ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการตลาด สื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เพื่อศึกษาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมความตกลงการค้าเสรีต่างๆ นอกจากนี้ ควรแก้ไขรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2560 ให้มีบทบัญญัติเช่นเดียวกับ รัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2550 มาตรา 190 แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งกำหนดว่าการเจรจาการค้าระหว่างประเทศหรือการทำหนังสือสัญญากับนานา ประเทศที่มีผลกระทบต่อการค้า การลงทุนของไทย ต้องได้รับความเห็นชอบจากรัฐสภา ก่อน ซึ่งก่อให้เกิดความไม่โปร่งใสมากขึ้น

รัฐสภาควรจะต้องมีการแต่งตั้งกรรมาธิการพิจารณาศึกษาผลกระทบจากการเข้าร่วมความตกลงการค้าเสรีกรอบต่างๆ ที่จะมีผลกระทบด้านการแพทย์และสาธารณสุข เพื่อพิจารณาด้วยความรอบคอบเกี่ยวกับข้อดี ข้อเสีย ประโยชน์ และผลกระทบด้านการแพทย์และสาธารณสุขของประเทศไทย เหมือนดังเช่นการแต่งตั้งกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาศึกษาผลกระทบจากการเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุม และก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CP-TPP) สภาผู้แทนราษฎร

เมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมานี้ ทำให้คณะผู้แทนเจรจาการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย ได้รับทราบข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ปัจจุบันและนโยบายทางการค้าที่กำลังเกิดขึ้นซึ่งเน้นไปที่การบูรณาการทางเศรษฐกิจ และการคุ้มครองผู้ลงทุน และอยู่นอกเหนือกฎระเบียบขององค์การการค้าโลก มีแนวโน้มว่าความสัมพันธ์ทางการค้าและพาณิชย์มีความสำคัญมากกว่าสุขภาพ และบ่งบอกถึงช่องว่างด้านกระบวนการทางธรรมาภิบาลที่สามารถเอื้อให้เกิดความสอดคล้องระหว่างนโยบายการค้าและนโยบายสุขภาพ ดังนั้นจึงควรมีงานวิจัยแบบบูรณาการซึ่งครอบคลุมความสลับซับซ้อนทางทฤษฎีและระบบทางวิทยาศาสตร์ รวมทั้งเศรษฐศาสตร์การเมืองของสุขภาพ รวมทั้งการตรวจสอบและประเมินผลกระทบของความตกลงทางการค้าและสุขภาพ

ท้ายสุด ภาคประชาสังคมต้องปฏิบัติการอย่างต่อเนื่องเพื่อการป้องกันการลงนามในสัญญาความตกลงทางการค้าเสรีจนกว่าจะจัดรายการ “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” เป็นรายการหวงห้ามหรือ “negative list” โดยปฏิบัติให้ “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” เป็นสินค้าไม่ธรรมดา และต้องมีมาตรการการเยียวยาหากผลกระทบนั้น มีสาเหตุของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนร่วม

ปัญหาของความไม่สอดคล้องระหว่างนโยบายการค้าและนโยบายสุขภาพ จำเป็นจะต้องได้รับการแก้ไข และจำเป็นต้องรักษาช่องว่างเชิงนโยบาย (policy space) ของรัฐภาคีเพื่อปกป้องสาธารณสุข ขั้นตอนบางอย่างต้องได้รับการดำเนินการเพื่อเอื้อและส่งเสริมรัฐและองค์กรต่างๆ ในการต่อสู้กับพลังอำนาจทางธุรกิจข้ามชาติ และเพื่อช่วยในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง ที่เป็นปัจจัยกำหนดสุขภาพ ซึ่งส่งผลต่อสิทธิมนุษยชนที่จะได้รับมาตรฐานสูงสุดของการมีสุขภาพดี

