

มาตรการการลดการบริโภคหวาน: ศึกษากรณีมาตรการภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มี  
น้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

นางสาวอารีญา เชิดเกียรติกุล

เอกัตศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2560

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของเอกัตศึกษาที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของเอกัตศึกษาที่ส่งผ่านทางคณะที่สังกัด

The abstract and full text of individual study in Chulalongkorn University Intellectual Repository(CUIR)

are the individual study authors' files submitted through the faculty.

หัวข้อเอกัตศึกษา	มาตรการการลดการบริโภคหวาน: ศึกษากรณีมาตรการภาษี สรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทน น้ำตาลเป็นส่วนประกอบ
โดย	นางสาวอารีญา เชิดเกียรติกุล
รหัสประจำตัว	598 62734 34
หลักสูตร	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
หมวดวิชา	ภาษาอากร
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วิมพัทธ์ ราชประดิษฐ์
ปีการศึกษา	2560

---

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้เอกัตศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ

ลงชื่อ.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์วิมพัทธ์ ราชประดิษฐ์)

## บทคัดย่อ

เอกัตศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหามาตรการการลดการบริโภคหวานโดยใช้มาตรการภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ ด้วยวิธีการศึกษาและวิจัยเชิงคุณภาพโดยการศึกษารวบรวมเอกสารทั้งแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ เกี่ยวกับความรู้ทั่วไปของสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ แนวคิดทฤษฎีเชิงเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับการลดการบริโภค มาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของประเทศไทยและต่างประเทศ ทั้งมาตรการทางภาษีและมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี รวมทั้ง ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ภายใต้อัตราภาษีของประเทศไทยในปัจจุบัน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ศึกษารวบรวมมาวิเคราะห์และสังเคราะห์โดยการเปรียบเทียบระหว่างมาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางในการกำหนดมาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่ชัดเจนและสามารถบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากปัญหาของคนไทยที่มีการบริโภคสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ประชากรเป็นโรคอ้วนและโรคไม่ติดต่อเรื้อรังต่าง ๆ จึงทำให้รัฐต้องเข้ามาดูแล แก้ไขปัญหา โดยต้องสูญเสียงบประมาณเพิ่มมากขึ้นในการจัดทำบริการด้านสาธารณสุข เพื่อรองรับประชาชนที่เจ็บป่วย ภาครัฐจึงมีการนำมาตรการทางภาษีเข้ามาช่วยดูแลเพื่อควบคุมพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของประชาชน ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2560 และตามประกาศกฎกระทรวง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2560 ที่มีการประกาศใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 โดยมีการจัดเก็บอัตราภาษีตามมูลค่าและตามปริมาณความหวานของเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ รวมทั้งจัดเก็บภาษีตามปริมาณความหวานของเครื่องดื่มผงและเครื่องดื่มเข้มข้นเพิ่มเติมจากพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2527 ซึ่งจากการศึกษามาตรการทางภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2560 และมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของประเทศไทยเปรียบเทียบกับมาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประเทศเม็กซิโกและเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่ายังคงมีประเด็นปัญหาของมาตรการทางภาษีเรื่องหลักเกณฑ์การกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบยังคงไม่ครอบคลุมประเภทของสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและมีรสหวานทั้งหมดที่ประชาชนไทยบริโภค อีกทั้งอัตราการจัดเก็บภาษีของประเทศไทยในช่วงเริ่มต้นยังมีอัตราภาษีที่ต่ำกว่าร้อยละ 20 และเมื่อครบ 10 ปีที่มีการใช้อัตราภาษีสูงสุดแล้ว พบว่ายังมีสินค้าหลายชนิดที่มีการจัดเก็บอัตราภาษีต่ำกว่าร้อยละ 20 ซึ่งต่ำกว่าอัตราภาษีของประเทศที่มีการจัดเก็บภาษีน้ำตาลอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ประเทศเม็กซิโกและเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา และจึงอาจทำให้ไม่สามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนลงได้

นอกจากนี้อัตราการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตที่ไม่ถึงร้อยละ 20 ของราคาขายสินค้า ซึ่งถือว่าไม่จํานวนเงิน ภาษีน้อย ทำให้ผู้ประกอบการเลือกที่จะแบกรับภาระต้นทุนทางภาษีที่สูงขึ้นเพียงเล็กน้อยไว้กับตนเอง โดยไม่ซื้อ ราคาขายปลีกของสินค้า ซึ่งจะทำให้มาตรการการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากปริมาณน้ำตาลไม่สามารถบรรลุประสงค์ของภาครัฐได้ อย่างไรก็ตามมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีจะสามารถช่วยให้ภาครัฐควบคุมพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนได้ แต่ในปัจจุบันประเทศไทย ยังคงมีการบังคับใช้มาตรการต่าง ๆ เหล่านี้อย่างไม่เข้มงวด และไม่สามารถนำมาใช้เพื่อบรรลุประสงค์ การลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลได้อย่างแท้จริง

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบมาตรการทางภาษีและมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีเพื่อ ช่วยลดอัตราการบริโภคหวานของประชาชนในประเทศไทยและต่างประเทศ คือประเทศเม็กซิโกและเขต ปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าทั้งสองประเทศนั้นต่างมีการ กำหนดความหมายของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลอย่างครอบคลุมทุกประเภทของเครื่องดื่มรสหวานและมีการ กำหนดประเภทน้ำตาลที่จะถูกนำมาเสียภาษีความหวานอย่างชัดเจน สำหรับอัตราการจัดเก็บภาษีนั้น ทั้งสองประเทศต่างมีอัตราการจัดเก็บภาษีอัตราเดียว นั่นคือหากสินค้าใดมีนิยามเข้าข่ายเป็นเครื่องดื่มที่ ต้องเสียภาษีสรรพสามิตตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว ก็จะต้องเสียภาษีสรรพสามิตในอัตราเดียว และจาก จํานวนเงินของภาระภาษีที่มากกว่าร้อยละ 20 ของราคาขายทำให้ผู้ผลิตของทั้งสองประเทศเลือกที่จะ ผลักภาระภาษีไปในราคาขายสินค้าและส่งต่อไปยังผู้บริโภค จึงทำให้การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจาก เครื่องดื่มที่มีรสหวานสามารถลดอัตราการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนลงได้อย่างแท้จริง ประกอบกับมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษียังมีการนำไปใช้กับทุกภาคหน่วยงานอย่างเข้มงวด จึงทำ ให้ประชาชนทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของโรคร้ายหรืออันตรายแฝงที่เกิดขึ้น หากการบริโภคเครื่องดื่ม ที่มีน้ำตาล

ที่ มี ผู้วิจัยจึงได้มีการเสนอแนะว่ามาตรการทางภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ควรมีการระบุคํานิยามของเครื่องดื่มที่ต้องเสียภาษีโดยรวมเครื่องดื่มทุกชนิดที่มีน้ำตาลหรือสาร ให้ความหวานเป็นส่วนประกอบ เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในกลุ่มผู้ประกอบการ และควรมีการ กำหนดอัตราภาษีที่มากกว่าร้อยละ 20 ของราคาขายปัจจุบัน หรือการจัดเก็บภาษีในอัตราเดียวโดย ไม่ได้กำหนดอัตราภาษีตามปริมาณน้ำตาล ทั้งนี้อาจมีบทลงโทษหากผู้ประกอบการไม่มีการผลักภาระ ภาษีไปยังผู้บริโภค หรือมีการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับผู้ประกอบการที่สนับสนุนมาตรการนี้ อย่างไรก็ตามภาครัฐจะต้องมีการพิจารณาด้วยว่าอัตราภาษีที่เหมาะสมจะต้องเป็นอัตราการจัดเก็บภาษี ทำให้ผู้ประกอบการยังสามารถดำเนินกิจการต่อไปในตลาดสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลได้ โดยไม่ส่งผล กระทบต่อการจ้างแรงงานของผู้ประกอบการเหล่านี้ หรือหากส่งผลกระทบต่อ ภาครัฐจะต้องมีมาตรการ ช่วยเหลือผู้ประกอบการเหล่านั้น รวมถึงมาตรการช่วยเหลือแรงงานที่ถูกเลิกจ้างในกิจการเหล่านั้นด้วย สำหรับมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี รัฐบาลควรจะมีการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุม เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในสถานศึกษา การควบคุมกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือการควบคุมการโฆษณาที่



## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีก็ด้วยผู้วิจัยได้รับความเมตตาจากท่านอาจารย์วิมพัทธ์ ราชประดิษฐ์ ซึ่งได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา แม้วัยภาระหน้าที่ของท่านจะมากมายในฐานะ อาจารย์ แต่ท่านสละเวลาอันมีค่าให้แก่ผู้วิจัยอย่างสม่ำเสมอ ท่านคอยชี้แนะให้เห็นถึงประเด็นปัญหา แนวทางในการวิเคราะห์ แนะนำแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ อีกทั้งให้กำลังใจและให้ความรู้เกี่ยวกับกรณีปัญหากฎหมายภาษีสรรพสามิตที่มีอยู่ในปัจจุบัน และชี้แนวทางในการเสนอแนะ แนวทางแก้ไขที่ถูกต้องเหมาะสม ทั้งที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยและปัญหาอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ ซึ่งผู้วิจัย สามารถนำไปคิดและปรับไปใช้ในงานที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต และเจ้าหน้าที่ ห้องสมุดคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการอำนวยความสะดวกและช่วยเหลือในการ ค้นหาข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนนิสิตหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมาย ทวิโปและภาชีอากร ที่ช่วยเหลือและแบ่งปันข้อมูลความรู้ตลอดระยะเวลาการศึกษา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอระลึกถึงพระคุณของบิดา มารดา คุณปู่ คุณย่า คุณตา และคุณยาย ที่เลี้ยง ครอบปรนสั่งสอนให้มีความหมั่นเพียร และสนับสนุนให้การศึกษาจนผู้วิจัยประสบความสำเร็จในชีวิต ขอขอบคุณสามี พี่น้อง และผู้ร่วมงานของผู้วิจัยที่เข้าใจ ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจเสมอมา ผู้วิจัยหวังว่าเอกภตศึกษาฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านไม่มากนักน้อย และหากมีข้อบกพร่องประการ ใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ ณ ที่นี้

