



TPP and Alcohol Policy in Thailand

Asst.Prof.Dr. Surasak Chaiyasong

Social Pharmacy Research Unit (SPRU), Maharakham University

Health Promotion Policy Research Center (HPR),

International Health Policy Program (IHPP)

**ITH conference 2016: TPP impacts on Thailand's economy, society and health system
10 August 2016, Holiday Inn Hotel, Bangkok**

TPP: Time to Protect our People?

- TPP: Its purpose is totally about trade
 - Does it concern at least quality of life and well-being of people in its Parties?
- TBT: Technical Barriers to Trade
 - Barriers to Protect our citizens from the harmful use of alcohol as well as other health problems
 - It will influence the whole processes of national policy
 - Alcohol is a Social, Big, Tough problems, in Thailand
 - Development of National Alcohol Policy and relevant regulations and practices takes more than a decade
 - Existing and New alcohol policies in Thailand

TPP and Alcohol: Ch 8 TBT

- Ch 8 TBT
 - Objective: to facilitate trade, including by
 - Eliminating unnecessary technical barriers to trade,
 - Enhancing transparency,
 - Promoting greater regulatory cooperation and good regulatory practice
 - Art 8.7 Transparency
 - 1. Each Party shall **allow persons of another Party to participate in** the development of technical regulations, standards and conformity assessment procedures by its central government bodies on terms no less favorable than those that it accords to its own persons.

TPP and Alcohol: Ch 8 TBT

- Art 8.7 Transparency

- 5. A Party may determine the form of proposals for technical regulations and conformity assessment procedures, which may take the form of: policy proposal; discussion documents; summaries of proposed technical regulations and conformity assessment procedures; or the draft text of proposed technical regulations and conformity assessment procedures.
- Each Party shall **ensure that its proposals contain sufficient detail** about the likely content of the proposed technical regulations and conformity assessment procedures **to adequately inform interested persons and other Parties about whether and how their trade interests might be affected.**



- One drinking occasion can cause a number of death and tragedies
- Regularly moderate drinking can bring chronic problems to not only drinkers but also others and the society

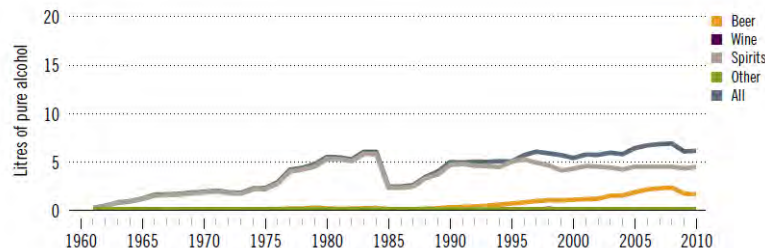


Thailand's alcohol profile

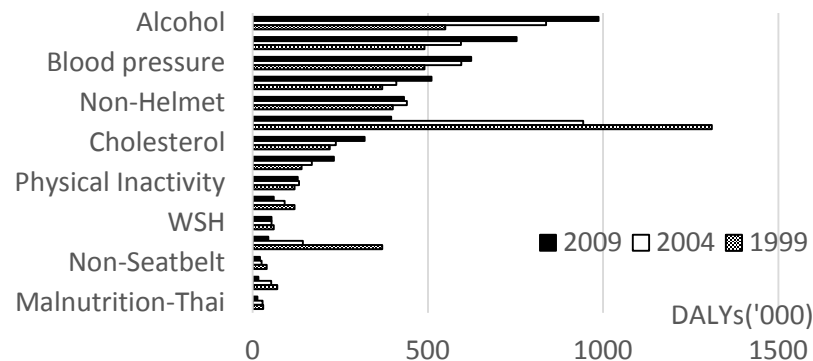
- Though Thailand has low prevalence of drinker, alcohol attributable burden of diseases was very high
 - 7.1 Liters per capita (absolute alcohol consumption), 50% from spirits (WHO, 2014)
 - 31.5% drinkers, higher in the north and northeast (NSO, 2011)
 - Increased drinking trend in young people and women
 - First leading risk factor, 10% of total DALY loss (BOD, 2009)
 - Accounted for 156 bil. THB, 1.99% GDP (Thavorncharoensap et al., 2007)

Recorded alcohol per capita (15+) consumption, 1961–2010

Data refer to litres of pure alcohol per capita (15+).