บทสรุปท้ายสุดของรายงานวิจัยนี้ก็คือ ประชาชนในประเทศคงต้องลงชื่อจากรีกเพื่อการจดจำว่า สัญญานี้ทำในสมัยผู้บริหารคนใด เพื่อจากรีกลงโทษผู้แทนประเทศไทยที่ลงนามในความตกลงการค้าเสรี แล้วเกิดผลกระทบในทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม สาธารณสุข ฯลฯ ของประเทศในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ¹ Anderson P and Baumberg B. Alcohol in Europe: A Public Health Perspective. London: Institute of Alcohol Studies. 2006
- ² Coughlan A. ‘WHO Considers Global War on Alcohol Abuse.’ *New Scientist*. 2008.
- ³ Sturgeon N. ‘Action on Scotland’s Drink “Time Bomb”’. News Release. Edinburgh: Scottish Government. Available at: www.scotland.gov.uk/News/Releases/2008/06/17093834
- ⁴ World Health Organization, 2004. *Global Status Report on Alcohol 2004*. Geneva: World Health Organization, 2008, p. 1.
- ⁵ Thomas F. Babor.(Editor) Alcohol: No Ordinary Commodity Research and Public Policy. Second Edition. 2010.
- ⁶ ฉัตรสุมน พฤตนิญโญ การติดตามผลการค้าเสรีในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. นนทบุรี: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. 2556
- ⁷ Labonte R. From the global market to the global village: “free” trade, health, and the World Trade Organization. *Promo Educ* 2003, 10 (1): 23-27, 33-39, 46.
- ⁸ อ้างแล้ว Labonte R. 2003.
- ⁹ อ้างแล้ว ฉัตรสุมน พฤตนิญโญ. 2556.
- ¹⁰ Schaffer ER, Waitzkin H, Brenner J, and Jasso-Agilar R. Global Trade and Public Health. In: Ronald LaBonte (Ed.), *Global Health*, Chapter 42, pp. 287-307. Sage Library of Health and Social Welfare Series (4 volumes), 2011.
- ¹¹ *American Journal of Public Health*, 2005. 95(1): 23-24.
- ¹² T Babor, R Cactano, S Casswell, G Edwards. Alcohol: No Ordinary Commodity. A summary of the book. *Addiction* 98(10):1343-1350 · October 2003
- ¹³ T Babor, R Cactano, S Casswell, G Edwards. Alcohol: No Ordinary Commodity. A summary of the book. *Addiction* 2003, 98(10):1343-1350
- ¹⁴ นพพล วิทย์วรพงศ์, สมทิพ วัฒนพงษ์วานิช, กมลนันทน์ มีถาวร, พงศกร เรืองเดชขจร. นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับกรอบ 5P. พิมพ์ที่ โรงพิมพ์เดือนตุลา. 2559

-
- ¹⁵ สวัสดิ์ อัยณรงค์กรชัย (บรรณาธิการ) รายงานสถานการณ์ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย ประจำปี พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์ (1992); 2562.หน้า 48
- ¹⁶ อ่างแล้ว สวัสดิ์ อัยณรงค์กรชัย. 2562
- ¹⁷ Jernigan, D.H. Evidence-based Alcohol Policy Advocacy. เอกสารประกอบการสัมมนาของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา .2557.
- ¹⁸ Anderson, P., Chisholm, D., Fuhr, D.C. Effectiveness and cost-effectiveness of policies and programmes to reduce the harm caused by alcohol. *Lancet*; 373. 2234-2246. 2009.
- ¹⁹ ฉัตรสุมน พุทธิภูมิโย, นิตินันท์ ศิริโชติรัตน์. การค้าเสรีและการปกป้องนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. วารสารกฎหมายสุขภาพและสาธารณสุข 1 (2) พฤษภาคม-สิงหาคม 2558: 119
- ²⁰ World Health Organization, Global Status Report on Alcohol 2004. Geneva: World Health Organization, 2004, p. 35-36.
- ²¹ Cite, World Health Organization, 2004. p. 66.
- ²² EC. 2006. An EU Strategy to Support Member States in Reducing Alcohol-Related Harm. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels. Page 6.
- ²³ Anderson P and Baumberg B. Alcohol in Europe: A Public Health Perspective. London: Institute of Alcohol Studies. 2006, P2.
- ²⁴ Cite Anderson P and Baumberg B. 2006.
- ²⁵ Anderson P. 'State of the World's Alcohol Policy'. *Addiction* 2004, 99: 1367-9.
- ²⁶ Anderson P. The Beverage Alcohol Industry's Social Aspects Organization – A Public Health Warning. Brussels: Eurocare. 2003
- ²⁷ EC. An EU Strategy to Support Member States in Reducing Alcohol-Related Harm. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels, 2006, pp. 4, 6, 7.
- ²⁸ Baumberg B and Anderson P. 2007. 'The European Strategy on Alcohol: A Landmark and a Lesson.' *Alcohol & Alcoholism* 42(1): 1-2.
- ²⁹ มงคล ณ สงขลา. สำนักข่าวสร้างสุข เปิดตัวหนังสือ "สุราไม่ใช่สินค้าธรรมดา" 24 พฤศจิกายน 2553