นางสาวอารีญา เชิดเกียรติกุล

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	จ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย	7
1.3 สมมติฐานของการศึกษาวิจัย	7
1.4 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย	8
1.5 วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย	8
<b>บทที่ 2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ</b>	<b>10</b>
2.1 สินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ	11
2.1.1 ความหมายของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ	11
2.1.2 ประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ	12
2.1.3 โทษของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ	18

2.1.4 สถิติการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เป็นส่วนประกอบ	20
2.2 แนวคิดทฤษฎีเชิงเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับการลดการบริโภค	21
2.2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	22
2.2.2 การกำหนดราคาเพื่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ	26
2.2.3 ตลาดในทางเศรษฐศาสตร์	34
<b>บทที่ 3 มาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เป็นส่วนประกอบของประเทศไทย</b>	<b>37</b>
3.1 มาตรการทางภาษีสรรพสามิต	37
3.1.1 ประวัติการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล หรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของประเทศไทย	38
3.1.2 การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือ สารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบตามพระราชบัญญัติ ภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527	39
3.1.2.1 ประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เป็นส่วนประกอบที่มีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต	40
3.1.2.2 ประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เป็นส่วนประกอบที่ได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิต	41
3.1.2.3 สิ่งที่ไม่ถือเป็นเครื่องดื่มที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิต	42
3.1.2.4 อัตราภาษี	42
3.1.3 การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือ สารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบตามพระราชบัญญัติ ภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560	44
3.1.3.1 ประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เป็นส่วนประกอบที่มีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต	44
3.1.3.2 ประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เป็นส่วนประกอบที่ได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิต	45



3.1.3.3 เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่ไม่ถือเป็นเครื่องดื่มที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิต	46
3.1.3.4 อัตรากาซี	46
3.1.4 การเปรียบเทียบอัตรากาซีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบตามพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และ พ.ศ. 2560	53
3.1.5 การเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของกาซีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบตามพระราชบัญญัติกาซีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และ พ.ศ. 2560	57
3.2 มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางกาซี	59
3.2.1 การแสดงฉลากของเครื่องดื่มตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข	60
3.2.2 มาตรการทางด้านฉลากโภชนาการ	61
3.2.3 มาตรการในการควบคุมโฆษณา	65
<b>บทที่ 4 มาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของต่างประเทศ</b>	<b>68</b>
4.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา	69
4.1.1 มาตรการทางกาซีสรรพสามิตของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา	70
4.1.2 มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางกาซีของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา	75
4.2 ประเทศเม็กซิโก	76
4.2.1 มาตรการทางกาซีสรรพสามิตของประเทศเม็กซิโก	76
4.2.2 มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางกาซีของประเทศเม็กซิโก	84
4.3 เปรียบเทียบมาตรการทางกาซีสรรพสามิตของต่างประเทศกับประเทศไทย	85
4.3.1 การเปรียบเทียบประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลที่ต้องเสียกาซี	86
4.3.2 การเปรียบเทียบประเภทของน้ำตาลที่เกี่ยวข้องในการนำมาเสียกาซีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล	87

4.3.3 การเปรียบเทียบอัตราการจัดเก็บภาษีของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล	89
<b>บทที่ 5 วิเคราะห์ปัญหาและแนวทางแก้ไขหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ</b>	<b>91</b>
5.1 ปัญหาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ	91
5.1.1 การกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล	92
5.1.2 การกำหนดอัตราการจัดเก็บภาษี	95
5.1.3 การจัดเก็บที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์	107
5.1.4 มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของประเทศไทย	108
5.2 แนวทางแก้ไขหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของต่างประเทศ	109
5.2.1 การกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล	109
5.2.2 การกำหนดอัตราการจัดเก็บภาษี	109
5.2.3 การจัดเก็บที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์	112
5.2.4 มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของประเทศไทย	113
<b>บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ</b>	<b>114</b>
6.1 บทสรุป	114
6.2 ข้อเสนอแนะ	116
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>117</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>124</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
1	ปริมาณน้ำตาลในผลิตภัณฑ์	16
2	ส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทย	20
3	อัตราภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มตามพระราชบัญญัติพิกัด อัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527	43
4	อัตราภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มตามพระราชบัญญัติพิกัด อัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560	47
5	การเปรียบเทียบอัตราภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มตามพระราชบัญญัติ พิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และตามประกาศกฎ กระทรวงการคลัง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป ในปริมาณความหวานสูงสุด)	54
6	การเปรียบเทียบประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลที่ต้องเสียภาษีระหว่าง ประเทศไทย ประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา	87
7	การเปรียบเทียบประเภทของน้ำตาลที่เกี่ยวข้องในการนำมาเสียภาษี เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลระหว่างประเทศไทย ประเทศเม็กซิโก และเขตปกครอง ตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา	88
8	การเปรียบเทียบอัตราการจัดเก็บภาษีของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลระหว่าง ประเทศไทย ประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา	89
9	ปริมาณน้ำตาลของเครื่องดื่มประเภทนม โยเกิร์ต และนมเปรี้ยวในประเทศไทย	93
10	การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทชาเขียวในประเทศไทย	97
11	การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทกาแฟพร้อมดื่มในประเทศไทย	98
12	การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทน้ำผักผลไม้ในประเทศไทย	100
13	การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรในประเทศไทย	101
14	การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทน้ำหวานและน้ำอัดลมในประเทศไทย	102
15	การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทเครื่องดื่มชูกำลังในประเทศไทย	103
16	การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทกาแฟผงในซองแบบชงพร้อมดื่มในประเทศไทย	104

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
17	สรุปประเภทของตลาดทางเศรษฐศาสตร์และร้อยละของจำนวนเครื่องดื่มน้ำดื่มที่มีอัตราภาษีเพิ่มขึ้น น้อยกว่าร้อยละ 20 ของเครื่องดื่มน้ำดื่มแต่ละประเภท	105
18	สรุปจำนวนเงินภาษีสรรพสามิตจากปริมาณน้ำตาล แยกตามแต่ละประเภทของเครื่องดื่มน้ำดื่ม	110

## สารบัญภาพ

ภาพที่	ชื่อภาพ	หน้า
1	สัดส่วนการครองตลาดของเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทย	2
2	กลไกการเก็บภาษีจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เป็นส่วนประกอบ	28
3	ร้อยละของครัวเรือน จำแนกตามรายได้ทั้งปี นเฉลี่ยต่อเดือน และสถานะทาง เศรษฐกิจสังคมของครัวเรือน ที่วราชอาณาจักร พ.ศ. 2558	32
4	ตัวอย่างของรูปแบบฉลากโภชนาการเต็มรูปแบบที่มีการบังคับใช้ตาม ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 182 พ.ศ. 2541	63
5	สัญลักษณ์โภชนาการแบบฉลากทางเลือกสุขภาพ	65

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันคนไทยนิยมบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล (Sugar sweetened beverages: SSBs) เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากข้อมูลปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย<sup>1</sup> แสดงภาพรวมของตลาดเครื่องดื่มพร้อมดื่มปี 2559 มีการขยายตัวเชิงปริมาณแต่หดตัวในเชิงคุณภาพ เนื่องจากผู้ประกอบการเครื่องดื่มต่าง ๆ มีการเร่งจัดทำโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขายของร้านค้าปลีก แสดงให้เห็นถึงการบริโภคเครื่องดื่มในปริมาณที่สูงขึ้นของคนไทย ซึ่งตลาดเครื่องดื่มที่มีส่วนการครองตลาดจำนวนสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตลาดน้ำอัดลมและโซดา ตลาดน้ำเปล่าบรรจุขวด และตลาดเครื่องดื่มฟังก์ชันนัล ทั้งนี้สัดส่วนร้อยละ 77 ถือเป็นตลาดเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ ดังแสดงในรูปภาพที่ 1 ใน พ.ศ. 2552 ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของคนไทยจัดอยู่ในอันดับ 9 จาก 52 ประเทศที่ทำการสำรวจ รองจากสหรัฐอเมริกา เม็กซิโก ตุรกี จีน เยอรมัน บราซิล อิตาลี และสเปน<sup>2</sup> นอกจากนี้ยังมีหลักฐานที่ยืนยันว่าคนไทยมีการบริโภคน้ำตาลสูงถึง 100 กรัม/คน/วัน<sup>3</sup> ซึ่งสูงเกินกว่าปริมาณที่องค์การอนามัยโลกให้คำแนะนำไว้ว่า บุคคลไม่ควรบริโภคน้ำตาลเกิน 50 กรัม/วัน เพื่อลดโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่เกิดจากน้ำตาลเช่น โรคอ้วน เบาหวาน หัวใจและหลอดเลือด หรือควรบริโภคในปริมาณไม่เกิน 25 กรัม/วัน<sup>4</sup>

