

# ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568

## ต่อพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนในจังหวัดตรัง

### The Impact of the 2025 Sugary Beverage Tax Change on Consumption

### Behavior of People in Trang Province

นางชรินทร์ทิพย์ ภควัดเกตุกุล

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568 ต่อพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนในจังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568 รวมถึงวิเคราะห์ผลกระทบของมาตรการดังกล่าวต่อพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนในจังหวัดตรัง การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นประชาชนที่มีภูมิลำเนาหรือพำนักอยู่ในอำเภอรัษฎา ปะเหลียน นาโยง และกันตัง จังหวัดตรัง และเคยบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา โดยใช้ทั้งวิธีสุ่มแบบ Probability Sampling แบบ Stratified Sampling และ Cluster Sampling รวมทั้ง Non-Probability Sampling แบบ Convenience Sampling เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งใช้สถิติไคสแควร์ (Chi – Square) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะด้านความเข้าใจวัตถุประสงค์ของการจัดเก็บภาษี และมีทัศนคติต่อการจัดเก็บภาษีในภาพรวมอยู่ในระดับเชิงบวก โดยทัศนคติด้านสุขภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านพฤติกรรมการบริโภคพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นประจำ และผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า ระดับการรับรู้และระดับทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคในหลายด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนให้เห็นว่า มาตรการภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลมีบทบาทสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนในจังหวัดตรัง และสามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดนโยบายด้านสุขภาพในระดับพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม

**คำสำคัญ:** ภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล, พฤติกรรมการบริโภค, การรับรู้ภาษี, ทัศนคติผู้บริโภค

## ABSTRACT

The research entitled *The Impact of Changes in Sugar-Sweetened Beverage Taxation in 2025 on Consumer Consumption Behavior in Trang Province* aims to examine consumers' levels of awareness and attitudes toward the changes in sugar-sweetened beverage tax rates implemented in 2025, as well as to analyze the effects of such measures on the consumption behavior of the population in Trang Province. This study employs a quantitative research approach. The sample consists of 400 respondents who reside or live in Ratsada, Palian, Nayong, and Kantang districts of Trang Province and who have consumed sugar-sweetened beverages within the past six months. The sampling methods include probability sampling, stratified sampling, cluster sampling, and non-probability sampling using convenience sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. In addition, the Chi-square test was used to examine the relationships between variables.

The findings indicate that consumers have a high level of awareness regarding sugar-sweetened beverage taxation, particularly in terms of understanding the objectives of tax collection. Overall attitudes toward the tax policy are positive, with health-related attitudes showing the highest mean score. Regarding consumption behavior, most consumers regularly consume sugar-sweetened beverages. Hypothesis testing results reveal that levels of awareness and attitudes are significantly associated with various aspects of consumption behavior at the 0.05 level of statistical significance. These findings reflect that sugar-sweetened beverage taxation measures play an important role in influencing changes in consumer consumption behavior in Trang Province and can serve as supportive information for formulating appropriate health policies at the local level.

**Keywords:** sugar-sweetened beverage tax, consumption behavior, tax awareness, consumer attitudes

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประชาชนไทยเผชิญปัญหาโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสาเหตุสำคัญจากพฤติกรรมการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูง โดยเฉพาะเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลซึ่งได้รับความนิยมในทุกช่วงวัย ข้อมูลจากกรมอนามัยระบุว่าคนไทยบริโภคน้ำตาลเกินกว่าที่องค์การอนามัยโลกแนะนำ ส่งผลให้ความเสี่ยงต่อโรคเบาหวาน โรคอ้วน และโรคหัวใจเพิ่มสูงขึ้น

รัฐบาลไทยจึงดำเนินมาตรการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 และมีการปรับอัตราภาษีตามปริมาณน้ำตาลอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2568 มีการปรับอัตราภาษีเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ซึ่งคาดว่าจะส่งผลต่อราคาและพฤติกรรมการบริโภคของประชาชน ทั้งนี้ ประสิทธิภาพของมาตรการดังกล่าวขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคเป็นสำคัญ สำหรับ จังหวัดตรัง พบว่ามีอัตราการป่วยจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังอยู่ในระดับสูงและสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ดังนั้น การศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568 ต่อพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนในจังหวัดตรังจึงมีความสำคัญเพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนนโยบายด้านสุขภาพและการกำหนดมาตรการที่เหมาะสมในระดับพื้นที่