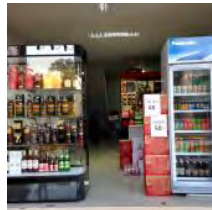
Total BOD (DALYs) in 1999, 2004 and 2009



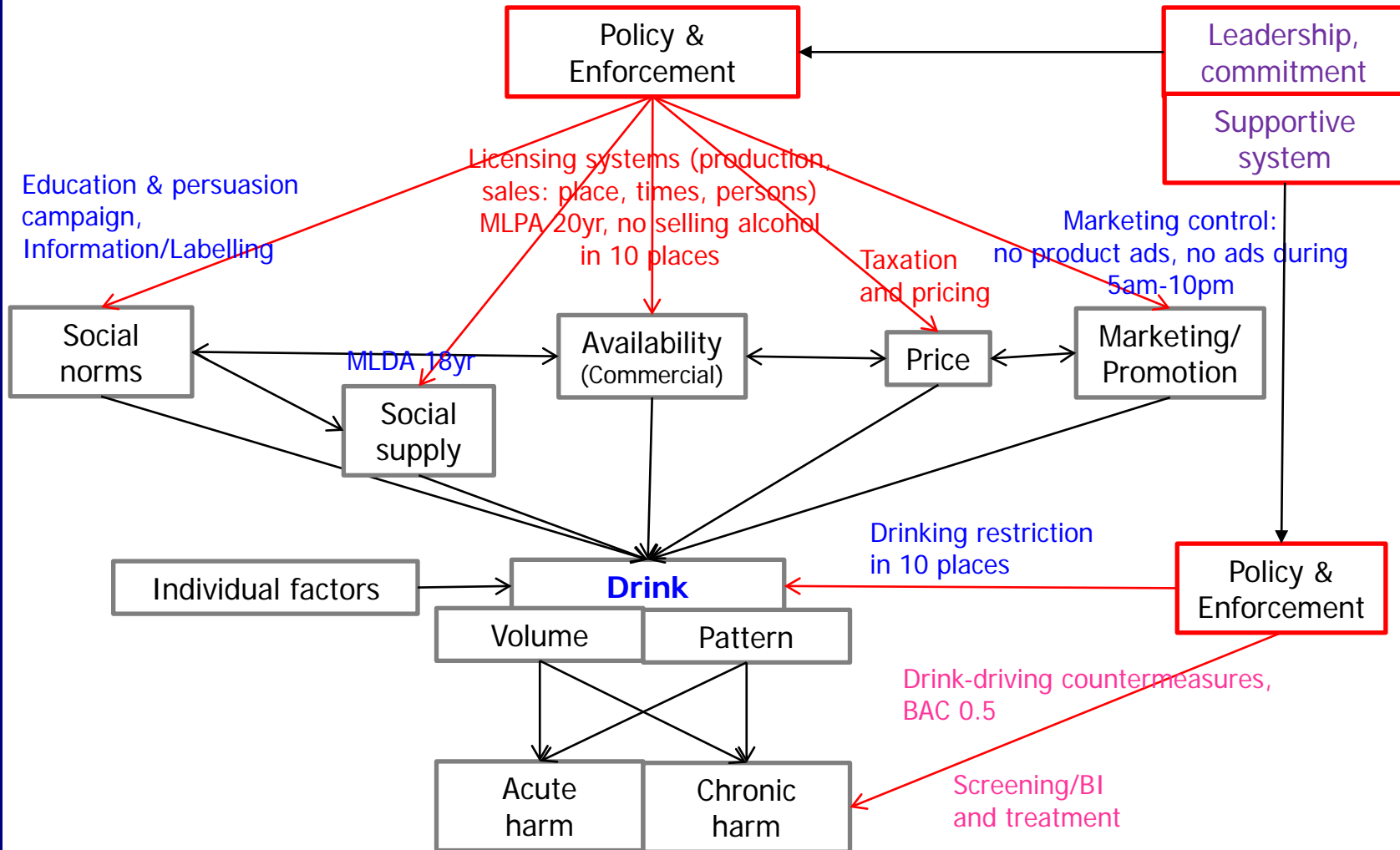
Alcohol in Thailand

iversity
iland

Social Pharmacy Research Unit / SDR
& Health Promotion P

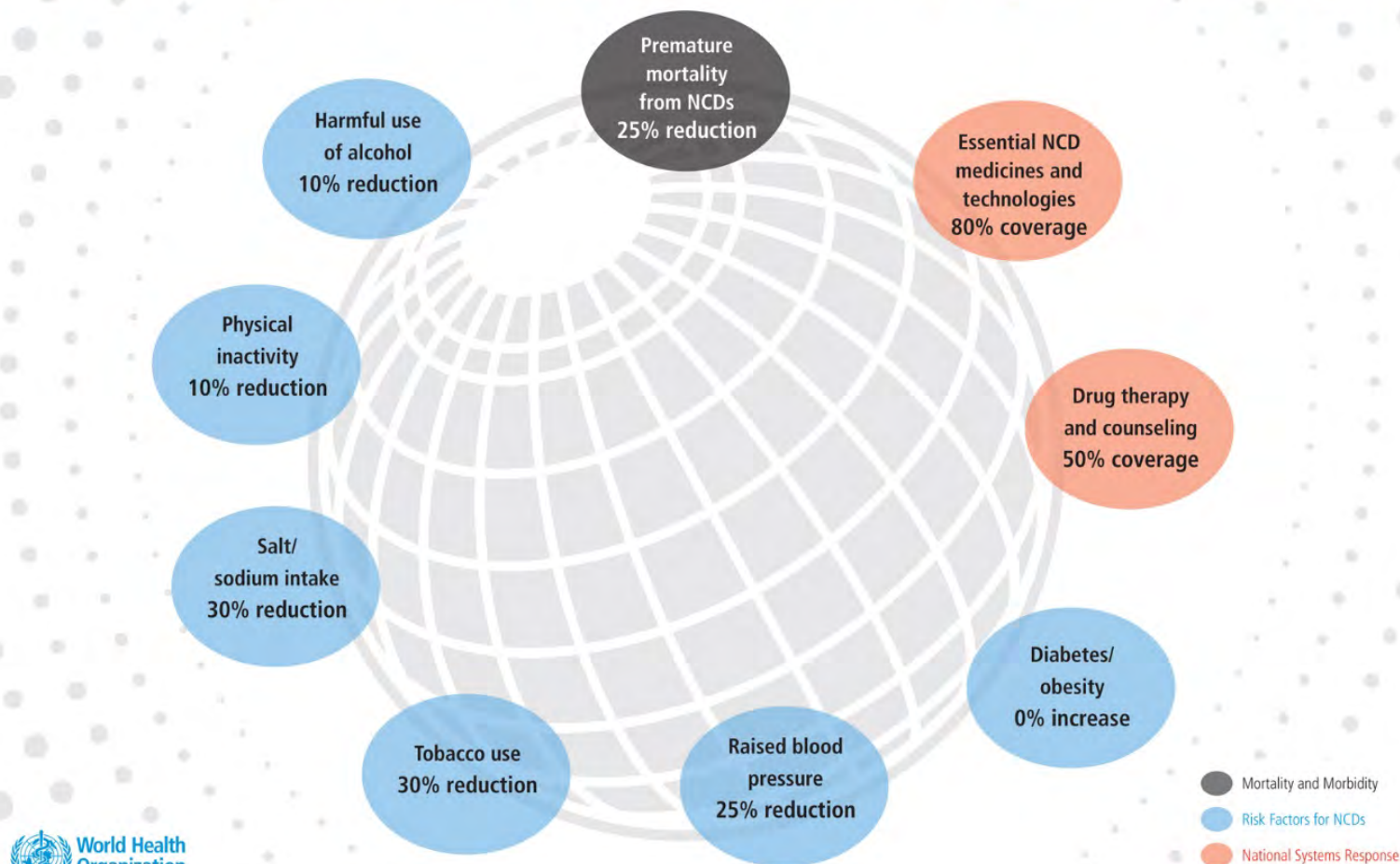


Thailand's Alcohol Policy



Alcohol is one of the global targets

Set of 9 voluntary global NCD targets for 2025



Best-Buy Interventions to Prevent and Reduce Burden of NCDs

Risk factor / disease	Interventions
Tobacco use	<ul style="list-style-type: none"> • Tax increases • Smoke-free indoor workplaces and public places • Health information and warnings • Bans on tobacco advertising, promotion and sponsorship
Harmful alcohol use	<ul style="list-style-type: none"> • Tax increases • Restricted access to retailed alcohol • Bans on alcohol advertising
Unhealthy diet and physical inactivity	<ul style="list-style-type: none"> • Reduced salt intake in food • Replacement of trans fat with polyunsaturated fat • Public awareness through mass media on diet and physical activity
Cardiovascular disease (CVD) and diabetes	<ul style="list-style-type: none"> • Counselling and multi-drug therapy for people with a high risk of developing heart attacks and strokes (including those with established CVD) • Treatment of heart attacks with aspirin
Cancer	<ul style="list-style-type: none"> • Hepatitis B immunization to prevent liver cancer (already scaled up) • Screening and treatment of pre-cancerous lesions to prevent cervical cancer