---

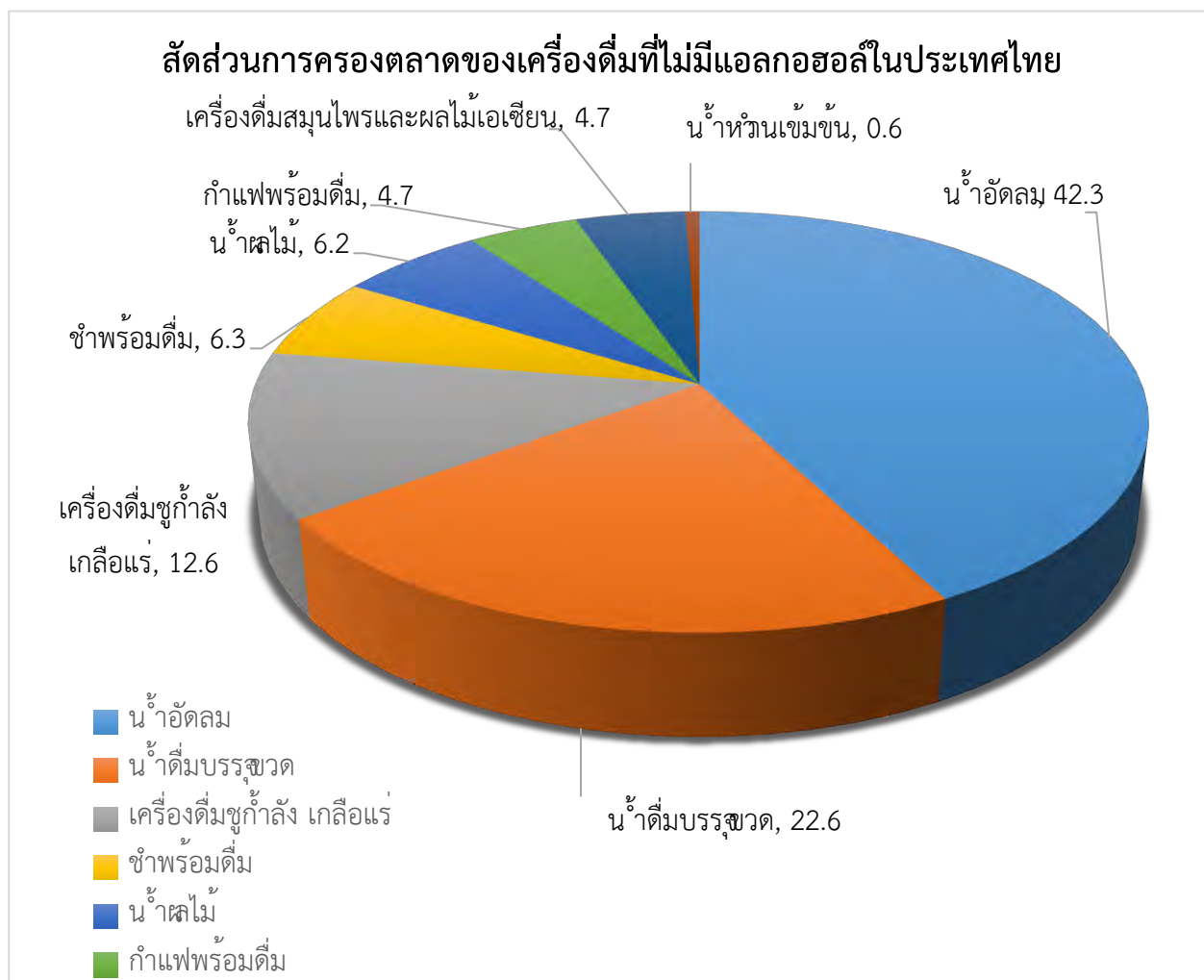
<sup>1</sup> Marketeer, ภาษีเครื่องดื่มรสหวาน (Sugarsweetened beverage tax) – She Academy [ออนไลน์], 2559. แหล่งที่มา <http://marketeer.co.th/archives/84649>

<sup>2</sup> Euromonitor International, “Who drinks what: Identifying international drinks consumption trends”, *Euromonitor International Ltd*; 2011: 54

<sup>3</sup> Hfocus. คนไทยกินน้ำตาลเพิ่มเกือบ 3 เท่า สูงสุดในอาเซียน [ออนไลน์], 18 มกราคม 2557. แหล่งที่มา <http://www.hfocus.org/content/2014/01/6153>.

<sup>4</sup> World Health Organization. Guideline: Sugars intake for adults and children. Geneva. 2015

ภาพที่ 1 สัดส่วนการครองตลาดของเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทย<sup>5</sup>



จากความนิยมของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของคนไทยดังกล่าว เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้คนไทยบริโภคน้ำตาลมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น โดยเครื่องดื่มสำเร็จรูปที่มีน้ำตาลและจำหน่ายในประเทศไทยมีปริมาณน้ำตาลสูงมาก โดยอยู่ในช่วง 9-19 กรัม/100 มิลลิลิตร<sup>6</sup> ในขณะที่ค่าที่เหมาะสมคือเครื่องดื่มไม่ควรมีย่าน้ำตาลมากกว่า 6 กรัม/100 มิลลิลิตร เพราะจะเพิ่มโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคอ้วนและโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้ในระยะยาวได้<sup>7</sup> ซึ่งคนไทยได้รับน้ำตาลจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลคิดเป็น

<sup>5</sup> Marketeer, ส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ [ออนไลน์], 18 กุมภาพันธ์ 2558, แหล่งที่มา <http://marketeer.co.th/archives/37238>

<sup>6</sup> สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, หวานแค่ไหน ปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่ม? [ออนไลน์], 2558. แหล่งที่มา <http://www.thaihealth.or.th/>

<sup>7</sup> แผนงานวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการ เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ และคณะทำงานพัฒนาหลักเกณฑ์การจำแนกอาหาร. โครงการพัฒนาหลักเกณฑ์ในการจำแนกอาหารเพื่อส่งเสริมการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ. นนทบุรี: สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ; 2557.

ร้อยละ 45.9 ของน้ำดื่มที่รับจากรับประทานน้ำดื่มบรรจุขวดทั้งหมด<sup>8</sup> ความนิยมบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลที่เพิ่มขึ้นของคนไทยนี้ สอดคล้องกับแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของปัญหาทางด้านสุขภาพที่สำคัญอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย ซึ่งล้วนเป็นปัญหาสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารไม่ถูกหลักโภชนาการ ได้แก่โรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดสมอง และโรคหัวใจขาดเลือด โดยจากข้อมูลผู้ป่วยที่มารับบริการในสถานบริการสุขภาพของรัฐ พบว่าใน พ.ศ. 2548 - 2556 อัตราผู้มารับบริการต่อประชากรแสนคนของโรคเบาหวาน เพิ่มขึ้นจาก 165.7 คน เป็น 435.1 คน โรคหลอดเลือดสมอง 151.5 คน เป็น 366.8 คน และโรคหัวใจขาดเลือด 380.8 คน เป็น 1,081.2 คน<sup>9</sup> จึงอาจเป็นไปได้ว่าการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลมีส่วนในการเพิ่มการเกิดโรคดังกล่าวของคนไทย ทั้งนี้มีการศึกษาที่ยืนยันข้อสันนิษฐานดังกล่าว โดยพบว่าการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของคนไทยมีผลเพิ่มความเสี่ยงต่อการเป็นโรคอ้วน ผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มดังกล่าวทุกวันมีน้ำหนักตัวเพิ่มมากกว่าผู้ที่บริโภคเพียงเดือนละครั้งถึง 0.5 กิโลกรัม ต่อปี<sup>11</sup> นอกจากนี้คนไทยยังมีปัญหาภาวะโภชนาการเกิน (อ้วน) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกกลุ่มอายุ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กในเขตเมือง โดยเด็กวัยเรียน 6-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 15 เป็นโรคอ้วนสูงกว่าเด็กในภาคอื่น ๆ 3-5 เท่า มีสาเหตุมาจากการนิยมบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและไขมันสูง

เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลถูกจัดว่าเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการไม่เหมาะสม เพราะเพิ่มปริมาณน้ำตาลในเลือดอย่างรวดเร็ว ให้พลังงานแก่ร่างกายจำนวนมากแต่ไม่ให้อาหารที่จำเป็นอื่น ๆ หรือให้น้อยมาก ในแง่ของการก่อโรคนั้นมีหลักฐานทางวิชาการที่ชี้ชัดว่าการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นประจำเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดโรคอ้วน รวมถึงโรคที่เกี่ยวข้องกับโรคอ้วนอื่น ๆ เช่น เบาหวาน และหัวใจและหลอดเลือด ซึ่งหลายประเทศทั่วโลกได้มีมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล เช่น ในประเทศเม็กซิโกมีมาตรการห้ามการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มี

<sup>8</sup> จันทนา อึ้งชูศักดิ์. การใช้มาตรการทางภาษีและราคาของอาหารเพื่อลดปัญหาภาวะน้ำหนักเกินและโรคอ้วน. ใน สัมมนาเวทีสำหรับรับฟังความคิดเห็นเรื่อง “มาตรการทางภาษีและราคาของอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย เพื่อการลดการบริโภคน้ำหนักเกินและโรคอ้วน”, 8 กรกฎาคม 2554 ณ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัด นนทบุรี.

<sup>9</sup> กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักโรคไม่ติดต่อ. รายงานประจำปี 2557. นนทบุรี: สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค; 2557.

<sup>10</sup> คณะทำงานศึกษาภาระโรคจากปัจจัยเสี่ยงของประชากรไทย พ.ศ. 2552. รายงานภาระโรคและการบาดเจ็บของประชากรไทย พ.ศ. 2552. นนทบุรี: สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ; 2552.