-
- ³⁰ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กุมภาพันธ์ 2543 กฎเกณฑ์การค้าภายใต้องค์การการค้าโลก มปท.
- ³¹ อ้างแล้ว กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์.
- ³² Wallach L, Woodall P. *Whose Trade Organization?: A Comprehensive Guide to the WTO*. New York, NY: New Press; 2004.
- ³³ ฝ่ายทางต้นเวทีการค้าโลก กลไกระงับข้อพิพาทของ WTO วันที่ 4 มกราคม 2563
<https://www.prachachat.net/columns/news-407709>
- ³⁴ ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์. ยุทธศาสตร์การเจรจาการค้าเสรีของไทย วารสารส่งเสริมการลงทุนศูนย์บริการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ปีที่ 20 ฉบับที่ 11 พฤศจิกายน 2552 หน้า 11-16
http://www.boi.go.th/upload/content/BOI_November_52_81553.pdf
- ³⁵ อ้างแล้ว ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์ .2552 หน้า 11-16
- ³⁶ สุธาวัลย์ เสถียรไทย, ลิตานนท์ เจษฎาพิพัฒน์, ชยันต์ ดันดีวัสตาการ, ลีรินทรเทพ เต้าประยูร, ลาวัญญ์ ถนัดศิลป์กุล , บัณฑิตา พิษญากร, สมชาย ปรีชาศิลป์กุล, บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์บทที่ 2 เครือข่ายความตกลงการค้าเสรีและความตกลงว่าด้วยการร่วมมือทางเศรษฐกิจ ใน โครงการการศึกษาทบทวนด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อเตรียม“ความพร้อมในการเจรจาเขตการค้าเสรีไทย-สหรัฐอเมริกา กรณีศึกษาภาคบริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม” สถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม
<http://www.gsei.or.th/view/upload/documents/xVBU38LvSvThu12600.pdf> หน้า 53, ธันวาคม 2550
- ³⁷ อ้างแล้ว ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์. 2552 หน้า 11-16
- ³⁸ Kalirajan Kaliappa. *India's Trade Deficit with China: Will Free Trade Agreement (FTA) Work for India?* 2015
- ³⁹ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. ประเทศไทยกับเขตการค้าเสรี (ตอนที่ 1)
<http://www.thaifta.com/thaifta/Home/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B8%B2%E0%B8%87/tabid/62/ctl/Details/mid/433/ItemID/64/Default.aspx>
- ⁴⁰ จตุรนต์ ธีระวัฒน์ และ วิสูตร ตูยานนท์ “ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกฎหมายระหว่างประเทศ” ใน เอกสารประกอบชุดวิชากฎหมายระหว่างประเทศ ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1 หน่วยที่ 1 นนทบุรี สาขาวิชานิติศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2548 หน้า 1:24 -1:34
- ⁴¹ อ้างแล้ว สุธาวัลย์ เสถียรไทย, และคณะ
- ⁴² Wallach L, Woodall P. *Whose Trade Organization?: A Comprehensive Guide to the WTO*. New York, NY: New Press; 2004.
- ⁴³ รุจิราภรณ์ คำหลง. สรุปลงประชุมสัมมนา International ADR conference ในหัวข้อ New opportunities for convergence in alternative dispute

resolution ระหว่างวันที่ 17-18 พฤษภาคม 2561 ณ โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ จัดโดย THAC ร่วมกับ UNCITRAL Regional Center for Asia and the Pacific.

- ⁴⁴ ธีรภัฏ กิจประสงค์. เมื่อ FTA มาถึง : นักลงทุนต่างชาติได้รับการคุ้มครอง แต่ใครจะคุ้มครอง ปท.ไทย? 23 กันยายน 2556
https://www.isranews.org/isranews-article/23965-fta_23965.html
- ⁴⁵ เจาะลึกระบบสุขภาพ. FTA Watch กับ 9 เรื่องต้องรู้ เจรจาเอฟทีเอ ไทย-อียู กันยายน 2556 <https://www.hfocus.org/content/2013/09/4783>
- ⁴⁶ จักรกฤษณ์ ควรพจน์, บัณฑิต เศรษฐศิโรตม์, กัญญรัตน์ เวชชาชีวะ, วรณพร เตชะไคศิยวณิช. 2557 บทที่ 2 ประเด็นทางกฎหมายของความตกลงทีพีพี ในโครงการ การศึกษาผลกระทบด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยจากการทำความตกลงหุ้นส่วนภาคพื้นแปซิฟิก
<http://www.gsei.or.th/view/upload/documents/30QQvs1ekSWed32113.pdf>
- ⁴⁷ อ่างแล้ว สุรวาลย์ เสถียรไทย, และคณะฯ 2550
- ⁴⁸ Adlung R, Carzaniga A. Health services under the General Agreement on Trade in services. *Bull World Health Organ.* 2001; 79: 352-364.
- ⁴⁹ WTO GATS TRAINING MODULE: CHAPTER 1 Basic Purpose and Concepts. https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/cbt_course_e/c1s3p1_e.htm
- ⁵⁰ Adlung R, Carzaniga A. Health services under the General Agreement on Trade in services. *Bull World Health Organ.* 2001; 79: 352-364.
- ⁵¹ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สำนักการค้าบริการและการลงทุนมกราคม 2554
<http://www.thaifta.com/ThaiFTA/Portals>
- ⁵² World Trade Organization. General agreement on trade in services. Available at: www.wto.org/english/docs_e/legal_e/26-gats.doc.
- ⁵³ Hilary J. *The Wrong Model: GATS, Trade Liberalization and Children's Right to Health.* London, England: Save the Children; 2001.
- ⁵⁴ สำนักทีมเจรจาการค้าบริการและการลงทุน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (กรกฎาคม 2561) ทำไมไม่ต้องปฏิรูปกลไก ISDS?.
<https://api.dtn.go.th/files/v3/5d776bd2ef41401dcf4357e5/download>
- ⁵⁵ กระทรวงการต่างประเทศร่วมกับสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงบรัสเซลส์ การประชุมและสัมมนา เรื่องการระงับข้อพิพาทระหว่างรัฐกับเอกชน (Investor-State Dispute Settlement - ISDS) ระหว่างวันที่ 3 - 4 มิถุนายน 2557 ณ กระทรวงการต่างประเทศ และห้อง Ballroom A โรงแรมอมารี วอเตอร์เกท กรุงเทพฯ
www.thaifta.com/thaifta/Home/tabid/36/ct/Details/mid/436/ItemID/8177/Default.aspx%3Flanguage%3Dth-TH+&cd=1&hl=th&ct=clnk&gl=th