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดตรัง
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568 ต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดตรัง

### สมมติฐานการวิจัยของการวิจัย

1. ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดตรัง
2. ระดับทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดตรัง

### ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาระดับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568 ระดับทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568 และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มของผู้บริโภคในปัจจุบัน

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือประชาชนที่มีภูมิลำเนาหรือพำนักอยู่ในจังหวัดตรัง ตามอำเภอรัฐสภา จำนวน 26,590 คน อำเภอปะเหลียน จำนวน 61,833 คน อำเภอนาโยง จำนวน 40,819 คน และอำเภอกันตัง จำนวน 75,403 คน ที่มีการดื่มเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา

ขอบเขตด้านพื้นที่ เป็นพื้นที่ในจังหวัดตรัง 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอห้วยยอด อำเภอนาโยง อำเภอกันตัง และอำเภอปะเหลียน

ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนของระเบียบวิธีวิจัย ใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2568 ถึงเดือนธันวาคม 2568 รวมเป็นเวลาทั้งหมด 5 เดือน

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค

การรับรู้ภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของผู้บริโภคเป็นกระบวนการทางจิตที่เกิดขึ้นภายหลังจากได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า จากนั้นข้อมูลจะถูกนำไปผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์ ทำความเข้าใจ การเรียนรู้ และการตัดสินใจ จนนำไปสู่การตีความและการตอบสนองต่อมาตรการภาษี ทั้งนี้ผู้บริโภคแต่ละรายอาจมีระดับการรับรู้แตกต่างกัน แม้ได้รับข้อมูลในลักษณะเดียวกัน เนื่องจากความแตกต่างด้านความรู้ ประสบการณ์ ความเชื่อ และกรอบความคิด (อัญชลี ชัยวุฒิ, 2561 อังไฉ กนกกาญจน์ ศรีแก้ว, 2566)

ในบริบทของภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล การรับรู้ครอบคลุมถึงความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายภาษี การรับรู้ข้อมูลอัตราภาษีใหม่ ความเข้าใจวัตถุประสงค์ของมาตรการ รวมถึงการรับรู้ผลกระทบต่อราคาและพฤติกรรมการบริโภคของตนเองและสังคม กระบวนการรับรู้ดังกล่าวได้รับอิทธิพลจากแหล่งข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นช่องทางที่เข้าถึงได้สะดวก รวดเร็ว และมีการโต้ตอบโดยตรง (รัชตะ รัชตะนาวิณ, 2562 อังไฉ เนตทรายศิริสาร, 2564) ส่งผลให้ผู้บริโภคมีระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน และมีอิทธิพลต่อทัศนคติ การตัดสินใจ และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนในจังหวัดตรัง

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค

Schiffman และ Kanuk (2004) (อ้างใน จิตติวิไลยา ไทยมงคลรัตน์, 2563) อธิบายว่าทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ตามแนวคิดไตรภาค (Tripartite View) ได้แก่ องค์ประกอบด้านความคิด ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม โดยองค์ประกอบด้านความคิด (Cognition component) หมายถึง ความรู้ ความเชื่อ และการรับรู้ที่เกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ ซึ่งในบริบทของการวิจัยนี้สะท้อนถึงความเชื่อของผู้บริโภคต่อภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล เช่น ความเชื่อว่าภาษีช่วยส่งเสริมสุขภาพหรือเป็นภาระทางเศรษฐกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Assael (2004) ที่เรียกว่าเป็นความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่ถูกประเมิน (Brand Beliefs)

องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affection component) หมายถึง ปฏิกริยาทางอารมณ์หรือความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบของผู้บริโภคต่อการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ซึ่งสะท้อนผ่านทัศนคติด้านสุขภาพ ด้านเศรษฐกิจครัวเรือน และบทบาทของรัฐ ขณะที่องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Conation component) หมายถึง แนวโน้มความตั้งใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การบริโภค เช่น การลดความถี่ในการดื่ม การเลือกระดับความหวานที่ต่ำลง หรือการเปลี่ยนประเภทเครื่องดื่ม ซึ่ง Assael (2004) เรียกว่าเป็นความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Intention to Act) โดยองค์ประกอบทั้งสามด้านมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันและรวมกันอธิบายบทบาทของทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนในจังหวัดตรัง

## 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler (1999) (อ้างใน นันทน์ลิน เพ็ญพิมพ์, 2566) อธิบายว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจลักษณะการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ โดยสามารถใช้อกรอบคำถาม 6W1H เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์พฤติกรรม ได้แก่ ใครคือผู้บริโภค (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who participates) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้ออย่างไร (How) ซึ่งช่วยให้การวิเคราะห์พฤติกรรมเป็นไปอย่างเป็นระบบ

กรอบแนวคิด 6W1H ดังกล่าวเหมาะสมสำหรับการอธิบายพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในงานวิจัยนี้ โดยสามารถเชื่อมโยงกับตัวแปรด้านพฤติกรรม ได้แก่ ความถี่ในการบริโภค ประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ ปริมาณที่บริโภคต่อครั้ง สถานที่ซื้อ ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจ และเหตุผลในการเลือกบริโภค อันสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของการศึกษา

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นภัสวรรณ (2564) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของการจัดเก็บภาษีความหวานในประเทศไทย พบว่า การปรับขึ้นอัตราภาษีทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับสูตรการผลิต โดยลดปริมาณน้ำตาลลง และผู้บริโภคบางส่วนหันไปเลือกบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลต่ำ หรือสูตรที่มีพลังงานน้อยลง สะท้อนให้เห็นว่าภาษีสามารถเป็นแรงจูงใจในการเปลี่ยนพฤติกรรมการผลิตและการบริโภคได้

พรเพ็ญ ไตรพงษ์ และเพ็ชรรัตน์ ไสยสมบัติ (2565) ได้ศึกษามาตรการทางภาษีเกี่ยวกับการบังคับใช้ภาษีความหวานจากอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพในประเทศไทย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการมีอยู่ของภาษีและเห็นว่ามาตรการนี้สามารถช่วยควบคุมพฤติกรรมการบริโภคที่เกินความเหมาะสม ลดความเสี่ยงต่อโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) เช่น เบาหวานและโรคหัวใจ

สุภาวดี และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคไทยต่อการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวก โดยเห็นว่ามาตรการนี้สามารถช่วยควบคุมพฤติกรรมการบริโภคที่เกินความเหมาะสม ลดความเสี่ยงต่อโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) เช่น เบาหวานและโรคหัวใจ

สุวรรณ วรศุวรรณ (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มน้ำอัดลมในวัยรุ่นไทย พบว่าปัจจัยด้านสังคม เช่น กลุ่มเพื่อนและสื่อโฆษณา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มน้ำอัดลมมากกว่าปัจจัยด้านราคา แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นมีความไวต่อแรงจูงใจทางสังคมและการตลาดมากกว่าการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า

กิริติกา บุษมมงคลและพรพิมล ชูพานิช (2566) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครพนมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม พบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานในระดับสูง โดยส่วนใหญ่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์และเกือบทั้งหมดดื่มวันละ 1 แก้วขึ้นไป เครื่องดื่มยอดนิยม เช่น ชาเขียวเย็น ชาไทยเย็น และมันมะขานี้ มีปริมาณน้ำตาลเฉลี่ย 24.0–57.5 กรัมต่อแก้ว ซึ่งเกินเกณฑ์ที่องค์การอนามัยโลกแนะนำ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ได้แก่ ราคา รสชาติ และความสะดวกในการซื้อ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องผลกระทบของการบริโภคน้ำตาลอยู่ในระดับไม่ดี