Source: Anderson et al. (2009)

	Coverage	WHO subregion					
		Americas (eg, Brazil, Mexico)		Europe (eg, Russia, Ukraine)		Western Pacific (eg, China, Vietnam)	
		Yearly cost per head (I\$)*	Cost per DALY saved (I\$)†	Yearly cost per head (I\$)*	Cost per DALY saved (I\$)†	Yearly cost per head (I\$)*	Cost per DALY saved (I\$)†
Target area 1: raising awareness and political commitment							
School-based education	80%	0.29	NA‡	0.34	NA‡	0.53	NA‡
Target area 2: health-sector response							
Brief interventions for heavy drinkers	30%	1.04	3870	1.78	2671	0.42	2016
Target area 3: community action							
Mass media campaign	80%	0.31	NA‡	0.79	NA‡	0.19	NA‡
Target area 4: drink-driving policies and countermeasures							
Drink-driving legislation and enforcement (via random breath-testing campaigns)	80%	0.44	924	0.72	781	0.24	1262
Target area 5: addressing the availability of alcohol							
Reduced access to retail outlets	80%	0.24	515	0.47	567	0.16	1307
Target area 6: addressing marketing of alcohol beverages							
Comprehensive advertising ban	95%	0.24	931	0.47	961	0.16	955
Target area 7: pricing policies							
Increased excise taxation (by 20%)	95%	0.34	277	0.67	380	0.20	1358
Increased excise taxation (by 50%)	95%	0.34	241	0.67	335	0.20	1150
Tax enforcement (20% less unrecorded)	95%	0.56	468	0.87	498	0.37	2603
Tax enforcement (50% less unrecorded)	95%	0.63	476	0.93	480	0.43	2733
Combination strategy							
Brief advice, random breath-testing, reduced access, advertising ban, plus increased tax (by 50%) and its enforcement (50% less unrecorded consumption)	..	2.35	691	4.10	754	1.31	1704

*Implementation cost in 2005 international dollars (I\$). †Cost-effectiveness ratio, expressed in international dollars per disability-adjusted life-year (DALY) saved for the year 2005. ‡Not applicable (NA) because effect size not significantly different from zero (cost-effectiveness ratio would therefore approach infinity).

Table 2: Cost and cost-effectiveness of interventions relating to different target areas for alcohol public health policy

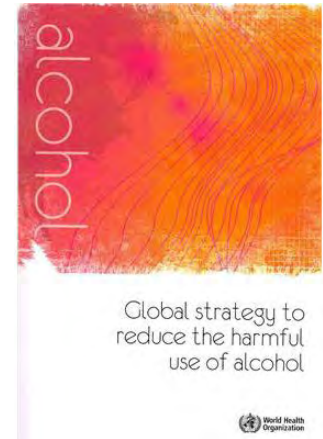
What this study tells us?

Key messages

- A substantive evidence base of systematic reviews and meta-analyses inform alcohol policy
- Making alcohol more expensive and less available are highly cost-effective strategies to reduce harm
- Banning of alcohol advertising, drink-driving countermeasures, and individually-directed interventions to drinkers already at risk are also cost-effective approaches
- School-based education does not reduce harm, but public information and education programmes can increase attention to alcohol on public and political agendas
- If more stringent alcohol policies are not put into place, global alcohol-related harm is likely to continue to increase

WHO Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol, 2010

1. Leadership, awareness and commitment
2. Health services' response
3. Community action
4. Drink-driving countermeasures
5. Regulating availability of alcohol
6. Marketing restrictions
7. Pricing
8. Reducing negative consequences of drinking
9. Addressing illicit and informal production
10. Monitoring and surveillance