-
- ⁵⁶ Wallach L, Woodall P, 2004. *Whose Trade Organization ? : A Comprehensive Guide to WTO*. New York, NY: New Press.
- ⁵⁷ Drager N, Vieira C, 2002. Editors. *Trade in Health Services: Global, Regional, and Country Perspectives*. Washington, DC: Pan American Health Organization.
- ⁵⁸ Wallach L. 2002. *Accountable governance in the era of globalization: the WTO, NAFTA, and international harmonization of standards*. University Kansas Law Review, 50: 823-865.
- ⁵⁹ Kelsey Jane. Paper to the Global Alcohol Policy Conference, Bangkok, 15 February 2012, Faculty of Law, University of Auckland, New Zealand.
- ⁶⁰ อ่างแล้ว ฉัตรสมน พฤตมิถุน 2556
- ⁶¹ Labonte R. From the global market to the global village: “free” trade, health, and the World Trade Organization. *Promo Educ 2003*, 10 (1): 23-27, 33-39, 46.
- ⁶² Checa N, Maguire J, Barney J. 2003. The new world disorder. *Harvard Bus Rev* 81 (8): 70-79, 140.
- ⁶³ วีรวรรณ ฉายานนท์. 12 ประเทศบรรลุข้อตกลง TPP. เขตการค้าเสรีที่ใหญ่ที่สุดในโลก , 2015 <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1637>
- ⁶⁴ ไทยโพสต์ คอลัมน์ กาแฟดำ: ไทยต้องเร่ง :RCEP เมื่อ CPTPP เดินเครื่อง 8 มกราคม 2562
- ⁶⁵ จักรกฤษณ์ ครอบงษ์ และ จิราพร ลิมปานานนท์. โครงการศึกษาผลกระทบต่อสาธารณสุขจากข้อเสนอว่าด้วยการลงทุน ในความตกลงการค้าไทย-สหภาพยุโรป และความตกลงหุ้นส่วนภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ กรกฎาคม สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP). 2557
- ⁶⁶ ทีมข่าว TCIJ. RCEP’ ข้อตกลงการค้าเสรีระลอกใหม่ ระวัง! ได้ไม่คุ้มเสีย. ความ เป็นมา-การริเริ่มกระบวนการเจรจาข้อตกลงเขตการค้าเสรีของไทยกับประเทศ และเขตเศรษฐกิจต่างๆ ระหว่างปี 2544-2561. : 22 ก.ค. 2561, <https://www.tcijthai.com/news/2018/7/scoop/8171>
- ⁶⁷ Battams S, and Townsend B. Power asymmetries, policy incoherence and noncommunicable disease control – a qualitative study of policy actor views. *Critical Public Health*. 2018. DOI: 10.1080/09581596.2018.1492093 Available at <https://doi.org/10.1080/09581596.2018.1492093>
- ⁶⁸ Casswell S. A Framework Convention on Alcohol Control: why and how. Prince Mahidol Award Conference, side meeting, January 30, 2019.
- ⁶⁹ อาเซียนเดิม 6 ประเทศ (ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และบรูไน) ซึ่งถือว่า มีระดับของการพัฒนาประเทศมากกว่าสมาชิกที่เหลือ จะเป็นผู้นำในการลดภาษีให้

หมดไปก่อน โดยในเบื้องต้น ในปี 2003 (2546) อาเซียนเดิม 6 ประเทศ ได้ลดภาษี 60 % ของรายการสินค้าทั้งหมดให้เป็น 0% ไปแล้ว และเพิ่มเป็น 80 % ของรายการสินค้าทั้งหมด ในปี 2007 (2550) และ ในวันที่ 1 มกราคม 2010 (2553) อาเซียนเดิม 6 ประเทศ จะลดภาษีสินค้าทั้งหมดให้เหลือ 0% ซึ่งกระทรวงการคลังได้ออกประกาศเตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว (ยกเว้นสินค้าอ่อนไหว และสินค้าอ่อนไหวสูง