<sup>11</sup> Lim L and others. “A. Sugar sweetened beverages and weight gain over 4 years in a Thai national cohort-A prospective analysis”. PLoS ONE. 2014; 9(5): e95309. Doi:10.1371/journal.pone.0095309



น้ำตาลเกินปริมาณที่กำหนดในโรงเรียน การควบคุมการโฆษณาที่มุ่งเป้าไปยังเด็ก และมาตรการการจำกัดเก็บภาษีที่จัดเก็บตามปริมาณน้ำตาล<sup>2 13 14</sup>

ปัญหาการบริโภคสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ประชากรเป็นโรคอ้วนและโรคอื่น ๆ ตามมาตามที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ทำให้รัฐต้องเข้ามาดูแล แก้ไขปัญหา โดยต้องสูญเสียงบประมาณเพิ่มมากขึ้นในการจัดทำบริการด้านสาธารณสุข เพื่อรองรับประชาชนที่เจ็บป่วย และต้องใช้งบประมาณในการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ด้านโภชนาการให้ประชาชนมีความเข้าใจที่ถูกต้องในการบริโภค เพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชาชน โดยมีการสนับสนุนมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้คนไทย ลด ละ เลิกพฤติกรรมสุ่มเสี่ยงทำสุขภาพควบคู่กับการส่งเสริมให้หันมารักษาสุขภาพ ดูแลสุขภาพที่เหมาะสมตามช่วงวัย รู้จักการป้องกันโรคเบื้องต้น มีพฤติกรรมบริโภคที่เหมาะสม ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ เล่นกีฬา ทำให้คนไทยมีสุขภาพที่ดีขึ้น ได้รับหลักประกันสุขภาพทั่วถึง การเจ็บป่วยโดยรวมลดลง แต่การเจ็บป่วยด้วยโรคที่ป้องกันได้ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากรูปแบบการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์ของรัฐอาจไม่ได้ผลมากนัก สาเหตุหลักมาจากภาครัฐไม่สามารถใช้มาตรการการรณรงค์ไปแข่งขันต่อสู้กับวิธีการโฆษณาสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งมีเงินทุนสูงและมีวิธีการส่งเสริมสนับสนุนเพื่อจูงใจให้ประชาชนหันมาซื้อ สินค้าของตนเอง ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าวเป็นมาตรการที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี ซึ่งอาจทำให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคยังไม่ได้รับผลกระทบทางตรงที่ชัดเจนจากการแก้ไขปัญหามาตรการต่าง ๆ เหล่านี้

ปัจจุบันหลายประเทศจึงได้ให้ความสนใจและตระหนักถึงสภาพของปัญหาและผลกระทบที่มีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น และพยายามหาแนวทางเพื่อแก้ไข หนึ่งในมาตรการที่สำคัญและสามารถแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประเทศต่าง ๆ อย่างได้ผลคือ การใช้มาตรการทางภาษีเข้ามาควบคุม เพื่อให้อาหารและเครื่องดื่มที่มีผลเสียต่อสุขภาพมีราคาสูงขึ้นและเป็นภาระลดโอกาสในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคลงด้วย รวมถึงในปัจจุบันประเทศไทยได้นำมาตรการทางภาษีเข้ามาช่วยดูแลเพื่อควบคุมพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของประชาชนแล้ว ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และตามประกาศกฎกระทรวง เรื่องการกำหนดพิภคอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่มีผลใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 โดยมีการจัดเก็บอัตราภาษีตามมูลค่าและตามปริมาณความหวานของเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ รวมทั้งจัดเก็บภาษี

<sup>12</sup> Hu F B. “Resolved: there is sufficient scientific evidence that decreasing sugar sweetened beverage consumption will reduce the prevalence of obesity and obesity-related diseases”. *Obesity Review* 14, (2013): 606-619.

<sup>13</sup> Hawkes C. “The worldwide battle against soft drinks in school”. *American Journal of Preventive Medicine* 38, (2010): 457-461.

<sup>14</sup> Sacks G, Rayner M, Stockley L, Scarborough P, Snowdon W, and Swinburn B. “Applications of nutrient profiling: potential role in diet-related chronic disease prevention and the feasibility of a core nutrient-profiling system”. *European Journal of Clinical Nutrition* 65. (2011): 298-306.

ตามปริมาณความหวานของเครื่องดื่มและเครื่องดื่มเข้มข้นเพิ่มเติมจากพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527

อย่างไรก็ตามเพื่อให้มาตรการการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องอาศัยหลักทางเศรษฐศาสตร์ เช่นเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ ต้องทำความเข้าใจว่าตลาดสินค้าเครื่องดื่มชนิดนั้น ๆ อยู่ในตลาดประเภทใดของหลักทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งแต่ละประเภทของตลาดทางเศรษฐศาสตร์ก็มีการกำหนดราคาขายที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความต้องการเสนอขายของผู้ประกอบการ และความต้องการเสนอซื้อของผู้บริโภคแตกต่างกันไป ทั้งนี้หลักทางเศรษฐศาสตร์จะเข้าช่วยควบคุมกลไกการตลาดทั้งทางด้านราคาและปริมาณของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในตลาด กล่าวคือภาษีสรรพสามิตจะต้องไม่สูงเกินไปจนทำให้ผู้บริโภคไม่ซื้อสินค้านั้น ๆ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ แต่ภาษีสรรพสามิตจะต้องไม่ต่ำจนเกินไป และทำให้ราคาที่สูงขึ้นนั้นไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคมองเลือกซื้อสินค้าที่มีการปรับราคาสูงขึ้นนั้นตามเดิม ดังนั้นการกำหนดอัตราภาษีที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญและมีผลกระทบทางตรงต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ทั้งนี้ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มจะมีการตอบสนองต่อราคาที่เพิ่มสูงขึ้นแตกต่างกัน ดังนั้นราคาที่เพิ่มสูงขึ้นจึงอาจไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบตามที่รัฐบาลต้องการให้ลดลงอย่างที่คาดการณ์ไว้

ทั้งนี้นอกจากการกำหนดอัตราภาษีที่เหมาะสมจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการควบคุมปริมาณการบริโภคของประชาชนแล้ว ภาครัฐยังต้องคำนึงเพิ่มเติมอีกด้วยว่า ภาษีสรรพสามิตเป็นการจัดเก็บภาษีทางอ้อมของภาครัฐ ดังนั้นผู้ผลิตจึงสามารถพิจารณาและตัดสินใจได้ว่าจะผลักภาระภาษีสรรพสามิตนี้ไปยังผู้บริโภคหรือไม่ ซึ่งหากผู้ผลิตตัดสินใจที่จะรับภาระต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นจากการเก็บภาษีนี้ไว้เอง และเลือกที่จะได้กำไรน้อยลงกว่าเดิม มาตรการนี้ก็จะไม่สามารถแก้ไขปัญหาเรื่องการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของคนไทยอย่างได้ผล ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในหัวข้อการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เนื่องจากยังมีประเด็นเรื่องความเหมาะสมของมาตรการการจัดเก็บภาษี และมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี เช่นเรื่องหลักเกณฑ์การกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบยังคงไม่ครอบคลุมประเภทของสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและมีรสหวานทั้งหมดที่ประชาชนไทยบริโภค อีกทั้งอัตราการจัดเก็บภาษีของประเทศไทยในช่วงเริ่มต้นยังมีอัตราภาษีที่ต่ำกว่าร้อยละ 20 และเมื่อครบ 10 ปีที่มีการใช้อัตราภาษีสูงสุดแล้ว พบว่ายังมีสินค้าหลายชนิดที่มีการจัดเก็บอัตราภาษีต่ำกว่าร้อยละ 20 ซึ่งต่ำกว่าอัตราภาษีของประเทศที่มีการจัดเก็บภาษีน้ำตาลอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของ

ประชาชนลงได้ เช่น ประเทศเม็กซิโกที่มีอัตราภาษีที่ร้อยละ 20 ของราคาขายปลีก<sup>15</sup> อย่างไรก็ตามหากมีการจัดเก็บภาษีที่อัตราร้อยละ 20 แต่การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากปริมาณน้ำตาลสินค้าน้ำตาลที่มีจำนวนเงินน้อยและผู้ประกอบการเลือกที่จะแบกรับภาระต้นทุนทางภาษีที่สูงขึ้นเพียงเล็กน้อยไว้กับตนเองโดยไม่ขึ้นราคาขายปลีกของสินค้า มาตรการการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากปริมาณน้ำตาลก็จะไม่สามารถบรรลุประสงค์ของภาครัฐได้ ทั้งนี้หากปัญหาดังกล่าวข้างต้นได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมแล้ว แต่ประชาชนยังคงเลือกที่จะบริโภคสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเหล่านี้อยู่ มาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีก็จะเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยควบคุมผู้ประกอบการหรือช่วยในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ แต่ในปัจจุบันมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของประเทศไทยยังคงไม่เข้มงวดและไม่สามารถนำมาใช้เพื่อช่วยให้ประชาชนลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลงได้ ดังนั้นการศึกษามาตรการอื่น ๆ ของประเทศที่สามารถช่วยให้ประชาชนลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลงได้ เช่น ประเทศเม็กซิโก ก็จะช่วยให้ประเทศไทยสามารถนำมามาตรการทั้งทางภาษีและไม่ใช่มาตรการทางภาษีนำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของรัฐบาลในการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หากพิจารณาหลักการของภาษีสรรพสามิต (Excise Tax) จะพบว่าภาษีสรรพสามิตมีลักษณะเป็นการเรียกเก็บจากสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยมีเหตุผลสมควรที่จะต้องรับภาระภาษีสูงกว่าปกติ และอัตราภาษีจะแตกต่างกันไปแล้วแต่ความเหมาะสมสำหรับสินค้าแต่ละชนิด โดยทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการเลือกสินค้าที่จะถูกจัดเก็บ ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศหรืออาจมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงหลักความเป็นกลางทางเศรษฐกิจด้วย

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้ จะเห็นได้ว่ามาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของประเทศไทย ทั้งที่เป็นมาตรการทางภาษีและมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีนั้น ยังมีความไม่เหมาะสม และไม่สอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการทำการศึกษาลักษณะในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เป็นส่วนประกอบของประเทศไทย ทั้งในด้านกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล กำหนดอัตราการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต มาตรการการจัดการเพื่อให้มีการจัดเก็บภาษีที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี โดยศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลในต่างประเทศ เพื่อทำการวิเคราะห์ สร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจและสร้างแนวทางที่

<sup>15</sup> M. Arantxa Cochero, Juan Rivera-Dommarco, Barry M. Popkin, and Shu Wen Ng, "In Mexico, Evidence Of Sustained Consumer Response Two Years After Implementing A Sugar-Sweetened Beverage Tax", *Health Affairs* 36, (2017, March).

เหมาะสมสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้และปรับปรุงหลักเกณฑ์การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตที่มีอยู่ให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน รวมถึงไม่กระทบต่อหลักความเป็นกลางทางเศรษฐกิจ อีกทั้งยังสามารถสร้างสมดุลภาพทางเศรษฐศาสตร์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ โดยผู้บริโภคสามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลลงได้ ในขณะที่ผู้ผลิตยังคงสามารถประกอบกิจการในภาคเอกชนต่อไปได้อย่างสมดุล

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

(1) เพื่อศึกษามาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เป็นส่วนประกอบของประเทศไทย ทั้งมาตรการทางภาษีสรรพสามิตและมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี

(2) เพื่อศึกษาหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบในปัจจุบันของประเทศไทย

(3) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์เปรียบเทียบมาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เป็นส่วนประกอบในต่างประเทศ ทั้งกฎหมายที่เป็นมาตรการทางภาษีสรรพสามิต และกฎหมายที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

(4) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและแนวทางในการแก้ไขมาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ ทั้งมาตรการทางภาษีสรรพสามิตและมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกฎหมายที่ต้องการให้ประชาชนลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 1.3 สมมติฐานของการศึกษาวิจัย

การกำหนดประเภทและอัตราภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบยังไม่สามารถทำให้ประชาชนลดการบริโภคหวานได้อย่างแท้จริง จึงควรกำหนดแนวทางแก้ไขทั้งที่เป็นมาตรการทางภาษีและมาตรการอื่นที่มีใช้ภาษีเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

#### 1.4 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

ศึกษาแนวคิด หลักกฎหมาย และหลักการสำคัญเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้า เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบในต่างประเทศที่บังคับใช้แล้ว และมาตรการดังกล่าวช่วยให้คนในประเทศลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ประเทศเม็กซิโกและเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา รวมทั้งศึกษาแนวคิด หลักกฎหมาย นอกจากนี้ยังศึกษามาตรการทางภาษีในด้านแนวคิด หลักกฎหมาย โครงสร้างภาษี และการบังคับใช้ในประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมของการบังคับใช้กฎหมายในประเทศไทยโดยเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ เพื่อให้มาตรการทางภาษีในประเทศไทยสามารถใช้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ของกฎหมายได้

#### 1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการศึกษาวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) โดยการรวบรวมข้อมูล ค้นคว้าจากกฎหมาย บทความ วิทยานิพนธ์ กฎหมายการจัดเก็บภาษีสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา หลักกฎหมายภาษีอากร ภาษีกาสิโน ฐานภาษี ประเภทภาษี และรายงานผลการวิจัยต่าง ๆ รวมทั้งความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายว่าด้วยภาษีอากรและกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องที่จะศึกษา และนำมารวบรวมเรียบเรียงไว้อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งเสนอแนวทางและข้อเสนอแนะการแก้ไขปัญหา

#### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย

(1) ทำให้ทราบถึงแนวทางในการใช้มาตรการทางภาษีในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้า เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของประเทศไทยที่นำมาใช้ในการควบคุมพฤติกรรมผู้บริโภค

(2) ทำให้ทราบถึงแนวความคิดว่ามาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ ที่เป็นมาตรการทางภาษีว่าด้วยการจัดเก็บภาษีสินค้า เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ และทราบถึงหลักเกณฑ์และหลักกฎหมายในการจัดเก็บภาษี

สินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่บังคับใช้ในประเทศที่ศึกษาที่สามารถนำมาช่วยลดการบริโภคน้ำตาลของประชาชนได้

(3) ทำให้ทราบถึงแนวความคิดว่ามาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ ที่เป็นมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีที่บังคับใช้ในประเทศที่ศึกษาที่สามารถนำมาช่วยลดการบริโภคน้ำตาลของประชาชนได้

(4) ทำให้ทราบถึงแนวความคิดว่าด้วยการจัดเก็บภาษีสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบและทราบถึงหลักเกณฑ์และหลักกฎหมายในการจัดเก็บภาษีสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่บังคับใช้ในประเทศที่ศึกษา

(5) เพื่อนำเสนอข้อคิดเห็นจากการศึกษาและวิเคราะห์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องที่วิจัยนี้ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาในการกำหนดนโยบายและมาตรการในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบในประเทศไทยเพิ่มเติมต่อไป

## บทที่ 2

### ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เป็นส่วนประกอบ

ปัจจุบันเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบมีทั้งเครื่องดื่มที่มีการใส่น้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเพิ่มเติมลงไป หรือเครื่องดื่มที่มีรสชาติหวานจากธรรมชาติ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มประเภทใดก็ตาม หากผู้บริโภคดื่มเครื่องดื่มที่มีปริมาณน้ำตาลเกินกว่าความต้องการของร่างกาย ล้วนก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพทั้งสิ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอแนะนำเสนอความหมายของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ และประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ เพื่อเป็นการประกอบความเข้าใจว่า เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลประเภทใดบ้างที่อาจส่งผลเสียต่อร่างกายและอาจก่อให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ดังที่ได้อธิบายในบทที่ 1 แล้ว นอกจากนี้แล้ว การจะนำมาตรึงการกำกับเข้ามาช่วยเพื่อให้ผู้ผลิตนั้นผลกำไรภาษีที่เพิ่มสูงขึ้นให้กับลูกค้า เพื่อให้คนไทยที่ชอบการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลนั้นมีปริมาณความต้องการซื้อที่ลดลงแล้วนั้น จำเป็นต้องใช้ทฤษฎีเชิงเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการบริโภค เพื่อช่วยในการกำหนดราคายาและปริมาณการจ่ายของสินค้าเพื่อให้เกิดดุลยภาพทางด้านราคาและปริมาณที่ผู้ผลิตต้องการเสนอขาย และผู้บริโภคต้องการเสนอซื้อ ทั้งนี้จะต้องเป็นราคาที่ทำให้เกิดการบริโภคที่ลดลงได้ ซึ่งปัจจัยที่จะช่วยให้ผู้บริโภคลดการบริโภคลงได้ เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม หรือปัจจัยด้านสังคม เป็นต้น หรือปัจจัยที่จะทำให้ผู้ผลิตต้องรับภาระต้นทุนที่สูงขึ้นจนต้องผลกำไรภาษีไปให้แก่ผู้บริโภค เช่น ต้นทุนการผลิต การแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งสินค้าชนิดเดียวกันที่ทดแทนกันได้ หรือปัจจัยหลักเรื่องภาษีสรรพสามิต เป็นต้น ดังจะได้กล่าวเพิ่มเติมต่อไปในบทนี้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำภาพรวมทั้งหมดของตลาดเครื่องดื่มแต่ละประเภทที่สัมพันธ์กับปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภค ที่ได้มาจากข้อมูลส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ดังแสดงในตารางที่ 2 เพื่อนำไปวิเคราะห์ว่าผู้ผลิตจะสามารถเพิ่มราคายาจากปริมาณน้ำตาลที่มีอยู่ในเครื่องดื่มแต่ละประเภทได้ที่ราคาเท่าใด จากการปรับภาษีสรรพสามิตจากปริมาณน้ำตาลให้สูงขึ้น โดยใช้หลักทางเศรษฐศาสตร์ทางด้านปัจจัยของต้นทุนของผู้ผลิต และประเภทตลาดทางเศรษฐศาสตร์ของผู้ผลิตมาใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในอนาคตของการปรับราคาสินค้าให้สูงขึ้น ซึ่งอ้างอิงจากหลักการเดียวกันนี้ที่ใช้อย่างมีประสิทธิภาพของประเทศเม็กซิโก และประเมินว่าผู้ผลิตจะผลกำไรภาษีไปให้ผู้บริโภคหรือไม่ หากมีการปรับราคาขึ้นเพียงเล็กน้อย หรือผู้ผลิตจะเลือกการแบกรับต้นทุนภาระภาษีที่เพิ่มขึ้นนี้ไว้เอง

## 2.1 สินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

ในปัจจุบันสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบในประเทศไทยนั้นมีมากมายหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นทั้งแบบขวดพร้อมดื่ม กระป๋องพร้อมดื่ม แบบผงที่ต้องนำไปชงให้ละลายน้ำ เครื่องดื่มน้ำหวานเข้มข้นที่ต้องนำไปละลายน้ำหรือเครื่องดื่มอัดลมแบบกวด ซึ่งเครื่องดื่มต่าง ๆ เหล่านี้มีขายอยู่ทั่วไปในร้านสะดวกซื้อหรือห้างสรรพสินค้าทั้งหลาย อย่างไรก็ตาม เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบยังคงมีขายในท้องตลาดทั่วไป ที่ไม่ใช่ร้านสะดวกซื้อหรือห้างสรรพสินค้า เช่น ร้านรถเข็นข้างทางที่ขังน้ำหวานเข้มข้นต่าง ๆ ร้านที่ขายน้ำอัดลมใส่แก้วหรือใส่ถุง หรือร้านขายกาแฟหรือเครื่องดื่มหวานต่าง ๆ ตามรถเข็น จะเห็นได้ว่าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลจะมีอยู่ทั่วไปตามท้องตลาดทั้งร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า และร้านรถเข็นข้างทาง ซึ่งในเอกัตศึกษานี้ ผู้วิจัยขอเสนอและวิเคราะห์ในส่วนของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลที่มีขายในร้านสะดวกซื้อ หรือห้างสรรพสินค้า ซึ่งได้ผ่านการผลิตโดยสถานประกอบการแล้วเท่านั้น เนื่องจากมาตรการทางภาษีที่จะต้องเก็บภาษีกับร้านค้าข้างทาง เช่น ร้านขังกาแฟข้างทาง ไม่ใช่ผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิต ซึ่งผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิตประกอบด้วย ผู้ประกอบอุตสาหกรรม ผู้นำเข้าสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบนั้น ๆ

### 2.1.1 ความหมายของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

ในปัจจุบันนี้ ตามท้องตลาดของร้านสะดวกซื้อ หรือห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ คือเครื่องดื่มที่มีรสชาติหวาน ทั้งนี้อาจเป็นเครื่องดื่มที่ใส่น้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเพิ่มเติมลงไป เพื่อให้รสชาติของเครื่องดื่มตรงตามความต้องการของผู้บริโภค หรือเป็นเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและมีรสชาติหวานตามธรรมชาติจากผักและผลไม้

