

โครงการ

การสำรวจติดตามพฤติกรรม

การบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวาน

และเครื่องดื่มที่ได้ฉลากทางเลือกสุขภาพ

เพื่อใช้ขับเคลื่อนนโยบายส่งเสริมอาหารเพื่อสุขภาพ: ปี 2566



# สารบัญ

|   |                                           |         |
|---|-------------------------------------------|---------|
| → | พฤติกรรมการณ์ดืมของคนไทย                  | หน้า 1  |
| → | ฉลากทางเลือกสูงภาพ                        | หน้า 4  |
| → | การรับรู้มาตรการภาษีเครื่องดืมที่มีรสหวาน | หน้า 9  |
| → | ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อเครื่องดืม       | หน้า 13 |
| → | ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย                      | หน้า 16 |



## พื้นที่ศึกษา

- ภาคกลาง
  - จังหวัด นครปฐม และปราจีนบุรี
- ภาคเหนือ
  - จังหวัด ลำปาง และนครสวรรค์
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
  - จังหวัด อุตรดิตถ์ และสุรินทร์
- ภาคใต้
  - จังหวัด สงขลา และพัทลุง
- กรุงเทพมหานคร

# วิธีการศึกษา

## สถาบันวิจัยประชากรและสังคม

### มหาวิทยาลัยมหิดล

ทำการสำรวจสถานการณ์การติดตามพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานและเครื่องดื่มที่ได้ดื่มน้ำตาลสูง เพื่อใช้ขับเคลื่อนนโยบายส่งเสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ปี 2566 โดยครอบคลุมข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานและเครื่องดื่มที่ได้ดื่มน้ำตาลสูง การรับรู้ของคนไทยต่อการออกมาตรการเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีรสหวาน ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคน้ำตาล และดื่มน้ำตาลสูง ใช้วิธีการศึกษาวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และคุณภาพ

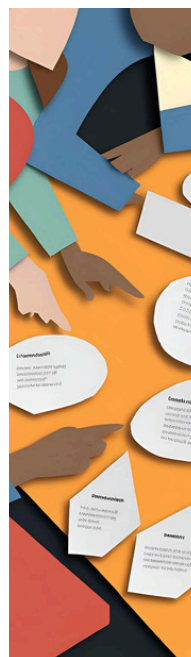
### การวิจัยเชิงปริมาณ

จำนวน **7,282** คน

ร้อยละ 43.5

ร้อยละ 56.5

### การวิจัยเชิงคุณภาพ



การสนทนากลุ่ม ใช้พื้นที่เดียวกับ  
การสำรวจเชิงปริมาณในทุกภูมิภาค  
โดยเลือกพื้นที่ละ 1 จังหวัด

แบ่งเป็น 5 กลุ่มอายุ

- อายุ 10-14 ปี
- อายุ 15-29 ปี
- อายุ 30-44 ปี
- อายุ 45-59 ปี
- อายุ 60 ปีขึ้นไป

และแบ่งตามเขตที่อยู่อาศัย

- ในเขตเทศบาล
- นอกเขตเทศบาล

กลุ่มละ 7-8 คน

# พฤติกรรมการดื่มของคนไทย

วัยแรงงานตอนต้น  
กินหวานแรง  
แซงโค้งวัยอื่น



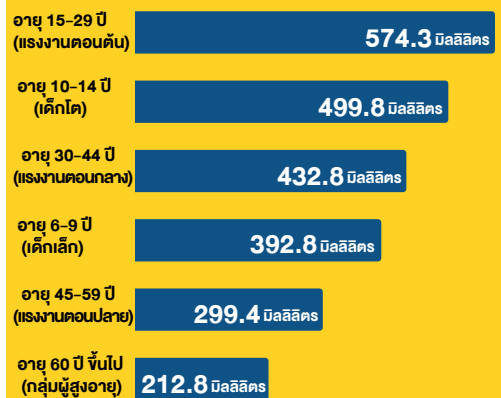
คนไทย  
มีการดื่มเครื่องดื่ม  
ที่มีน้ำตาลทุกประเภท  
เฉลี่ยต่อวันเท่ากับ  
**346.0 มิลลิตร**

เพศชายดื่มมากกว่า  
เพศหญิง  
(ชาย 398.8 มิลลิตร  
หญิง 303.5 มิลลิตร)