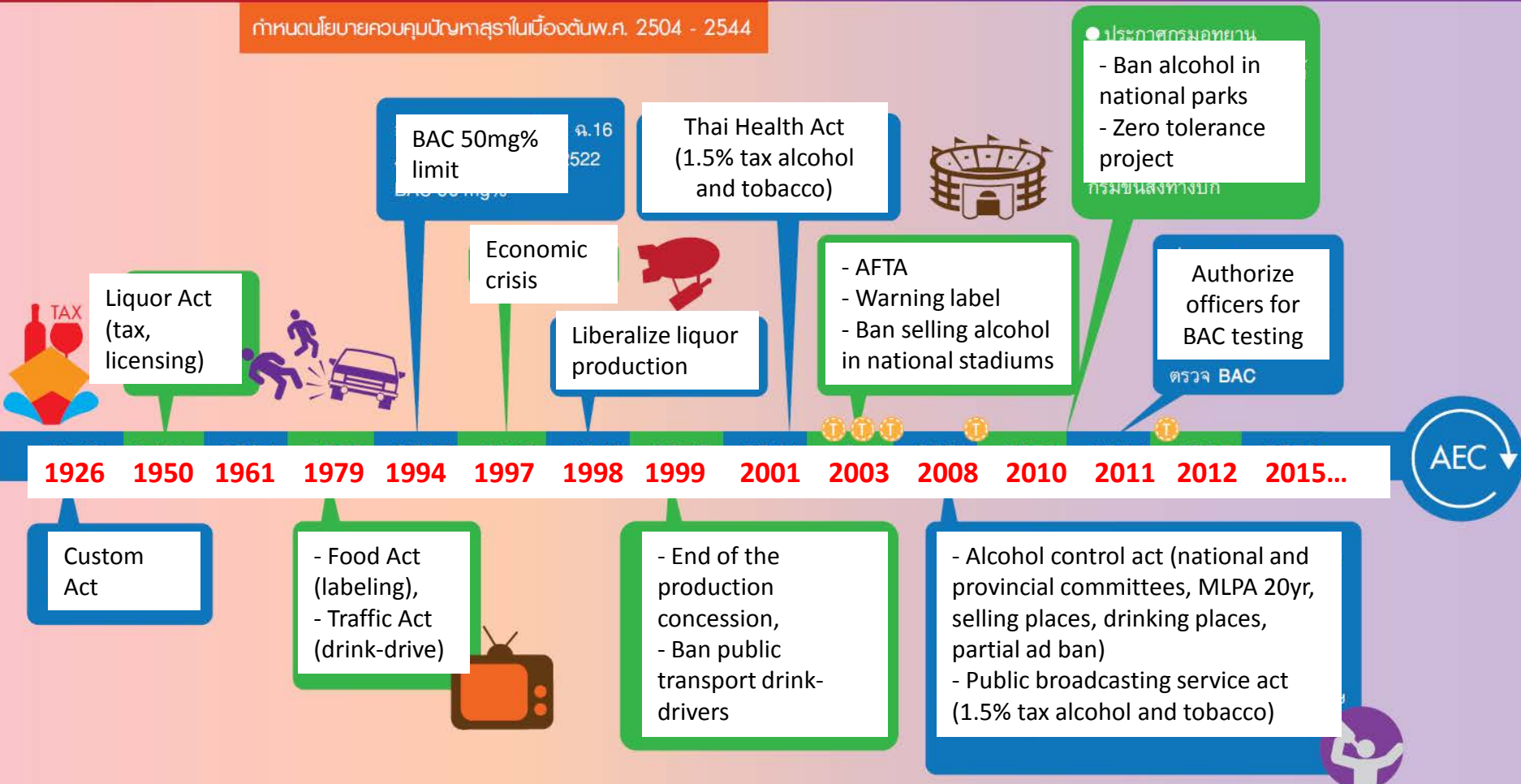


Historical Development of the Policy

Alcohol policy in the first era

Alcohol policy to control alcohol problems

กำหนดนโยบายควบคุมจำหน่ายสุราในเมืองต้นพ.ศ. 2504 - 2544

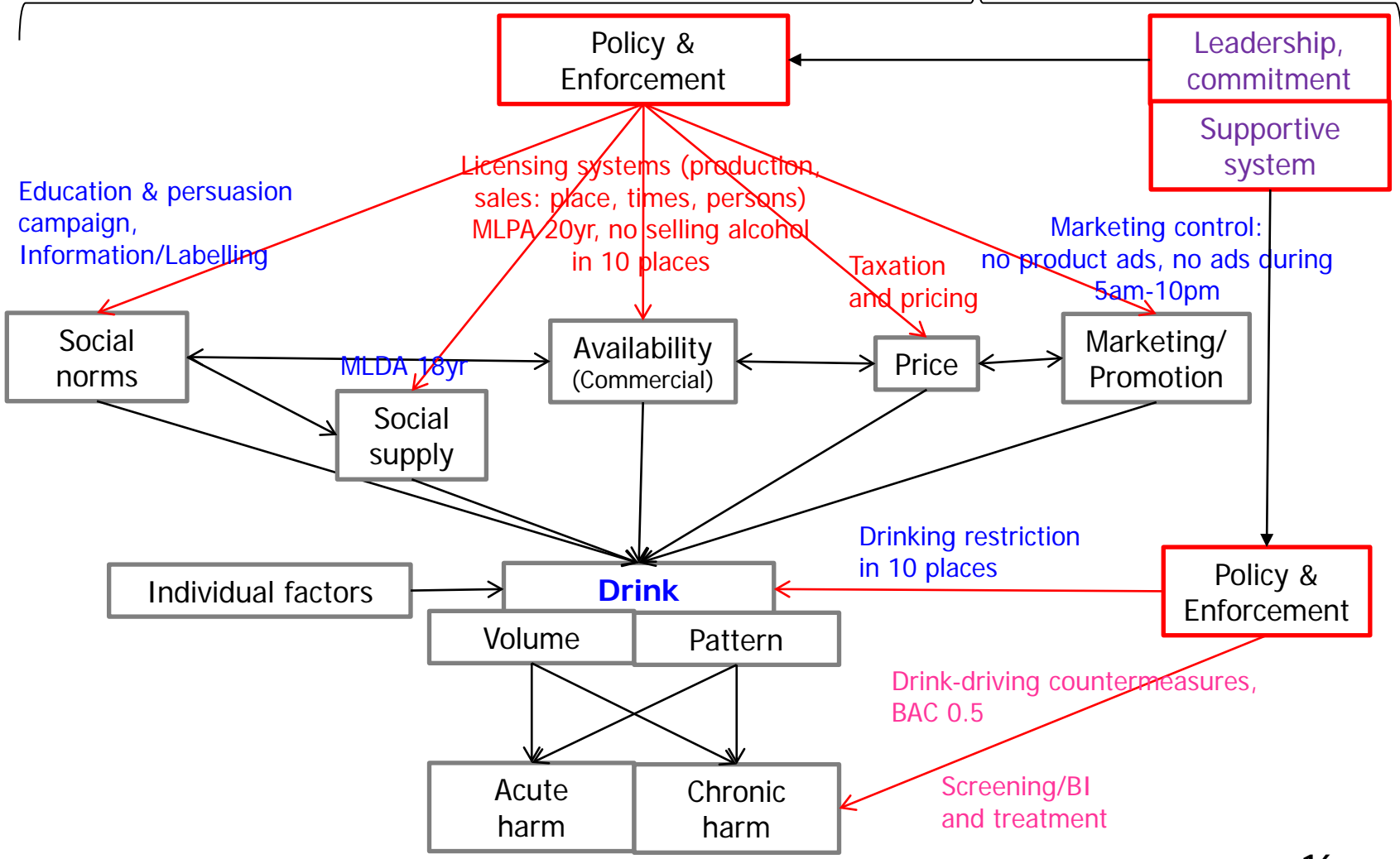
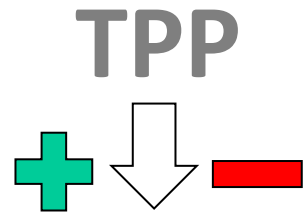


Alcohol Policy in Thailand

- Alcoholic Beverage Control Act 2008
 - Restrictions on alcohol availability, access to alcohol and marketing
 - Alcohol Control Committees (ACC) at national and provincial level (NACC and PACC)
- National Alcohol Policy Strategy
 - Endorsed by the 2nd National Health Assembly in 2009
 - 5 strategies and 12 groups of measures
 - Availability
 - Attitude
 - Harm reduction
 - Alcohol at every setting/level
 - Supportive mechanism/system



Thailand's Alcohol Policy



Source: Adapted from Babor et al. (2010); Birckmayer et al. (2004)

TPP members



Alcohol Imports

No	Import data	2012	2013	2014	2015
1	GDP (Mil THB)	12,349,026	12,901,498	13,132,234	13,537,485
2	Total import value (Mil THB)	7,786,132	7,657,345	7,403,898	6,906,117
3	Total import volume (Liter)	96,105,279	73,705,997	75,559,393	69,739,131
4	Alcohol import value (Mil THB)	10,091	11,130	12,607	11,774
5	% Alcohol to Total import value	0.13%	0.15%	0.17%	0.17%
6	% Alcohol import to GDP	0.082%	0.086%	0.096%	0.087%
7	Alcohol import volume, from TPP countries (Liter)	3,111,959	3,282,809	3,463,011	3,233,956
8	Alcohol import value, from TPP countries (Mil THB)	357	393	403	501