องค์การอนามัยโลก (WHO) ให้คำแนะนำเรื่องการบริโภคน้ำตาลว่า น้ำตาลที่ผู้บริโภคได้รับมาจากร่างกาย 2 ส่วน คือน้ำตาลที่มีอยู่ตามธรรมชาติของอาหาร ได้แก่ น้ำตาลแลคโตสในนม น้ำตาลฟรุกโตสในผักหรือผลไม้ เป็นต้น และน้ำตาลที่เติมในกระบวนการผลิตอาหาร เช่น น้ำตาลทราย เป็นต้น



## 2.1.2 ประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

องค์การ National Center for Biotechnology Information ได้ทำการศึกษาระบาดวิทยาเป็นมาของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ และมีการจัดประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ<sup>1</sup> โดยแบ่งเป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

### 2.1.2.1 นมและเครื่องดื่มที่ใช้นมเป็นหลัก

จากการศึกษาของผู้วิจัย นมเป็นอาหารเหลวที่ประกอบด้วยธาตุน้ำนม เช่น โพรตีน น้ำตาลแลคโตส (Lactose) แร่ธาตุและวิตามิน โดยน้ำตาลแล็กโทส มีความหวานน้อยกว่าน้ำตาลชนิดอื่น และมีผลิตภัณฑ์นมที่ทำให้เข้มข้น เช่น นมข้นหวาน (sweeten condensed milk) และไอศกรีม (ice cream) เป็นต้น ทั้งนี้จากประกาศกระทรวงสาธารณสุขได้ให้ค่านิยามของนมและผลิตภัณฑ์นมประเภทต่าง ๆ ไว้ดังนี้

(1) "นมโค" หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากนมนโคดิบ แบ่งออกได้เป็น 6 ประเภท ได้แก่ นมสด นมโถ นมผง นมข้น นมคั้นรูป และนมแปลงไขมัน ดังนี้ นมประเภทนี้จะเป็นนมที่มีน้ำตาลแล็กโทส ซึ่งเป็นน้ำตาลตามธรรมชาติเป็นส่วนประกอบ ดังนั้นจึงถือว่านมโคเป็นเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

(2) "นมเปรี้ยว (Fermented Milk)" หมายถึง ผลิตภัณฑ์นมที่ได้จากนมสดที่นำมามีไรโคได้ หรือส่วนประกอบของนมที่ผ่านการทำให้จุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรคแล้วหมักด้วยจุลินทรีย์ที่ไม่ทำให้เกิดโรคหรืออันตราย ทำให้ค่าความเป็นกรดเพิ่มขึ้นและอาจปรุงแต่งกลิ่นรส สี หรือเติมวัตถุเจือปนอาหาร เช่น น้ำตาลสำหรับอาหาร หรือส่วนประกอบอื่นที่มีไขมันด้วยก็ได้ ทั้งนี้ให้รวมถึงนมเปรี้ยวที่นำมามีไรโคได้ การแช่แข็ง หรือการทำให้แห้งด้วย ดังนั้นนมเปรี้ยวในท้องตลาดในปัจจุบันถือเป็นอีกหนึ่งประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

(3) "นมปรุงแต่ง" หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำนมนโคหรือนมโคชนิดนมผงมาผ่านกรรมวิธีการผลิตต่าง ๆ แล้วปรุงแต่งด้วยกลิ่นหรือรส และอาจเติมวัตถุอื่นที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอีกด้วยก็ได้ เช่นการเติมน้ำตาลลงไปนมนปรุงแต่งเพื่อให้มีรสชาติต่าง ๆ อาทิเช่น

<sup>1</sup> A. Wolf, G.A. Bray and B.M. Popkin, "A short history of beverage and how our body treats them," obesity reviews 9 (2007): 151-164

นมไมโล (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ 16 กรัม) นมโอวัลติน (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ 20 กรัม) เป็นต้น ดังนั้นนมปรุงแต่งส่วนมากจึงจัดเป็นเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

(4) "ผลิตภัณฑ์ของนม" หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากน้ำนมโค นอกเหนือจากนมโค นมปรุงแต่ง นมเปรี้ยว นมดัดแปลงสำหรับทารกและนมดัดแปลงสูตรต่อเนื่องสำหรับทารกและเด็กเล็ก ไอศกรีม ครีม เนยใสหรือเนยแข็ง เนย น้ำมันเนยและผลิตภัณฑ์อื่น ซึ่งได้มีการประกาศกระทรวงสาธารณสุขกำหนดไว้โดยเฉพาะ ซึ่งทั้งนมเปรี้ยว ไอศกรีม ครีม ต่างมีส่วนประกอบของน้ำตาลทั้งสิ้น เช่น ดัชมิลล์ดีไลท์ (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ 14 กรัม) ปีทำเก้น (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ 23 กรัม) และดัชมิลล์ 4 in 1 (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ 22 กรัม) เป็นต้น ดังนั้นจึงถือว่าผลิตภัณฑ์ของนมบางประเภทเป็นสินค้าที่มีทั้งน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ นอกจากนี้ โยเกิร์ตยังถือเป็นประเภทหนึ่งของผลิตภัณฑ์ของนม ซึ่งผู้ประกอบการในปัจจุบันมีการใส่น้ำตาลหรือสารให้ความหวานลงไปโยเกิร์ต เช่น ดัชชีโยเกิร์ต รสธรรมชาติ (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ 14 กรัม) โยเกิร์ตเมจิ รสธรรมชาติ (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ 18 กรัม) และโยเกิร์ตโยลิต้า (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ 8 กรัม) หากผู้บริโภคที่ต้องการรักษาสุขภาพ เช่น ต้องการรับประทานโยเกิร์ตเพื่อช่วยเรื่องระบบขับถ่าย ก็อาจเกิดอันตรายต่อสุขภาพได้ หากรับประทานโยเกิร์ตที่มีส่วนประกอบของน้ำตาลเข้าไปในปริมาณมากอย่างต่อเนื่องทุกวัน ดังนั้น โยเกิร์ตจึงเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ตามพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ยังไม่มีการกำหนดให้เข้ายามความหมายของเครื่องดื่มที่ต้องนำมาเสียภาษีสรรพสามิต ซึ่งต่างจากกฎหมายของต่างประเทศที่มีการกำหนด เช่น ประเทศเม็กซิโก เป็นต้น

### 2.1.2.2 น้ำผักผลไม้

ปัจจุบันน้ำผลไม้และน้ำผักเป็นเครื่องดื่มที่นิยมบริโภคกันอย่างแพร่หลาย และมีการนำเอาผลไม้ชนิดต่าง ๆ มาผ่านกรรมวิธีการผลิตและบรรจุภาชนะต่าง ๆ เช่น น้ำผลไม้และน้ำผักบรรจุกระป๋อง บรรจุขวด หรือบรรจุกล่อง ซึ่งจะช่วยเก็บรักษาคุณค่าทางอาหารและความสดใหม่ของผลไม้ไว้ได้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน น้ำผักผลไม้คั้นสดที่ไม่มีการปรุงแต่งรสหรือไม่มีการใส่น้ำตาลเพิ่มเติมลงไปมักจะมีรสชาติขมและไม่เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงมักจะใส่น้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบเพื่อให้ น้ำผักผลไม้มีรสชาติดีร่อยตามความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เช่น เซ็ปเป้ ฟอร์ วัน เดย์ รสน้ำผักผลไม้รวมผสมแครอทส้ม 100% (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 10) ยูนิฟ รสน้ำผักผลไม้ผสมผักใบเขียว 100% (มีน้ำตาล

เป็นส่วนประกอบร้อยละ 11) และมีนิต เมต สแปลช รสน้ำส้ม 15% จำกน้ำส้มเข้มข้น (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 15) เป็นต้น

### 2.1.2.3 เครื่องดื่มประเภทชา กาแฟและน้ำสมุนไพร

ชาและกาแฟมีสารกาแฟขึ้นอยู่กับกรรมชาติ ซึ่งเป็นสารที่มีฤทธิ์กระตุ้นประสาท ทำให้ผู้ดื่มรู้สึกกระปรี้กระเปร่า และถ้าร่างกายได้รับมากเกินไป ก็จะทำให้มีอาการกระวนกระวาย ตื่นเต้นง่าย ประสาทไหว หงุดหงิด ใจสั่น นอนไม่หลับ โดยในปัจจุบันผู้ประกอบการมีการผลิตกาแฟพร้อมดื่มในรูปแบบกระป๋อง และผสมน้ำตาลลงในเครื่องดื่มชาและกาแฟพร้อมดื่ม เช่น กาแฟโคฟี (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 20) กาแฟอำฮ่า คำรามเมล แมคคิอาโต้ (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 9) และกาแฟเบอร์ดี โรบัสต้า (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 9) เป็นต้น

ปัจจุบันได้มีการนำเอาพืชสมุนไพรมาดัดแปลงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น หั่นเป็นชิ้นเล็กกลบ บดให้เป็นผง อัดให้เป็นแท่ง หรือปอกเปลือกออก เป็นต้น เพื่อใช้ในลักษณะการชงดื่มกันอย่างแพร่หลาย ปัจจุบันประเภทของชาสมุนไพรที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขมีทั้งสิ้น 18 ชนิด คือ ผลมะตูม ดอกกระเจี๊ยบแดง เหง้าขิง เหง้าข่า เหง้าและต้นตะไคร้แกง ใบหม่อน ดอกคำฝอย ใบบัวบก ใบเตยหอม ดอกเก็กฮวย ผลหลอฮังก้วย เห็ดหลินจือ ผลมะขามป้อม ใบและต้นเจี๊ยวกูหลาน รากชะเอมเทศ และช่อดอกและใบอาร์ทิโชก ผู้ประกอบการมีการนำสมุนไพรมาทำเป็นเครื่องดื่มในรูปแบบการบรรจุของสำเร็จรูปและรูปแบบของบรรจุขวดพร้อมดื่มโดยใส่น้ำตาลเป็นส่วนประกอบเพิ่มเติม เช่น โออิชิ โอเอิร์บ สูตรรากบัว พุทราจีน (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 10.2) โออิชิ โอเอิร์บ ชำรสมะขาม (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 11.2) โออิชิ โอเอิร์บ ชำรสน้ำผึ้งโสม (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 10.5) และอิชิตัน สูตรชาเขียว ผสมเก็กฮวย (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 6.3) จะเห็นได้ว่าเครื่องดื่มสมุนไพรพร้อมดื่มในปัจจุบันต่างมีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบทั้งสิ้น