กลุ่มวัยแรงงาน  
ตอนต้น  
มีการดื่มมากที่สุด

คนที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล  
ดื่มเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล มากกว่า  
คนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล  
(362.4 มิลลิตร และ  
331.6 มิลลิตร ตามลำดับ)

ผู้ที่อาศัยอยู่ภาคกลาง  
มีการดื่มเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลทุกประเภทต่อวัน มากกว่าภาคอื่นๆ  
(474.3 มิลลิตร)  
รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกรุงเทพมหานคร  
(373.0 มิลลิตร และ 334.5 มิลลิตร ตามลำดับ)



กลุ่มผู้มีรายได้  
30,000 บาท ขึ้นไป **444.3 มิลลิตร**

กลุ่มผู้มีรายได้  
10,000 - 29,999 บาท **423.5 มิลลิตร**

กลุ่มผู้มีรายได้  
น้อยกว่า 10,000 บาท **277.8 มิลลิตร**

กลุ่มผู้ที่ไม่มียาได้ **285.2 มิลลิตร**

ประเภทเครื่องดื่มที่มีรสหวานที่ประชากรไทย  
ดื่มมากที่สุด 3 อันดับแรก



“น้ำอัดลม” เป็นเครื่องดื่มที่ ประชากรไทยทุกกลุ่มอายุดื่มมากที่สุด

ความถี่ของการดื่ม เครื่องดื่มที่มีน้ำตาล เฉลี่ย 8 ครั้งต่อสัปดาห์

ถึงแม้ว่าการดื่มเครื่องดื่มที่มีรสหวาน  
จะมีแนวโน้มลดลงจากปี 2564 (578.9 มิลลิลิตร)

**แต่วัยแรงงานตอนต้น ยังเป็นกลุ่มอายุที่มีการดื่มมากที่สุด และมีความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มที่มีรสหวาน โดยเฉลี่ยประมาณ 1.5 ครั้งต่อวัน**



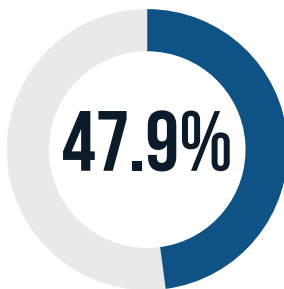


# ฉลากทางเลือกสุขภาพ

เป็นสัญลักษณ์โภชนาการอย่างง่าย เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างรวดเร็ว และไม่ได้เป็นเครื่องหมายบังคับ เป็นเพียงความสมัครใจของผู้ผลิตสินค้า โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับฉลากฯ นี้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปรับสูตรเดิม โดยมีการลดปริมาณน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมลง ให้ได้ตามเกณฑ์ที่ฉลากฯ กำหนด (แต่ยังไม่ถึงเกณฑ์มาตรฐานที่กรมอนามัยกำหนดไว้) เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ฉลากนี้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น



“ คนไทย  
จำนวนมาก  
ยังไม่รู้จัก  
ฉลากทางเลือกสุขภาพ ”

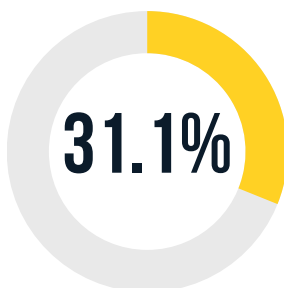


ร้อยละ 47.9

ไม่เคยเห็นฉลากทางเลือกสุขภาพมาก่อน

“เราก็คงไม่รู้หรอก เหมือนเจ้าหน้าที่ต้องแนะนำว่าถ้าเห็นฉลากนี้ มันจะดีอะไร ความหมายของฉลากนี้มันคืออะไร ต่อไปคนซื้อจะได้เลือกได้”

กลุ่มผู้สูงอายุ นอกเขตเทศบาล จ.นครสวรรค์



ร้อยละ 31.1

กลุ่มอายุ 45-59 ปี เคยเห็นฉลากทางเลือกสุขภาพมากที่สุด

“ที่โทรทัศน์จะออกบ่อย ออกสัญลักษณ์ตัวนี้บ่อย ไขมัน น้ำตาล เค็มอะไรแบบนี้เราก็จะเคยเห็น แต่เราก็ไม่ได้สนใจ เราก็ดูผ่าน ๆ แค่นี้ เพราะว่าเราจะเอาดารามาเป็นพรีเซ็นเตอร์ เพื่อรณรงค์ลดหวาน ลดเค็ม”