Less Imported from TPP countries

No	Country (Top 10 and TPP members)	Imports, 2013				FTAs
		Volume		Value		
		Liter	%	Mil THB	%	
1	UK	20,476,308	29.4	5,208.4	44.2	-
2	France	4,220,255	6.0	2,895.7	24.6	-
3	Australia	5,545,411	8.0	694.4	5.9	AANZFTA, TAFTA, (TPP)
4	Vietnam	4,374,493	6.3	397.7	3.4	AFTA, (TPP)
5	USA	2,205,999	3.2	390.4	3.3	(TPP)
6	South Africa	3,513,584	5.0	277.4	2.4	-
7	China	448,859	0.6	223.3	1.9	ACFTA
8	Italy	2,282,976	3.3	155.1	1.3	-
9	Netherlands	4,302,605	6.2	141.8	1.2	-
10	Chile	1,541,644	2.2	136.9	1.2	TCFTA, (TPP)
13	Mexico	1,337,720	1.9	100.9	0.9	(TPP)
29	Canada	21,979	0.03	14.0	0.1	(TPP)
All countries		69,739,131	100	11,774.2	100	

Alcohol Exports

No	Export data	2012	2013	2014	2015
1	GDP (Mil THB)	12,349,026	12,901,498	13,132,234	13,537,485
2	Total export value (Mil THB)	7,078,42	6,909,741	7,313,066	7,227,160
3	Total export volume (Liter)	495,621,541	271,971,070	275,751,559	299,305,481
4	Alcohol export value (Mil THB)	10,290	11,592	13,290	13,388
5	% Alcohol to Total export value	0.15	0.17	0.18	0.19
6	% Alcohol export to GDP	0.083	0.090	0.101	0.099
7	Alcohol export volume, from TPP countries (Liter)	4,355,441	3,686,898	4,004,703	3,694,889
8	Alcohol export value, from TPP countries (Mil THB)	168	134	156	114

Less Exported to TPP countries

No	Country (Top 10 & TPP)	Exports, 2015				FTAs
		Volume		Value		
		Liter	%	Mil THB	%	
1	Myanmar	150,735,489	50.4	6,824.6	51.0	AFTA
2	Cambodia	76,980,128	25.7	1,888.1	14.1	AFTA
3	Vietnam	1,243,216	0.4	1,528.0	11.4	AFTA/(TPP)
4	Japan	12,868,021	4.3	497.2	3.7	AJCEP, JTEPA
5	Singapore	6,454,629	2.2	432.0	3.2	AFTA
6	Taiwan	5,392,383	1.8	428.4	3.2	-
7	Lao PDR	6,424,285	2.2	297.0	2.2	AFTA
8	Malaysia	8,367,714	2.8	279.0	2.1	AFTA/(TPP)
9	U. Arab Emirates	8,974,380	3.0	238.7	1.8	-
10	China	1,964,246	0.7	232.7	1.7	TCFTA
12	USA	3,157,614	1.0	87.2	0.6	(TPP)
21	Canada	519,187	0.2	25.8	0.2	(TPP)
44	Mexico	18,088	0.01	0.8	0.01	(TPP)
Total (60 Country)		299,305,481	100	13,388.0	100	

TPP and Alcohol

- National Treatment and Market Access for Goods [Ch 2]
 - Elimination of Custom Duties
- Technical Barriers to Trade [Ch 8]
 - Annex 8-A: Wine and Distilled Spirits
 - Warning labels/Health information
- Investment [Ch 9]

TPP and Alcohol: Ch 2 Tariff

- Ch2: Elimination of Custom Duties
 - คาดว่า เมื่อภาษีศุลกากรลดลง ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้าลดลง การบริโภคในภาพรวมจะเพิ่มมากขึ้น และผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเพิ่มสูงขึ้น
- ยังไม่พบการประเมินผลกระทบเชิงปริมาณของ TPP อย่างชัดเจน
- แต่มีการศึกษาผลกระทบของ Thai-EU FTA ของศศินทีวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้แบบจำลอง GTAP, ORANI-G, Microsimulation และอื่นๆ ระบุว่า หากลดภาษีศุลกากรสาขาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะทำให้มีการบริโภค เพิ่มขึ้น 0.40% และส่งผลกระทบต่อภายนอก (externality) คิดเป็นต้นทุนทางสังคม 611 ล้านบาท [คิดเป็น 0.0078% GDP ของปี 2549 ที่คิด social cost of alcohol]