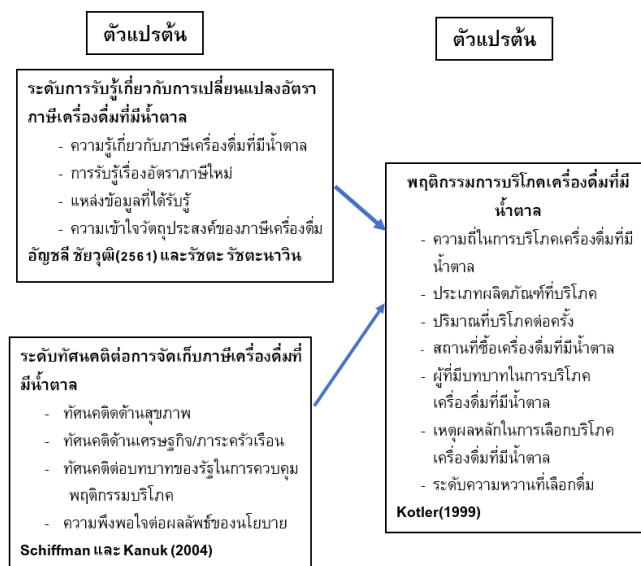
ไพลิน เสียงสนั่น (2562) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการชื้อน้ำอัดลมหลังมีการเก็บภาษีน้ำตาล ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความเต็มใจจ่ายสูงสุด (WTP) ในการชื้อน้ำอัดลมขนาด 325 มล. = 17.05 บาท/กระป๋อง โดยมีปัจจัยบวกคือ ความถี่การซื้อ และราคาที่เหมาะสม ส่วนปัจจัยด้านลบ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษามัธยมต้น และการซื้อเมื่อมีการลดราคา ขณะที่น้ำอัดลมขนาด 500 มล. = 19.29 บาท/ขวด ปัจจัยที่มีผลบวกต่อความเต็มใจจ่าย ได้แก่ เพศ และ การซื้อเมื่อรับประทานอาหารที่ร้านตามสั่งหรือร้านส้มตำ

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับ ระดับการรับรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล และระดับทัศนคติต่อการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนในจังหวัดตรัง เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

### 2. กรอบแนวคิด



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

### 3. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้กำหนดประชากรเป็นประชาชนที่มีภูมิลำเนาหรือพำนักอยู่ในจังหวัดตรัง และเคยบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ครอบคลุมพื้นที่ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอรัษฎา อำเภอปะเหลียน อำเภอนาโยง และอำเภอกันตัง รวมประชากรทั้งสิ้น 204,645 คน (ข้อมูล ณ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2568 จากระบบสถิติทางการทะเบียนกรมการปกครอง) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 384 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้ทั้งวิธีการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น ได้แก่ การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) และการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) ร่วมกับการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นโดยวิธีสะดวก (Convenience Sampling) โดยจัดสรรกลุ่มตัวอย่างตาม

สัดส่วนประชากรในแต่ละอำเภอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลต่อพฤติกรรมบริโภคของประชาชนในจังหวัดตรัง

#### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามได้รับการออกแบบโดยอ้างอิงจากกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ครอบคลุมตัวแปรด้านการรับรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ (1) คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ระดับการรับรู้การเปลี่ยนแปลงอัตราภาษี (3) ระดับทัศนคติต่อการจัดเก็บภาษี (4) พฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล และ (5) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยข้อคำถามด้านการรับรู้และทัศนคติใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ รวมจำนวน 24 ข้อ และกำหนดเกณฑ์การแปลผลตามหลักอันตรภาคชั้น

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) ได้ค่าเท่ากับ 0.92 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 คน เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือด้วยค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา ผลการวิเคราะห์พบว่า แบบสอบถามด้านการรับรู้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.961 และด้านทัศนคติมีค่าเท่ากับ 0.940 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

#### 5. การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้อย่างสะดวกและครอบคลุมพื้นที่ศึกษา โดยผู้วิจัยจัดทำลิงก์แบบสอบถามและเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line และ Facebook รวมถึงการส่งต่อไปยังบุคคลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย ในระยะแรกได้เก็บข้อมูลจำนวน 40 ชุดเพื่อทดสอบความเหมาะสมของแบบสอบถาม จากนั้นจึงดำเนินการเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พร้อมตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยตรวจสอบความถูกต้อง ลงรหัส และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยสถิติเชิงพรรณนาใช้เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและแนวโน้มข้อมูล นำเสนอข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมบริโภคด้วยค่าความถี่และร้อยละ ส่วนข้อมูลด้านการรับรู้และทัศนคติซึ่งอยู่ในระดับอันตรภาคชั้นนำเสนอด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน สำหรับสถิติเชิงอนุมานใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้และระดับทัศนคติต่อการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลกับพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนในจังหวัดตรัง โดยปรับระดับตัวแปรให้อยู่ในรูปแบบนามบัญญัติหรือเรียงอันดับให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

## ผลการวิจัย

### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 263 คน สะท้อนบทบาทของเพศหญิงในการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าและความใส่ใจด้านสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schiffman และ Kanuk เมื่อพิจารณาด้านอายุ พบว่าส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 148 คน และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 215 คน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเยาวชนและวัยเรียน ซึ่งมีแนวโน้มบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูงตามวิถีชีวิตและอิทธิพลทางการตลาด นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 162 คน สะท้อนความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงราคา และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler ที่ชี้ว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคและการตอบสนองต่อนโยบายด้านราคาและภาษี