กลุ่มอายุ 45-59 ปี นอกเขตเทศบาล จ.นครปฐม

# ความเข้าใจผิดต่อตลาดทางเลือกสุขภาพ



ร้อยละ 90.8

ไม่ทราบความหมายของตลาดทางเลือกสุขภาพ



ร้อยละ 3.7

ความเข้าใจ ว่าผลิตภัณฑ์ที่มีตลาดทางเลือกสุขภาพกินแล้วดีต่อสุขภาพตนเอง



“เหมือนกันว่ามันผ่านแล้ว ก็สามารถกินได้ ไม่อ้วน”



กลุ่ม 15-29 ปี

นอกเขตเทศบาล จ.อุดรธานี



“มองว่าเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ  
หรือว่าดีต่อสุขภาพในการบริโภค”



กลุ่มอายุ 45-59 ปี

กรุงเทพมหานคร



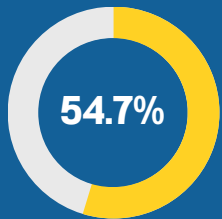
“มันก็ดีครับ เพราะตอนนี้มีโรคอ้วนโรคอะไร  
ถ้ากินแล้วก็อาจจะทำให้ไม่อ้วนได้ เป็นสุขภาพของเรา”



กลุ่มผู้สูงอายุ

นอกเขตเทศบาล จ.นครปฐม

# การใช้ฉลากทางเลือกสุขภาพ



“มากกว่าครึ่ง”

ไม่ใช้ฉลากในการตัดสินใจ  
เลือกซื้อเครื่องดื่ม



“ฉลากไม่มีผล...คือ แล้วแต่ว่าหนูจะกินอะไร หนูไม่ได้สนใจ  
หนูจะสนใจแต่ความอร่อย”

กลุ่มอายุ 10-14 ปี ในเขตเทศบาล จ.อุดรธานี



“คิดว่าไม่มีผล เพราะว่าอย่างอันนี้ฉลากนี้ที่แปะ เราเห็นว่ามัน  
แค่แปะเฉยๆ มันอาจจะดีขึ้นกว่าปกติ แต่มันไม่ได้ หมายความว่า  
มันดี...สำหรับหนูคิดว่า อ่านฉลากโภชนาการไปเลยดีกว่า อัน  
นี้มันไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจ”

กลุ่ม 15-29 ปี กรุงเทพมหานคร



# ความแตกต่างของการบริโภค เครื่องดื่มที่ได้ฉลากทางเลือกสุขภาพ



**ชาวไทย**  
เลือกดื่มเครื่องดื่ม  
ที่ได้รับฉลากทางเลือกสุขภาพมากกว่าเพศหญิง

คนไทยมีปริมาณ  
การดื่มเครื่องดื่มที่ได้รับ  
ฉลากทางเลือกสุขภาพ  
เฉลี่ยต่อวัน เท่ากับ  
**123.3** มิลลิลิตร

เพศชายดื่มเฉลี่ย  
มากกว่าเพศหญิง  
(130.7 มิลลิลิตร และ  
119.1 มิลลิลิตร)

อายุ 15-29 ปี  
(แรงงานตอนต้น)

**150.6** มิลลิลิตร

อายุ 10-14 ปี  
(เด็กโต)

**147.3** มิลลิลิตร

อายุ 30-44 ปี  
(แรงงานตอนกลาง)

**132.8** มิลลิลิตร

อายุ 6-9 ปี  
(เด็กเล็ก)

**131.1** มิลลิลิตร

อายุ 45-59 ปี  
(แรงงานตอนปลาย)

**113.9** มิลลิลิตร

อายุ 60 ปี ขึ้นไป  
(กลุ่มผู้สูงอายุ)

**12.4** มิลลิลิตร

ผู้ที่อาศัยอยู่ใน  
กรุงเทพมหานคร  
มีปริมาณการดื่มเฉลี่ย  
ต่อวันมากกว่าภาคอื่นๆ  
(173.7 มิลลิลิตร)  
รองลงมา คือ ภาคกลาง  
และภาคใต้  
(132.9 มิลลิลิตร และ  
109.6 มิลลิลิตร  
ตามลำดับ)

ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล  
มีปริมาณการดื่มเฉลี่ยต่อวันมากกว่า  
ผู้ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล  
(133.2 มิลลิลิตร และ 111.7 มิลลิลิตร)

กลุ่มผู้มีรายได้ 10,000 – 29,999 บาท  
มีปริมาณของการดื่มเฉลี่ยต่อวัน  
มากกว่ากลุ่มรายได้อื่นๆ (152.4 มิลลิลิตร)

เครื่องดื่มที่ได้รับฉลากทางเลือกสุขภาพยอดเยี่ยม 3 อันดับ



1. ชาเขียวไม่เติมน้ำตาล



2. น้ำอัดลม



3. เครื่องดื่มธัญพืช

## เครื่องดื่มที่แต่ละกลุ่มวัยเลือกดื่มมากที่สุด



อายุ 6-9 ปี



เครื่องดื่มธัญพืช



อายุ 10-14 ปี



ชาเขียว



อายุ 15-29 ปี



น้ำอัดลม



อายุ 30-44 ปี



น้ำอัดลม



อายุ 45-59 ปี



เครื่องดื่มธัญพืช



อายุ 60 ปีขึ้นไป



เครื่องดื่มธัญพืช



**คนไทยจำนวนมากยังไม่รู้จักฉลากทางเลือกสุขภาพ**  
หรือเข้าใจความหมายของฉลากได้อย่างถูกต้อง  
ความหมายของฉลากนั้น ช่วยให้คนได้เลือกผลิตภัณฑ์ที่ดี  
ต่อสุขภาพมากกว่า แต่ไม่ได้เป็นหมายถึงบริโภคแล้วดีต่อสุขภาพ

# การรับรู้มาตรการภาษีเครื่องดื่มที่มีรสหวาน

## ภาครัฐควรเร่งให้ข้อมูลประชาชน



ประชาชนมากกว่าร้อยละ 85

มองว่าการให้ข้อมูล

เรื่องการจัดเก็บภาษีในเครื่องดื่มที่เติมน้ำตาลกับประชาชนไม่เพียงพอ

“ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการภาษีไม่ทั่วถึงหรือ เพราะไม่มีใครมาให้ความรู้กับพวกเรา

ไม่มีหน่วยงานไหนให้ความรู้เรื่องภาษี ไม่มีเลย”

กลุ่มอายุ 30-44 ปี นอกเขตเทศบาล จ.นครปฐม

## เพิ่มภาษี... ราคาขึ้น ช่วยลดการบริโภค

ราคาเครื่องดื่มส่งผลต่อวัยแรงงานมากที่สุด

เกือบร้อยละ 60.0 เห็นว่าราคาเครื่องดื่มมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องดื่ม

โดยกลุ่มอายุ 45 - 59 ปี (วัยแรงงานตอนปลาย) มีผลมากที่สุด(45-59 ปี) ร้อยละ 37.0



“ผมคิดว่าน่าจะช่วยได้ พอราคามันเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคก็อาจจะซื้อน้อยลง ลดจำนวนการซื้อน้อยลงสำหรับประชาชน แล้วก็จะสุขภาพดีขึ้น ถ้าไม่ได้กินหวาน ก็คิดว่ามีส่วนช่วย”

กลุ่มอายุ 45-59 ปี กรุงเทพมหานคร



“ก็ยังพอซื้อ พอซื้อได้อยู่นะ ซื้อได้ แต่ไม่บ่อย เพราะเราสามารถที่จะมีกำลังพอที่จะซื้ออยู่ แต่ความที่ที่เราซื้อ มันอาจจะลดลง”

กลุ่ม 45-59 ปี ในเขตเทศบาล จ.อุดรธานี



“”มีส่วนช่วยเยอะเลยพวกราคา ส่วนอะไรแบบนี้มันมีส่วนเยอะเลย ก็อาจจะทำให้ซื้อน้อยลง”

กลุ่มอายุ 45-59 ปี ในเขตเทศบาล จ.สงขลา

# ผู้สูงอายุเห็นต่าง มองว่าราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ราคาของรถดัด  
ไม่มีผล ต่อการตัดสินใจ  
ในการเลือกซื้อรถดัดมากที่สุด  
ร้อยละ 39.3



“มันก็คงจะมาลดการกินไม่ได้หรอก เพราะคนมันกินติด  
แล้ว มันต้องกินทุกวันแบบนี้ ผมก็กินทุกวัน ติดไปแล้ว ”