การนำเสนอผลการศึกษา ครั้งที่ 6 ภายใต้หัวข้อ
“ผลกระทบของการเปิดการค้าเสรีไทย-สหภาพยุโรป
และกลยุทธ์การเจรจาที่เหมาะสมของไทย”

TPP and Alcohol: Ch 8 TBT

- Annex 8-A Wine and Distilled Spirits
 - 5. If a Party required a supplier to indicate information on a **distilled spirits label**, the Party shall permit the supplier to indicate that information on a supplementary label that is affixed to the distilled spirits container. ...
 - 7. Each Party shall permit suppliers to use the term “wine” as a product name. A Party may require a supplier to indicate additional information on wine label concerning the type, category, class or classification of the wine.
 - 8. With respect to **wine labels**, each Party shall permit the information set out in subparagraphs 10(a) through (d) to be presented in a single field of vision for container of wine.
...
 - a) product name; b) country of origin; c) net content; d) alcohol content

TPP and Alcohol: Ch 8 TBT

- Annex 8-A Wine and Distilled Spirits
 - 17. **No Party shall prevent** imports of wine from other Parties solely on the basis that the wine label includes the following descriptors or adjectives describing the wine or relating to wine-making:
 - chateau, classic, clos, cream, crusted/crusting, fine, late bottled vintage, noble, reserve, ruby, special reserve, solera, superior, sur lie, tawny, vintage, vintage character
 - 19. Each Party shall permit wine to be labelled as
 - Icewine, ice wine, ice-wine or a similar variation of those terms

TPP and Alcohol: Thai Alcohol Policy

- การกำกับเรื่องฉลาก (labeling) และฉลากเสริม (supplementary label) ของไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดกลั่น (Ch 8, Annex 8-A)
 - [พรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 และประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2558]
- ข้อบ่งชี้ด้วยการลงทุน และการเวนคืนทางตรงและทางอ้อม และการเรียกร้องให้ชดเชยค่าเสียหาย (Ch 9, Annex 9-B 3(b) footnote 37) และเปิดกว้างให้เอกชนสามารถฟ้องร้องรัฐได้ด้วยกระบวนการอนุญาโตตุลาการ (Art 9.17 - 9.29)

Alcohol Labelling and Information

ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
พ.ศ. ๒๕๕๘

- ข้อ ๒ ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้
- (๑) ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคม เป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ
ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม
 - (ก) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
 - (ข) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม
 - (ค) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
 - (ง) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
 - (๒) ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพ ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยทางตรงหรือทางอ้อม

- ข้อ ๓ การกระทำที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ให้ถือว่าเป็นลักษณะตามข้อ ๒ (๒)
- (๑) ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า จะทำให้ประสบความสำเร็จในทางสังคมหรือทางเพศ หรือทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น
 - (๒) ข้อความหรือภาพที่มีนัยกีฬา
 - (๓) ข้อความหรือภาพที่มีดาราดารา ศิลปิน นักร้อง หรือนักแสดง
 - (๔) ข้อความที่ใช้ภาพการ์ตูน เว้นแต่เป็นภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้โดยถูกต้องแล้วก่อนประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ
 - (๕) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคเพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล
 - (๖) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมทางด้านดนตรี กีฬา การประกวด หรือนันทนาการอื่น ๆ



TPP: Concerns!

- TPP: Its purpose is totally about trade
 - Does it concern at least quality of life and well-being of people in its Parties?
- TBT: Technical Barriers to Trade
 - Barriers to Protect our citizens from the harmful use of alcohol as well as other health problems
 - It will influence the whole processes of national policy
 - Alcohol is a Social, Big, Tough problems, in Thailand
 - Development of National Alcohol Policy and relevant regulations and practices takes more than a decade
 - Existing and New alcohol policies in Thailand

Conclusions

- Concerns
 - Potential impacts on increasing alcohol consumption and related harm
 - Cutting down custom duty (pricing measure/best-buy area)
 - **Deterring national regulations and practices to prevent and protect Thai citizens from the harmful use of alcohol**
- Recommendations
 - (Including alcohol in sensitive list)
 - Raising excise taxes
 - Intensive control of alcohol marketing and advertisement as well as harm reduction
 - Launching regulations prior to joining TPPA, e.g., pictorial warning announcement
 - Evidence-based alcohol policy process: Research for policy



Thank you for your attention