### 2. ข้อมูลระดับการรับรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.72$ ,  $SD = 1.04$ ) สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนมีความตระหนักและความเข้าใจต่อมาตรการภาษีดังกล่าวในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความเข้าใจวัตถุประสงค์ของภาษีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{x} = 3.77$ ) โดยเฉพาะความเข้าใจว่า รายได้จากการจัดเก็บภาษีส่วนหนึ่งจะถูกนำไปใช้ในการพัฒนาระบบสาธารณสุขหรือสุขภาพ ( $\bar{x} = 3.83$ ) รองลงมาเป็นด้านความรู้เกี่ยวกับภาษีและด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ( $\bar{x} = 3.74$ ) โดยประเด็นที่ได้รับการรับรู้สูง ได้แก่ ความสามารถในการแยกแยะประเภทเครื่องดื่มที่อยู่ในขอบเขตของการจัดเก็บภาษี ( $\bar{x} = 3.78$ ) และข้อมูลที่ได้รับช่วยให้ตระหนักถึงผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลต่อสุขภาพ ( $\bar{x} = 3.76$ ) ขณะที่ด้านการรับรู้เกี่ยวกับอัตราภาษีใหม่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ( $\bar{x} = 3.62$ ) แม้อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะประเด็นการสื่อสารข้อมูลการเปลี่ยนแปลงภาษีใหม่ให้กับประชาชนอย่างทั่วถึง ( $\bar{x} = 3.63$ ) ซึ่งโดยสรุปผลการวิเคราะห์สะท้อนว่าผู้บริโภคในจังหวัดตรังมีการรับรู้ในทุกมิติของการเปลี่ยนแปลงภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในระดับสูงและอยู่ในทิศทางที่เอื้อต่อการทำความเข้าใจนโยบายด้านภาษีเพื่อสุขภาพโดยรวม

### 3. ข้อมูลระดับทัศนคติต่อการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับทัศนคติต่อการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.79$ ,  $SD = 1.03$ ) สะท้อนถึงการยอมรับและการสนับสนุนนโยบายดังกล่าวในเชิงบวก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านสุขภาพมีค่าเฉลี่ยสูง โดยผู้ตอบแบบสอบถามตระหนักว่าการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปริมาณมากเป็นสาเหตุของปัญหาสุขภาพ ( $\bar{x} = 3.93$ ) ขณะที่ด้านเศรษฐกิจและการระดมเงิน แม้จะรับรู้ถึงผลกระทบด้านค่าใช้จ่าย แต่ยังมีทัศนคติเชิงบวก โดยเห็นว่าภาษีช่วยให้ผู้บริโภคริโภคพิจารณาการใช้จ่ายเกี่ยวกับเครื่องดื่มรสหวานมากขึ้น ( $\bar{x} = 3.78$ ) ในด้านบทบาทของรัฐในการควบคุมพฤติกรรมการบริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนับสนุนให้รัฐดำเนินมาตรการเชิงรุกควบคู่กับการให้ความรู้แก่ประชาชน ( $\bar{x} = 3.83$ ) และในด้านความพึงพอใจต่อผลลัพธ์ของนโยบาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่านโยบายการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลส่งผลดีในระยะยาวต่อสุขภาพประชาชน ระบบสาธารณสุข และพฤติกรรมการบริโภค ( $\bar{x} = 3.81$ ) โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าประชาชนมีทัศนคติเชิงบวกต่อการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในทุกมิติที่ศึกษา และมองว่านโยบายดังกล่าวมีศักยภาพในการส่งเสริมสุขภาพของประชาชนอย่างยั่งยืน