กลุ่มผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานคร



“ก็ไม่รู้สิ ก็ต้องกิน เนาชอบเเนา ก็กิน”

กลุ่มผู้สูงอายุ นอกเขตเทศบาล จ.นครสวรรค์

# พฤติกรรมการบริโภคเมื่อมีการปรับ สูตรเครื่องดื่มที่บริโภคประจำ



## การตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องดื่ม

ถ้า ผู้ผลิตเครื่องดื่มเปลี่ยนมาใส่สารทดแทนความหวาน (เช่น หญ้าหวาน น้ำตาลเทียม แอสปาแตม)  
พบว่า มากกว่า 1 ใน 3 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ ร้อยละ 39.8

เมื่อผู้ผลิตมีการปรับสูตรเครื่องดื่ม เช่น ความหวานลดลง

พบว่า เกินกว่าครึ่งยังคงดื่มน้ำหวานเดิม โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ 58.7)





คนไทยยังไม่รู้ถึงมาตรการ  
ทางภาษีเครื่องดื่มที่มีรสหวาน

ราคาเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้น  
อาจมีส่วนช่วยให้คนไทย  
บริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานน้อยลง

# ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อเครื่องดื่ม

คนไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย  
และราคาที่ยอมจ่ายสูงสุดสำหรับ  
เครื่องดื่มประเภทชา/กาแฟ ชงสด (เย็น)  
มากที่สุด