### 2.1.2.4 เครื่องดื่มประเภทน้ำหวาน และน้ำหวานอัดลม

น้ำอัดลมเป็นเครื่องดื่มชนิดหนึ่งที่ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ มีสีกลิ่นแตกต่างกัน นิยมบรรจุในรูปแบบกระป๋อง ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้นน้ำอัดลมมีส่วนประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ น้ำ, น้ำตาลและสารปรุงแต่งที่เรียกว่าหัวน้ำเชื้อ ซึ่งเป็นส่วนผสมของสารที่ให้กลิ่นและสี และกรดคาร์บอนิกซึ่งถูกอัดเข้าไปในภาชนะบรรจุ บางครั้งมีส่วนผสมของน้ำผลไม้เล็กน้อย น้ำอัดลมแต่ละยี่ห้อมีส่วนผสมเฉพาะของตนเอง โดยน้ำอัดลมแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ตามลักษณะเฉพาะของกลิ่น

รสและสีของผลิตภัณฑ์ คือน้ำอัดลมรสโคล่าที่มีการปรุงแต่งด้วยหัวน้ำสกัดจากผลโคล่าซึ่งมีกาเฟอีนผสมอยู่ และน้ำอัดลมที่ไม่ใช่โคล่า ได้แก่ น้ำอัดลมใสไม่มีสีที่ปรุงแต่งด้วยหัวน้ำเชื่อมมอน-โลม และน้ำอัดลมที่ปรุงแต่งกลิ่นรสเลียนแบบน้ำผลไม้ เช่น ส้ม องุ่น มะนาว ลิ หนึ่ น้ำหวานอัดลม พวกน้ำเชื่อม น้ำแดง และรูทเบียร์ เป็นต้น น้ำอัดลมเหล่านี้ส่วนใหญ่แล้วจะไม่มีคาเฟอีน เนื่องจากไม่ได้ปรุงแต่งด้วยหัวน้ำเชื่อมชนิดโคล่า อย่างไรก็ตามอาจมีการเติมคาเฟอีนสกัดเล็กน้อยในส่วนผสม เพื่อให้ได้ฤทธิ์กระตุ้นของคาเฟอีน ทำให้รู้สึกสดชื่นกระปรี้กระเปร่า โดยเครื่องดื่มน้ำอัดลมทั้งหลายต่างมีส่วนประกอบของน้ำตาลทั้งสิน เช่น โค้ก (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 7) เอส (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 9) และสไปรท์ (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 14) เป็นต้น

นอกจากนี้ประเภทน้ำหวานที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันของคนไทย คือเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลหรือเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ตลาดเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลในประเทศไทยสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่มีการออกแบบให้มีการเติมสารอาหารที่มีคุณประโยชน์ในปริมาณที่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดผลที่ดีต่อร่างกาย (Real Functional Drink) และกลุ่มที่มีการเติมสารอาหารในปริมาณที่ไม่ก่อให้เกิดผลใด ๆ ต่อร่างกาย แต่จะให้คุณค่าในแง่ความรู้สึกต่อผู้บริโภคเท่านั้น (Emotional Function Drink) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการกล่าวอ้างสรรพคุณ<sup>2</sup> ซึ่งเครื่องดื่มทั้ง 2 กลุ่มนี้ ต่างก็มีส่วนผสมของน้ำตาลในเครื่องดื่มอยู่ เช่น Beauti Drink (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 1) Mansome (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 10) และ Blink (มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบร้อยละ 5)

ผู้วิจัยจึงขอแสดงข้อมูลของปริมาณน้ำตาลในแต่ละประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล จากข้อมูลหน่วยเคลื่อนที่เพื่อความปลอดภัยด้านอาหาร สำนักงานอาหาร ได้สำรวจข้อมูลฉลากโภชนาการของผลิตภัณฑ์นมและเครื่องดื่มที่จำหน่าย ณ ห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อ อัจฉนวน 12 แห่ง ช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2558 จำนวนที่ สลิ 1,242 ผลิตภัณฑ์ สามารถจำแนกการแสดงผลปริมาณน้ำตาลของผลิตภัณฑ์เป็นต่อหนึ่งหน่วยบริโภคของผลิตภัณฑ์นั้น และหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงกำหนดตามเงื่อนไขของประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541 เรื่อง ฉลากโภชนาการ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1 เรื่องปริมาณน้ำตาลในผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

<sup>2</sup> สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, Innovation trend [Online], ธันวาคม 2553 แหล่งที่มา <http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=201012&section=6>

ตารางที่ 1 ปริมาณน้ำตาลในผลิตภัณฑ์<sup>3</sup>

ประเภท	จำนวน (ตัวอย่าง)	ปริมาณน้ำตาลต่อหนึ่งหน่วย บริโภค (กรัม)			ปริมาณน้ำตาลต่อหนึ่งหน่วย บริโภคอ้างอิง <sup>4</sup> (กรัม)		
		ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	เฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	เฉลี่ย
<b>1. นมและผลิตภัณฑ์นม (187 ตัวอย่าง)</b>							
นมสด	79	4	23	10	6	23	10
นมปรุงแต่ง	108	5	29	18	14	31	18
<b>2. นมเปรี้ยว/โยเกิร์ต (157 ตัวอย่าง)</b>							
นมเปรี้ยว	31	4	32	15	4	25	13
นมเปรี้ยวปรุงแต่ง	70	4	33	19	4	27	18
โยเกิร์ต	11	4	18	11	5	20	13
โยเกิร์ตปรุงแต่ง	45	8	24	16	9	25	19
<b>3. น้ำผลไม้ (222 ตัวอย่าง)</b>							
น้ำผลไม้พร้อมดื่ม	203	6	63	25	4	50	22
น้ำผลไม้เข้มข้น	19	10	44	21	**5		
<b>4. เครื่องดื่มจากพืช ผัก ธัญพืช รวมทั้งนมถั่วเหลือง (326 ตัวอย่าง)</b>							
น้ำดื่มพร้อมดื่ม	126	0	46	23	0	43	19
น้ำดื่มเข้มข้น	5	5	27	20	**5		
นมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม	79	0	79	16	0	45	13

<sup>3</sup> สำนักอาหาร, น้ำตาลในเครื่องดื่ม [ออนไลน์], 2558. แหล่งที่มา

[http://food.fda.moph.go.th/data/document/2558/CS\\_sugar.pdf](http://food.fda.moph.go.th/data/document/2558/CS_sugar.pdf)

<sup>4</sup> หน่วยบริโภคอ้างอิงตามบัญชีแนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2540 เรื่อง ฉลากโภชนาการ กำหนด

- นมและผลิตภัณฑ์นม เท่ากับ 200 มิลลิลิตร
- นมเปรี้ยว/โยเกิร์ต เท่ากับ 150 มิลลิลิตร
- เครื่องดื่มพร้อมบริโภค เท่ากับ 200 มิลลิลิตร

<sup>5</sup> \*\*ผลิตภัณฑ์ประเภทผงสำเร็จรูปหรือชนิดเข้มข้น ที่ต้องมีกำลัะถายัน้ ก่อนการบริโภคตามปริมาณที่กำหนดของผลิตภัณฑ์นั้น จึงมีเพียงค่าปริมาณน้ำตาลต่อหนึ่งหน่วยบริโภคของผลิตภัณฑ์

ประเภท	จำนวน (ตัวอย่าง)	ปริมาณน้ำตาลต่อหนึ่งหน่วย บริโภค (กรัม)			ปริมาณน้ำตาลต่อหนึ่งหน่วย บริโภคว่าอิง <sup>4</sup> (กรัม)		
		ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	เฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	เฉลี่ย
เครื่องดื่มธัญพืช/ธัญญาหาร พร้อมดื่ม	54	0	42	11	0	42	11
เครื่องดื่มธัญพืช/ธัญญาหาร ปรุงสำเร็จรูปชนิดผง	28	0	33	14	**6		
เครื่องดื่มสมุนไพรพร้อมดื่ม เช่น ชิง หล่อฮังก้วย เก๊กฮวย	20	12	54	24	8	36	17
เครื่องดื่มสมุนไพรสำเร็จรูป ชนิดผง	14	0	18	11	**6		
<b>5. ชา กาแฟ (194 ตัวอย่าง)</b>							
ชาพร้อมดื่ม	74	0	56	24	0	39	16
ชาสำเร็จรูปชนิดผง	29	0	29	14	**6		
กาแฟพร้อมดื่ม	12	0	49	16	0	33	15
กาแฟสำเร็จรูปชนิดผง	79	0	14	14	**6		
<b>6. น้ำอัดลม (67 ตัวอย่าง)</b>							
น้ำหวานอัดก๊าซ	59	14	51	30	14	31	25
น้ำหวานอัดก๊าซสูตรไม่มี น้ำตาล	8	0	0	0	0	0	0
<b>7. เครื่องดื่มเกลือแร่ (12 ตัวอย่าง)</b>							
พร้อมดื่ม	12	14	30	27	11	24	19
<b>8. เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและกาเฟอีนเป็นส่วนประกอบ (16 ตัวอย่าง)</b>							
พร้อมดื่ม	16	2	28	24	12	41	32

<sup>6</sup> เรียงเดียวกัน

ประเภท	จำนวน (ตัวอย่าง)	ปริมาณน้ำตาลต่อหนึ่งหน่วย บริโภค (กรัม)			ปริมาณน้ำตาลต่อหนึ่งหน่วย บริโภคอ้างอิง <sup>4</sup> (กรัม)		
		ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	เฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	เฉลี่ย
<b>9. เครื่องดื่มอื่น ๆ (61 ตัวอย่าง)</b>							
น้ำหวานเข้มข้น	6	10	49	34	**7		
เครื่องดื่มแต่งกลิ่นรส เช่น น้ำผลไม้	55	1	44	18	1	44	15