### 4. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นประจำทุกวัน จำนวน 143 คน สะท้อนว่าพฤติกรรมการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลยังไม่แพร่หลายในประชาชนส่วนใหญ่ ประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือชาเขียวและนม จำนวน 172 คน ในด้านปริมาณที่บริโภคต่อครั้ง พบว่าส่วนใหญ่ดื่มในปริมาณ 101–200 ซีซี จำนวน 226 คน สำหรับสถานที่ซื้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักซื้อจากร้านสะดวกซื้อ จำนวน 213 คน ในด้านผู้ที่มีบทบาทต่อการบริโภค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 158 คน สำหรับเหตุผลหลักในการเลือกบริโภค พบว่ารสชาติอร่อยเป็นเหตุผลสำคัญที่สุด จำนวน 258 และในด้านระดับความหวาน พบว่าส่วนใหญ่นิยมดื่มหวานปานกลาง จำนวน 191 คน โดยภาพรวมสะท้อนว่าผู้บริโภคยังคงมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในระดับค่อนข้างสูง ทั้งด้านความถี่ ประเภท ปริมาณ และระดับความหวาน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพในระยะยาวและเป็นประเด็นสำคัญในการกำหนดมาตรการเชิงนโยบายต่อไป

### 5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ระดับการรับรู้และระดับทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) ในบางมิติ โดย

สมมติฐานที่ 1 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการบริโภคเชิงคุณภาพ ได้แก่ ปริมาณการบริโภคต่อครั้ง ระดับความหวานที่เลือกดื่ม เหตุผลในการเลือกบริโภค สถานที่ซื้อ และผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจบริโภคในบางด้าน ( $p < 0.05$ ) ขณะที่ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความถี่ในการบริโภคและประเภทผลิตภัณฑ์ที่บริโภค ( $p > 0.05$ )

ส่วนสมมติฐานที่ 2 พบว่าระดับทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการบริโภคในหลายมิติ ได้แก่ ความถี่ในการบริโภค ประเภทผลิตภัณฑ์ ปริมาณการบริโภคต่อครั้ง ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจ เหตุผลในการเลือกบริโภค และระดับความหวานที่เลือกดื่ม ( $p < 0.05$ ) โดยเฉพาะระดับความหวานซึ่งพบว่ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่สถานที่ซื้อไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p > 0.05$ )

## อภิปรายผล

### 1. อภิปรายผลระดับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568 กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มของประชาชนในจังหวัดตรัง

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square test) พบว่า ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี พ.ศ. 2568 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคในบางมิติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปริมาณการบริโภคต่อครั้ง ระดับความหวานที่เลือกดื่ม เหตุผลในการเลือกบริโภค สถานที่ซื้อ และผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจบริโภค ขณะที่ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความถี่ในการบริโภคและประเภทผลิตภัณฑ์ที่บริโภค ( $p > 0.05$ ) สะท้อนให้เห็นว่าการรับรู้ด้านภาษียังไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเชิงโครงสร้างได้อย่างชัดเจน แต่มีบทบาทในการปรับพฤติกรรมเพื่อลดความเสี่ยงบางส่วน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ไพลิน เสียงสนั่น ที่พบว่าผู้บริโภคยังคงเลือกบริโภคเครื่องดื่มประเภทเดิม หากระดับราคายังอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ แม้มีการจัดเก็บภาษีความหวานแล้วก็ตาม

### 2 ระดับทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี 2568 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มของประชาชนในจังหวัดตรัง

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square test) พบว่า ระดับทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปี พ.ศ. 2568 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในหลายมิติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความถี่ในการบริโภค ประเภทผลิตภัณฑ์ที่เลือกบริโภค ปริมาณการบริโภคต่อครั้ง ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจ เหตุผลในการเลือกบริโภค และระดับความหวานที่เลือกดื่ม ขณะที่ไม่

พบความสัมพันธ์กับสถานที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ( $p > 0.05$ ) ผลดังกล่าวสะท้อนว่าทัศนคติของผู้บริโภค โดยเฉพาะด้านสุขภาพ บทบาทของรัฐ และความพึงพอใจต่อผลลัพธ์ของนโยบาย เป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคได้มากกว่าการรับรู้เชิงข้อมูลเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานของ นักสุวรรณ และ สุวรรณ วงศ์สุวรรณ ที่ชี้ว่าทัศนคติเชิงบวกต่อสุขภาพและการยอมรับนโยบายรัฐมีส่วนช่วยเสริมให้มาตรการภาษีส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