ค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มเฉลี่ยต่อวัน

**19** บาท

ราคาเฉลี่ยที่ยอมจ่ายสูงสุด

**31** บาท

ประเภทเครื่องดื่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ซื้อ

**1** เครื่องดื่มประเภทชา/กาแฟ ชงสด (เย็น)

**27** บาท

**2** เครื่องดื่มที่มีการเติมสารอาหาร **20** บาท

**3** น้ำอัดลม **20** บาท

ประเภทเครื่องดื่มที่มีราคาเฉลี่ยที่ยอมจ่ายสูงสุด

**1** ชา/กาแฟ ชงสด (เย็น)

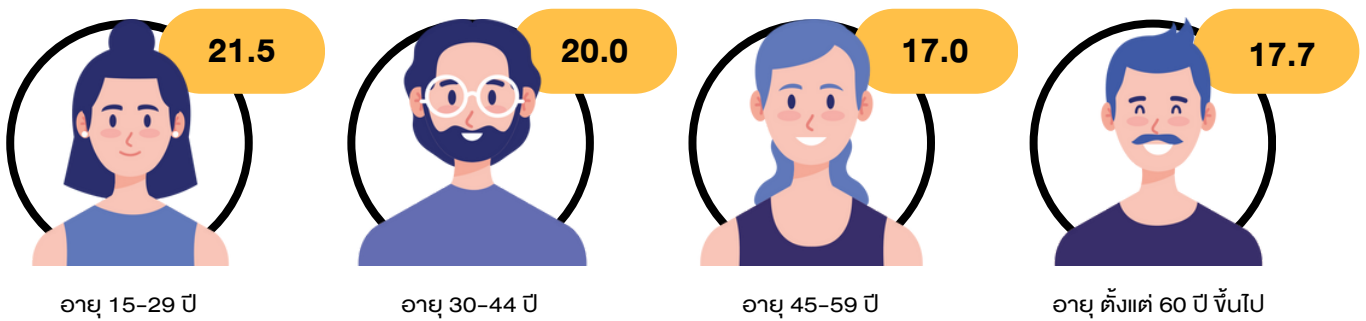
**43** บาท

**2** น้ำอัดลม **30** บาท

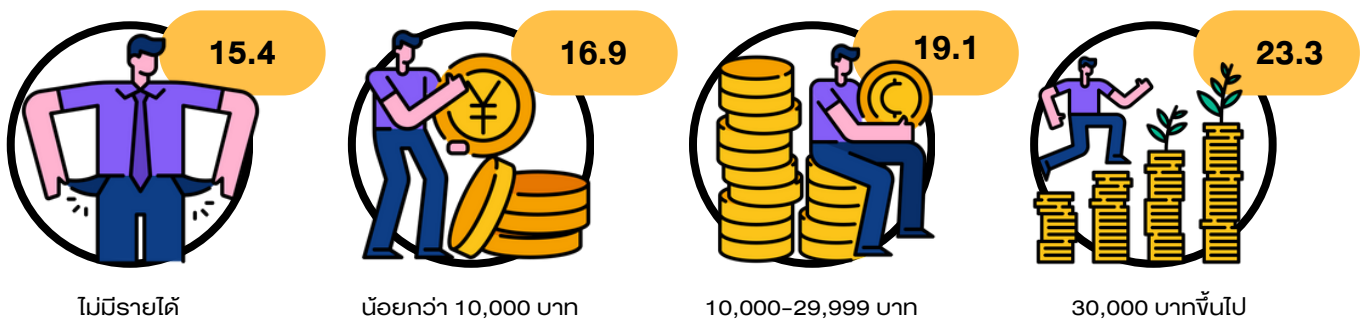
**3** ชาเขียวบรรจุขวด **29** บาท

## ค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มที่ดื่มประจำเฉลี่ยต่อวัน (บาท) จำแนกตามกลุ่มอายุ

กลุ่มอายุ 15-29 ปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันสูงที่สุด



## ค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มที่ดื่มประจำเฉลี่ยต่อวัน (บาท) จำแนกตามรายได้



กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากยิ่งมีค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มเฉลี่ยต่อวันมากขึ้นตามไปด้วย

เครื่องดื่มที่มีค่าใช้จ่ายและราคาที่ยอมจ่ายสูงที่สุด

# เครื่องดื่มชงสด

ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่นิยมมากที่สุดในปัจจุบัน



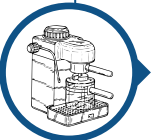
# ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย



ควรมีการจัดสภาพแวดล้อมทางอาหาร โดยเพิ่มพื้นที่ชั้นจัดวางเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงได้มากขึ้น และจัดวางสินค้าให้อยู่ในระดับสายตาให้เกิดการมองเห็นได้ง่ายขึ้น



ดำเนินมาตรการทางภาษีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ภาคอุตสาหกรรมเกิดการปรับตัว ในการผลิตสินค้าที่มีน้ำตาลลดลง และดีต่อสุขภาพยิ่งขึ้น



ผลักดันนโยบาย “หวานน้อยสั่งได้” ให้มีการดำเนินการในระดับพื้นที่อย่างเข้มแข็ง และต่อเนื่อง ภายใต้ความร่วมมือกับร้านค้าขนาดกลางและขนาดย่อมให้มากขึ้น



ควบคุมสื่อทางการตลาดที่ส่งเสริมการขายในผลิตภัณฑ์ที่ไม่ดีต่อสุขภาพ เพราะอิทธิพลของ บุคคลที่มีชื่อเสียง และการส่งเสริมการตลาดต่างๆ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้ามากขึ้น



ขับเคลื่อนองค์ความรู้ และการเสริมศักยภาพของผู้บริโภคด้วยวิธีการต่างๆ ที่สามารถจูงใจผู้ผลิต ให้สร้างผลิตภัณฑ์ของตนให้มีสุขภาพดีขึ้นได้ รวมถึงการมีกลไกที่ปกป้องผู้บริโภคอาหารจากการ ปฏิบัติที่เป็นอันตรายและไม่เป็นธรรมในตลาด



สร้างความเข้าใจในหลากหลายทางเลือกสุขภาพที่ถูกต้อง โดยถ่ายทอดความรู้และความเข้าใจด้วย ข้อความที่เรียบง่ายและเข้าใจง่าย และสามารถเข้าถึงได้ในทุกกลุ่มวัย และควรเพิ่มการรณรงค์ให้ ความรู้ หรือประชาสัมพันธ์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับหลากหลายทางเลือกสุขภาพผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อ ช่วยในการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลายทางเลือกสุขภาพ



พัฒนาเกณฑ์หลากหลายทางเลือกสุขภาพให้สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานของหน่วยงานทางภาครัฐ



ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการภาษีเครื่องดื่มที่มีรสหวานผ่าน ทางช่องทางต่างๆ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานของ คนไทยได้



ควรขยายการศึกษาการบริโภคเครื่องดื่มขงสดในร้านประเภทนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับ สถานการณ์การบริโภคของประชาชน





มหาวิทยาลัยมหิดล  
สถาบันวิจัยประชากรและสังคม