- ⁷⁰ มงคล ไตรรัตน์จรัสพร นายกสมาคมโอ ทอปไทย การเปิดเสรีภาษีศุลกากรที่จะเริ่มขึ้นต้นปีหน้า ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตไวน์และสุราพื้นบ้าน 11 ธ.ค. 2552
- ⁷¹ ฉัตรสุมน พดพิภยัญญู สถานการณ์การนำเข้าสุราและผลกระทบของการทำข้อตกลงการค้าเสรีกับต่างประเทศ. รายงานวิจัย 2550: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. 2550
- ⁷² สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ (บรรยาย) อีสร์กุล อุณหเกตุ (เรียบเรียง). FTA ไทย-สหรัฐอเมริกา ผลได้ผลเสียและข้อเสนอแนะ รายงานการบรรยายทางวิชาการ. โครงการ WTO Watch (จบกระแสองค์การการค้าโลก คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) 2549
- ⁷³ อ่างแล้ว สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ (2549)
- ⁷⁴ สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย นโยบายการจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรีของไทย ในช่วงปี 2544 – 2549 <http://prp.trf.or.th/trf-policy-brief/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%97%E0%B8%B3%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%87/>
- ⁷⁵ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศการสัมมนาเวทีสาธารณะ “คิดอย่างไรกับการเปิดเสรีการค้า (FTA) ไทย-สหภาพยุโรป(EU)” วันที่ 29 มีนาคม 2553 ณ โรงแรม อิมพีเรียลควีนส์ปาร์ค <http://www.thaifita.com/thaifita/Home/FTAbByCountry/tabid/53/ctU/detail/id/43/mid/480/usemastercontainer/true/Default.aspx>
- ⁷⁶ เจาะลึกระบบสุขภาพ เจรจา FTA ไทย-อียู รอบ 2 ส่งข้อมูล 'ผูกขาดยา' ถึงมือ ดร. โอฟาร 2556. <https://www.hfocus.org/content/2013/09/4749>
- ⁷⁷ กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน (FTA Watch) 5 ข้อน่าจับตา ก่อนการรื้อฟื้น FTA ไทย-สหภาพยุโรป. วันที่ 23 กันยายน 2562 <https://waymagazine.org/fta-thai-eu-concern/>
- ⁷⁸ ความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Trans-Pacific Partnership) หรือ TPP2551 <http://www.thaifita.com/thaifita/Home/FTAbByCountry/tabid/53/ctU/detail/id/24/mid/480/usemastercontainer/true/Default.aspx>
- ⁷⁹ นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์, ฉัตรสุมน พดพิภยัญญู, อุดมศักดิ์ แซ่โจ้ว, สาวิตรี อัจฉนวงศ์กรชัย. การเจรจา CP-TPP. มุมมองเชิงผลกระทบต่อความคุ้มครองเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย และข้อเสนอเชิงปฏิบัติการข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทยในการ

-
- ลงนามเป็นสมาชิก CP-TPP. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา 2563.
<http://cas.or.th/cas/wp-content/uploads/2020/03/CPTPP.pdf>
- ⁸⁰ Arianna Andreangeli, senior lecturer in Competition Law, Edinburgh Law School, University of Edinburgh, and member of the SHAAP Steering Committee (Scottish Health Action on Alcohol Problems).
- ⁸¹ กมลวรรณ เขียวนิล และอรรถัย วลีวงศ์. มปป. ข้อบทเรื่อง E-commerce ในข้อตกลงการค้าเสรี กับผลกระทบต่อการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ.
- ⁸² Otterson OP, Dasgupta J, Blouin C, Buss P, Chongsuvivatwong V, et al. 2014. The political origins of health inequity: prospects for change. *Lancet* 383: 630-67.
- ⁸³ ผลการศึกษาจากบริษัท Hollan Fenwick Willan (HFW) ที่กระทรวงการต่างประเทศได้จัดจำงั้นั้น ทางกระทรวงควรเปิดเผยออกมา
- ⁸⁴ กลุ่มงานคณะกรรมการ การต่างประเทศ สำนักกรรมการ 2 สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รายงานของคณะกรรมการวิสามัญ พิจารณาศึกษาผลกระทบจากการเข้าร่วมความตกลง ที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก CPTPP สภาผู้แทนราษฎร 2563; หน้า 23
- ⁸⁵ จากผลของกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาศึกษาผลกระทบจากการเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก
- ⁸⁶ แคนาดาและมาเลเซียได้รับการยกเว้นที่จะต้องปฏิบัติตาม ข้อ 17. ที่ขัดกับข้อผูกพันของแคนาดาตาม Articles A 3 of Annex V ภายใต้ความตกลง EU Canada Agreements และข้อกำหนดของมาเลเซียตาม Regulation 18 (1A) ของกฎระเบียบ the Food Regulations 1985 under the Food Act 1983
- ⁸⁷ ชูติมา อรรถสิทธิ์, 2561 ผลกระทบ CPTTP ต่อยาและสุขภาพ. ใน การประชุมแถลงข่าวเปิดข้อตกลงการค้าเสรี CP-TPP คืออะไร ทำไมไทยไม่ควรเข้าร่วม? 26 Jun 2018 https://waymagazine.org/cptpp_fta/
- ⁸⁸ กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน (FTA Watch) 5 ข้อน่าจับตา ก่อนการรื้อฟื้น FTA ไทยสหภาพยุโรป- วันที่ 23 กันยายน 2562 <https://waymagazine.org/fta-thai-eu-concern/>
- ⁸⁹ Nicholls J, 2012. 'Everyday, Everywhere: alcohol Marketing and Social Media – Current Trends', *Alcohol and Alcoholism*, vol. 47 no. 4, 486-493.
- ⁹⁰ Lauren Johnson, 2015. 'With better targeting, alcohol brands bet big on digital', *Adweek*, 16 June 2015. Available at: <https://www.adweek.com/digital/better-targeting-alcohol-brands-bet-big-digital-165357/>
- ⁹¹ Bradshaw, T. 2011. 'Facebook strikes Diageo advertising deal', *Financial Time*, 19 September 2011. Available at: <https://www.ft.com/content/d044ea24-e203-11e0-9915-00144feabdc0>