หน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะ กรมสรรพสามิต ควรนำผลการวิจัยไปใช้ประกอบการกำหนดและปรับอัตราภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคจริงของประชาชน โดยคำนึงถึงระดับการรับรู้ ทัศนคติ ปริมาณ และความถี่ในการบริโภค เพื่อให้มาตรการภาษีสามารถจูงใจให้ลดการบริโภคได้อย่างเหมาะสมและไม่สร้างภาระเกินควรต่อกลุ่มรายได้ต่ำ ควบคู่กับการสื่อสารเชิงนโยบายอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของภาษีและผลกระทบของการบริโภคน้ำตาลต่อสุขภาพ ขณะเดียวกัน หน่วยงานด้านสาธารณสุขในจังหวัดควรใช้ผลการวิจัยในการออกแบบมาตรการลดการบริโภคเครื่องดื่มหวานในระดับชุมชนและสถานศึกษา ส่วนผู้ประกอบการควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับสูตรผลิตภัณฑ์หรือพัฒนาเครื่องดื่มทางเลือกให้สอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค นอกจากนี้ สถาบันการศึกษาและนักวิจัยสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นฐานข้อมูลในการศึกษาต่อยอดด้านนโยบายภาษีเพื่อสุขภาพ ขณะที่ประชาชนทั่วไปสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นข้อมูลในการตระหนักถึงผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูงและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เหมาะสมต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากข้อจำกัดของการวิจัยครั้งนี้ซึ่งศึกษาเฉพาะประชาชนในจังหวัดตรัง และใช้ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามเป็นหลัก งานวิจัยในอนาคตควรพัฒนาการศึกษาให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยควรสังเคราะห์ตัวแปรย่อยและพัฒนาตัวแปรแฝงด้านการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกรรมการบริโภค เพื่อสะท้อนโครงสร้างเชิงแนวคิดของผลกระทบจากนโยบายภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ควรขยายพื้นที่ศึกษาไปยังจังหวัดอื่นหรือระดับภูมิภาค ควบคู่กับการเพิ่มการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อทำความเข้าใจแรงจูงใจและทัศนคติของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น รวมถึงการศึกษาติดตามผลในระยะยาวและการเปรียบเทียบผลกระทบของภาษีต่อเครื่องดื่มแต่ละประเภท ตลอดจนควรเพิ่มตัวแปรด้านจิตวิทยาผู้บริโภคและประยุกต์ใช้

เทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติขั้นสูง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของผลกระทบจากนโยบายภาษีได้อย่างชัดเจนและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- กนกกาญจน์ ศรีแก้ว. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การให้บริการเสริมด้านระบบไฟฟ้าของการไฟฟ้า ส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จังหวัดอุบลราชธานี. ค้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2568, จาก [https://www.ubs.ubu.ac.th/thesis\\_detail.aspx?att\\_id=144](https://www.ubs.ubu.ac.th/thesis_detail.aspx?att_id=144).
- กรมอนามัย. (2562). รายงานสถานการณ์การบริโภคน้ำตาลของประชาชนไทย. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงสาธารณสุข.
- กิริติกา บุษมมงคลและพรพิมล ชูพานิช. (2566). พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครพนม ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครพนม. วารสารวิจัยสาธารณสุขศาสตร์, 17 (2), 98.
- จิตติวัลยา ไทยมงคลรัตน์. (2563). ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจกับการตัดสินใจซื้อสินค้าในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ในช่วงการระบาดของไวรัส Covid-19. ค้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2568, จาก <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=8409&context=chulaetd>.
- นันทน์ลิน เพ็ญพิมพ์. (2566). การศึกษาส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี. ค้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2568, จาก <https://www.ubs.ubu.ac.th/>
- เนตทราย ศิริสาร. (2564). อิทธิพลของสิ่งเร้าภายในและสิ่งเร้าภายนอกที่ส่งผลต่อส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดสำหรับสินค้าตามกระแสนิยมของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย. ค้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2568, จาก [https://www.esanpedia.oar.ubu.ac.th/e-research/sites/default/files/Netsai\\_Sirisan.pdf](https://www.esanpedia.oar.ubu.ac.th/e-research/sites/default/files/Netsai_Sirisan.pdf).
- พรเพ็ญ ไตรพงษ์ และเพ็ชรรัตน์ ไสยสมบัติ. (2565). การจัดเก็บภาษีความหวานจากอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพในประเทศไทย. ค้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2568, จาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CMUJLSS/article/view/279280/180373>
- ไพลิน เสียงสนั่น. (2562). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อน้ำตาลหลังมีการเก็บภาษีน้ำตาล ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2568, จาก [https://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:175280#](https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:175280#).
- สุวรรณ วงศ์สุวรรณ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มน้ำตาลของวัยรุ่นไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