-
- ⁹² Joseph S, 2017. 'Heineken prioritises mass reach over hypertargeting on Google and Facebook', 8 August 2017. Available at: <https://digiday.com/marketing/heineken-prioritizes-mass-reach-hypertargeting-google-facebook/>
- ⁹³ von Konsernmarkt A. 2019. 'The Power of Corporations in the Digital world. Discussion paper', January 2019, Forum Umwelt und Entwicklung, Denmark.
- ⁹⁴ Carah N. 2017. "Alcohol corporations and marketing in social media", in Lyons-A, McCreanor T, Goodwin I, and Barnes H. (eds). *Youth Drinking Cultures in a Digital World*, Routledge, 115-131, 124.
- ⁹⁵ Harvey D. 2003. 'The Fetish of Technology: Causes and consequences', Macalester International, Vol. 13, Article 7. Available at: <http://digitalcommons.macalester.edu/macintl/vol13/iss1/7>
- ⁹⁶ Gupta H, Lam T, Pettigrew S, and Tait R. 2018. 'Alcohol marketing on YouTube: xploratory analysis of content adaptation to enhance user engagement in different national contexts', 18:141. *BMC Public Health* 1-10, 2.
- ⁹⁷ Kauppila E, Lindeman M, Svensson J, Hellman M, and Katainen A. 2019. *Alcohol marketing on social media sites in Finland and Sweden. A comparative audit of brands' presence and content, and the impact of a legislative change*. University of Helsinki Centre for Research on Addiction, Control and Governance (CEAGG), Helsinki, 2019, 2.
- ⁹⁸ Gallopel-Morvan K, Spilka S, Mutatayi C, Rigaud A, Lecas F, Beck F. 2017. 'France's Evin law On the control of alcohol advertising: content, effectiveness and limitations'. *Addiction*, 112 Suppl 1: 86-93.
- ⁹⁹ de Bordenave J-B, 2013. French 'Evin' law and social networks: Heineken and Facebook summoned to court. Index IP Expertise, 11 December 2013.
- ¹⁰⁰ USTR 2018. Such measures are described by the US as trade barriers. See for example: USTR, '2018 Fact Sheet: Key barriers to digital trade', March 2018. Available at: <https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/fact-sheets/2019/march/2019-fact-sheet-key-barriers-digital>
- ¹⁰¹ European Commission, 2017. Communication from the Commission to the European Parliament and the Council. Exchanging and Protecting Data in a Globalised World, 10 January 2017, COM(2017) 7.
- ¹⁰² Beese J. 2015. 'Please Link Responsibly: Social Media Guidelines for Alcohol Marketing', *Sprout Social*, 30 March 2015. Available at: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-alcohol-marketing/>

-
- ¹⁰³ Cohen D. 2019. 'People can no longer sell or exchange of alcohol and tobacco products on Facebook and Instagram'. *Adweek*, 24 July 2019.
- ¹⁰⁴ Lyons A, Garden E and Chamberlain K, 2017. *Social Media: An Alcohol-Saturated Space. The case for regulation of alcohol marketing on social media sites. Critical Health and Social Psychology*, Massey University, New Zealand.
- ¹⁰⁵ ACCC vs. Viagogo AG, 2019. FCA 544. Australian Competition and Commerce Commission, 'Court finds ticket reseller Viagogo misled consumers', 18 April 2019. Available at: <https://www.accc.gov.au/media-release/court-finds-ticket-reseller-viagogo-misled-consumers>
- ¹⁰⁶ Newshub 2019. 'Google can't take credit for Viagogo ban'. Newshub, 19 July 2019. Available at: <https://www.newshub.co.nz/home/money/2019/07/google-can-t-take-credit-for-viagogo-ban-consumer-nz.html>
- ¹⁰⁷ O'Keefe B and Jones M, 2015. 'How Uber plays the shell game', *Fortune*. Available at: <https://fortune.com/2015/10/22/uber-tax-shell/>
- ¹⁰⁸ ฉัตรสุมน พงศ์นิญโญ และนิทัศน์ ศิริโชติรัตน์. การค้าเสรีและการปกป้องนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. วารสารกฎหมายสุขภาพและสาธารณสุข ปีที่ 1 เล่มที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2558: 120
- ¹⁰⁹ 7 ตัวแทน ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยื่นภาคีรัฐขอผ่อนปรนมาตรการห้ามจำหน่ายสุรา 27/04/2020 <https://brandinside.asia/liquor-ask-gov-fight-for-covid/>
- ¹¹⁰ ฉัตรสุมน พงศ์นิญโญ และนิทัศน์ ศิริโชติรัตน์. การค้าเสรีและการปกป้องนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. วารสารกฎหมายสุขภาพและสาธารณสุข ปีที่ 1 เล่มที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2558: 119
- ¹¹¹ Russel A, Wainwright M and Mamudu H. 2014. 'A Chilling Example? Uruguay, Philip Morris International, and WHO's Framework Convention on Tobacco Control', 29 *Medical Anthropology Quarterly* 256-277.
- ¹¹² Kelsey J, 2017. 'Regulatory Chill: Learnings from New Zealand's plain packaging tobacco law', 17 (2) *QUT Law Review* 21-45.
- ¹¹³ Arianna Andreangeli, senior lecturer in Competition Law, Edinburgh Law School, University of Edinburgh, and member of the SHAAP Steering Committee (Scottish Health Action on Alcohol Problems).
- ¹¹⁴ นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์ ฉัตรสุมน พงศ์นิญโญ ลาวัณย์ ถนัดศิลป์กุล 2561 ผลกระทบของความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก ต่อการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา หน้า 75

-
- ¹¹⁵ O'Brien P, Gleeson D, Room R and Wilkinson C, 2017. 'Marginalising Health Information: Implications of the *Trans-Pacific Partnership Agreement* for Alcohol Labelling', 41 (1) *Melbourne University Law Review* 341-391.
- Crosbie E, Thomson G, Freeman B & Bialous S, 2018. 'Advancing progressive health policy to reduce NCDs amidst international commercial opposition: Tobacco standardized packaging in Australia', 13 (12) *Global Public Health* 1753-1766.
- ¹¹⁶ Crosbie E, Thompson G, 2018. 'Regulatory Chills: tobacco industry legal threats and the politics of tobacco standardized packaging in New Zealand'. 131 (1473) *New Zealand Medical Journal* 25-41.
- ¹¹⁷ Pezzolesi R, Riibe D, Woodford E and Ziegler D, 2015. 'The Deregulatory Desires of the Alcohol Industry: A hidden health threat in the Transatlantic Trade and Investment Partnership – TTIP', Corporations and Health Watch.
- Gould E, 2005. 'Trade Treaties and Alcohol Advertising Policy', 26 (3) *Journal of Public Health Policy*, 359-376.
- ¹¹⁸ ปกิตตา นิภาวรรณ หลักการปฏิบัติอย่างชาติที่ได้รับการอนุเคราะห์ยิ่ง ในความตกลงเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน ตามกฎหมายการลงทุนระหว่างประเทศ. กฤษฎีกาสารสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 เดือนตุลาคม – พฤศจิกายน 2554 หน้า 4-7 <http://web.krisdika.go.th/data/news/news11122.pdf>
- ¹¹⁹ กาญจนภรณ์ อินทปิ่นดี เลิศลอย หลักการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (National Treatment) กฤษฎีกาสาร สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 เดือนธันวาคม 2554 - มกราคม 2555 หน้า 5-6 <https://www.krisdika.go.th/data/news/news11131.pdf>
- ¹²⁰ กลุ่มงานคณะกรรมการการค้าต่างประเทศ, สำนักกรรมการการค้า 2 สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมการวิสามัญพิจารณาศึกษา. ผลกระทบจากการเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก. 2563
- ¹²¹ นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์ ฉัตรสุมน พฤทธิปัญญา. อิทธิพลของการใช้นักกีฬา / ดารา / นักร้อง / นักแสดง เป็นผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา 2558
- ¹²² Broadcasting and Cable, 2018. Diageo Marketing Exec. On Brands' Evolution into Integrated Digital Marketing.
- ¹²³ Lyons A, Garden E and Chamberlain K, 2017. note 26. It is observed that the New Zealand Ministerial Forum on Alcohol Advertising and Sponsorship (2014) declined to address social media, arguing it was outside its remit. Antonia Lyons, Emily Garden and Kerry Chamberlain, 'Social Media.

-
- ¹²⁴ ฉัตรสุมน พฤตมิถิญา, นิตศัน ศรีโชติรัตน์. การค้าเสรีและการปกป้องนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. วารสารกฎหมายสุขภาพและสาธารณสุข ปีที่ 1 เล่มที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2558: 132.
- ¹²⁵ 7 ตัวแทน ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยื่นภาครัฐขอผ่อนปรนมาตรการห้ามจำหน่ายสุรา 27/04/2020 <https://brandinside.asia/liquor-ask-gov-fight-for-covid/>
- ¹²⁶ Townsend B, Schram A, Baum F, Labonte R, and Friel S. 2018. How does policy framing enable or constrain inclusion of social determinants of health and health equity on trade policy agendas? *Critical Public Health*, DOI:10.1080/09581596.2018.1509059 Available at: <https://doi.org/10.1080/09581596.2018.1509059>
- ¹²⁷ นิตศัน ศรีโชติรัตน์, ฉัตรสุมน พฤตมิถิญา, อุดมศักดิ์ แซ่โจ้ว, สาวิตรี อัจฉนาศักดิ์. การเจรจา CP-TPP. มุมมองเชิงผลกระทบต่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย และข้อเสนอเชิงปฏิบัติการข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทยในการลงนามเป็นสมาชิก CP-TPP. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา 2563. <http://cas.or.th/cas/wp-content/uploads/2020/03/CPTPP.pdf>

ภาคผนวก 1

แบบสัมภาษณ์

โครงการ “ผลของข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศที่จะมีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อช่วยในการตัดสินใจภาครัฐ”

1. ความตกลงการค้าเสรีในยุคปัจจุบัน เช่น Regional Comprehensive Economics Partnership (RCEP) , Comprehensive and Progressive Trans – Pacific Partnership Agreement (CP-TPPA) มีบทบาทเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้ลงทุน ซึ่งจะให้ผู้ลงทุนต่างชาติสามารถฟ้องรัฐบาลได้โดยตรง ประเทศไทยควรจะยอมให้เกิดเหตุการณ์แบบนี้หรือไม่ ทั้งๆ ที่ไม่มีการรับประกันใดๆ ว่าเมื่อเข้าร่วมความตกลงการค้าเสรีแล้ว จะทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้น?
2. สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีผลเสียระยะยาวต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ เหตุใดผู้แทนทีมเจรจาการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยไม่ใช้สิทธิในการขอสงวนหรือขอยกเว้นสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากการเจรจาการค้าเสรี?
3. นักเศรษฐศาสตร์ระดับโลก ผู้ได้รับรางวัลโนเบล เช่น Paul Krugman เตือนว่าประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายจะสูญเสียมากกว่าได้ประโยชน์ หากเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรี เช่น CP-TPPA เหตุใดรัฐบาลไทยจึงมีความพยายามที่จะเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรีดังกล่าว?
4. ประเทศไทยมีการเตรียมการอย่างไร หากเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรีแล้วอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติร้องเรียนว่า พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นอุปสรรคทางการค้า และประเทศไทยจะต้องเข้าสู่กระบวนการระงับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการ?
5. อดีตผู้อำนวยการองค์การการค้าโลก ได้เตือนประเทศไทยโดยยกกรณีศึกษาเศรษฐกิจของประเทศเม็กซิโกซึ่งไม่ได้ดีขึ้น แต่กลับแย่ลงเมื่อเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรีของอเมริกาเหนือ (NAFTA) แต่เหตุใดผู้แทนทีมเจรจาการค้าของไทยไม่รับฟังคำเตือนดังกล่าว?
6. ประเทศไทยมีวิธีการใด และอย่างไร ที่จะดำเนินการลงโทษผู้แทนประเทศไทยที่ลงนามในความตกลงการค้าเสรี แล้วเกิดผลกระทบในทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม สาธารณสุข ฯลฯ ของประเทศในอนาคต?

7. ประเทศไทยมีสนธิสัญญาทวิภาคีและพหุภาคีกับประเทศต่างๆ มากมาย เหตุใดจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรี เช่น RCEP และ CP-TPPA อีก?
8. หากอุตสาหกรรมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ข้ามชาติร้องเรียนว่า สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นอุปสรรคต่อการค้า ประเทศไทยมีแนวทางอย่างไรในการป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว หรือระงับข้อพิพาทในกรณีดังกล่าว?
9. รัฐบาลควรมีแนวทางและมาตรการใดบ้าง ในการเยียวยาจากผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม สาธารณสุข ฯลฯ ที่เกิดจากการเข้าร่วมในความตกลงการค้าเสรี เช่น CP-TPP และ RCEP

ภาคผนวก 2

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์ Correlation		
	Zero-order	Partial	Part
1-2 Decade	.894	.654	.219
population	.895	-.451	-.128
GDP	.942	.761	.296