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบนั้น มีทั้งเครื่องดื่มจากพืช ผัก ผลไม้จากธรรมชาติ และเครื่องดื่มที่ปรุงแต่งขึ้น โดยในการใส่น้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเพิ่มเติมลงไป และเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปัจจุบันนั้น มีมากมายหลากหลายชนิด หากแต่ในปัจจุบันนี้ การจำกัดปริมาณน้ำตาลนั้นจะครอบคลุมครบทุกประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือไม่ ผู้วิจัยจะขอแสดงหลักเกณฑ์ในการจำกัดปริมาณน้ำตาลในบทที่ 3 ต่อไป

การเลือกบริโภคสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลชนิดใดก็ตาม นอกจากปัจจัยเรื่องความชอบส่วนบุคคลแล้ว ยังขึ้นอยู่กับราคาขายที่ผู้ผลิตกำหนดไว้ โดยกลุ่มบุคคลแต่ละกลุ่มมีกำลังการซื้อที่แตกต่างกัน ดังนั้นการกำหนดราคาขายของผู้ผลิตนั้นจึงมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดปริมาณความต้องการซื้อสินค้าในตลาดของผู้ผลิต และความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน ดังนั้นหลักทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เรื่องความยืดหยุ่นของอุปสงค์จึงเป็นสิ่งที่ช่วยในการกำหนดราคาขายของสินค้าที่เหมาะสม เพื่อให้ราคาขายของสินค้าสามารถกำหนดการเลือกซื้อสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของผู้บริโภคได้

### 2.1.3 โทษของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

การบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบนั้น โดยส่วนมากก่อให้เกิดประโยชน์มากกว่าโทษต่อร่างกาย ประโยชน์ของการดื่มเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล เช่น ช่วยให้อารมณ์ดี รุสสิกรกระปรี้กระเปร่า หรือทำให้ร่างกายได้รับพลังงานจากน้ำตาลที่อยู่ในเครื่องดื่ม แต่การดื่มเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลมากเกินไป ก็สามารถก่อให้เกิดผลเสียที่ร้ายแรงต่อร่างกายได้มากมาย เช่น อาจก่อให้เกิดโรคติดต่อไม่เรื้อรังต่าง ๆ อาทิเช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน เป็นต้น

<sup>7</sup> เรือเดียวกัน

นอกจากนี้แล้ว หากคนไทยได้ตระหนักถึงโทษของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล และรัฐบาลมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เรื่องนี้กับประชาชนอย่างทั่วถึง จริงจัง และสม่ำเสมอ ก็จะช่วยให้คนไทยได้ตระหนักและหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพของตนเองกันอย่างจริงจัง รวมถึงหน่วยงานผู้ประกอบการต่าง ๆ ก็จะหันมาผลิตเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลน้อยลง หรือยอมที่จะผลักรำกระทบทุนที่สูงขึ้นไปให้แก่ผู้บริโภค นั่นคือยอมที่จะลดกำไรในกิจการของตนเองลง เนื่องจากเห็นแก่ผลประโยชน์ของประชาชนส่วนรวมอย่างแท้จริง ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอโทษของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ<sup>8</sup> ดังต่อไปนี้

- (1) ทำให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังต่าง ๆ เช่น โรคอ้วน เบาหวาน ความดันโลหิต และโรคฟันผุ เป็นต้น
- (2) ทำให้เลือดหนืดข้นมากขึ้น เลือดจะไหลเวียนน้ำไปเลี้ยงส่วนต่าง ๆ ในร่างกายได้ช้าลง และทำให้ระบบการทำงานของอวัยวะผิดปกติ
- (3) ทำให้เกิดไขมันสะสม จนทำให้อ้วน เนื่องจากน้ำตาลจะถูกเก็บไว้ในตับ และส่งไปในกระแสเลือด หลังจากนั้นจะเปลี่ยนเป็นกรดไขมัน เมื่อตับทำงานโดยการนำน้ำตาลออกมาไว้ในกระแสเลือดไม่ทันกับปริมาณของน้ำตาลที่เพิ่มสูงขึ้น ก็จะทำให้ น้ำตาลที่อยู่ในตับกลายเป็นไขมันที่สะสมในร่างกายจำนวนมาก
- (4) ทำให้อาการของโรคติดเชื้อ ผู้บริโภคเป็นอยู่มีอาการของโรคหนักขึ้น
- (5) ส่งผลกับอารมณ์ ทำให้กระสับกระส่าย มีอาการซึมเศร้า อารมณ์แปรปรวน นอนไม่หลับ และไม่มีสมาธิ
- (6) ทำให้หิว เพราะน้ำตาลมีผลต่อการทำงานของระบบสมองและร่างกาย

นอกจากนี้งานวิจัยในสหรัฐอเมริกา<sup>9</sup>ได้ระบุว่า การบริโภคน้ำตาลเกินความจำเป็นส่งผลต่อความผิดปกติของระบบเผาผลาญของร่างกาย หรือระบบเมตาบอลิซึม และมีผลเสียต่อสุขภาพ เช่นเดียวกับการขาดสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย หลักฐานจากการศึกษาพบว่า การบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบมากขึ้น ทำให้ร่างกายได้รับพลังงานมากขึ้น น้ำหนักตัวสูงขึ้น และทำให้ได้รับสารอาหารที่จำเป็นลดน้อยลง ซึ่งสาเหตุหลักที่ร่างกายได้รับน้ำตาลเกินความต้องการของร่างกายนั้นมาจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวาน และการแข่งขันทางการตลาดของเครื่องดื่มที่เพิ่มสูงขึ้น โดยมีโปรโมชั่นผ่านสื่อต่าง ๆ และมีกิจกรรมส่งเสริมการขายมากมายที่จูงใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเหล่านั้น ทั้ง ๆ ที่ความเป็นจริงแล้ว ผู้บริโภคอาจไม่ได้ต้องการเครื่องดื่มเหล่านั้นจริง ๆ ก็ได้ จากกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน ส่งผล

<sup>8</sup> แรรวา คงพัก, ผลเสียของการกินน้ำตาล [ออนไลน์], 9 มีนาคม 2560. แหล่งที่มา

<https://mgronline.com/goodhealth/detail/9600000022185>

<sup>9</sup> Rachel K. Johnson and others, “Dietary Sugars Intake and Cardiovascular Health”, in *Circulation*, American Heart Association (Online: 2009), 1011-1016



ให้เกิดกระแสนิยมของดีมีเครื่องดีที่มีน้ำดื่มในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ดังนั้น นโยบายที่สนับสนุนของ  
 การบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลจึงเป็นหน้าที่ของทุกหน่วยงาน คือทั้งภาครัฐ หน่วยงานเอกชน  
 ผู้ประกอบการ และตัวผู้บริโภคเอง จึงจะทำให้การลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลได้ผลอย่าง  
 แท้จริง

#### 2.1.4 สถิติการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

สัดส่วนการครองตลาดของเครื่องดื่มในประเทศไทยเป็นตัวชี้วัดถึงปริมาณการบริโภค  
 เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของคนไทย และเป็นเครื่องชี้วัดว่าคนไทยมีสัดส่วนการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรส  
 หวานและมีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มที่ไม่มีรสหวานหรือไม่มีน้ำตาลเป็นส่วน  
 เท่าใด จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ซึ่งได้มีการสำรวจตลาดสินค้าเครื่องดื่มว่ามีสัดส่วนการครอง  
 ตลาดของสินค้าเครื่องดื่มแต่ละประเภทอย่างไร ทั้งนี้เป็นข้อมูลสัดส่วนของตลาดเครื่องดื่มในปี 2559  
 ดังแสดงในตารางที่ 2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทย<sup>10</sup>

ประเภทของเครื่องดื่มไม่มี แอลกอฮอล์	ส่วนแบ่ง การตลาดคิด เป็นร้อยละ	จำนวนเงินเมื่อคิดจาก ประมาณการของจำนวน เงินตลาดรวม 200 ล้าน บาท (ล้านบาท)	เครื่องดื่มมีน้ำตาล เป็นส่วนประกอบ หรือไม่
น้ำอัดลม	42.3	84.6	มีน้ำตาล
น้ำดื่มบรรจุขวด	22.6	45.2	ไม่มีน้ำตาล
เครื่องดื่มชูกำลัง เกลือแร่	12.6	25.2	มีน้ำตาล
ชาพร้อมดื่ม	6.3	12.6	มีน้ำตาล
น้ำผลไม้	6.2	12.4	มีน้ำตาล
กาแฟพร้อมดื่ม	4.7	9.4	มีน้ำตาล
เครื่องดื่มสมุนไพรและผลไม้เอเชีย	4.7	9.4	มีน้ำตาล
น้ำหวานเข้มข้น	0.6	1.2	มีน้ำตาล
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	

<sup>10</sup> Marketeer, ส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ [ออนไลน์], 18 กุมภาพันธ์ 2558, แหล่งที่มา  
<http://marketeer.co.th/archives/37238>

จากข้อมูลส่วนแบ่งตลาดเครื่องต้มไม่มีแอลกอฮอล์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าเครื่องต้มที่มีน้ำตาล และขายอยู่ในท้องตลาดโดยทั่วไป มีสัดส่วนการครองตลาดสูงถึงร้อยละ 77.4 หรือจำนวนเงินที่หมุนเวียนในตลาดการค้าสูงถึง 154.8 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นสัดส่วนการต้มเครื่องต้มที่มีน้ำตาลสูงมากสำหรับคนไทย

นอกจากนี้แล้ว ยังมีผลการศึกษาศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องต้มหวานที่เก็บข้อมูลบนถนนสายเศรษฐกิจ<sup>11</sup> จากการทำสำรวจปริมาณน้ำตาลของร้านขายเครื่องต้มบริเวณท่าวิทย์วิทยาลัทธิพิทยาลัทธิพิทยา เขตพญาไท ถนนราชวิถีรอบบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และถนนสีลม โดยโครงการเด็กไทยดูดี มีพลานามัย เพื่อเปรียบเทียบปริมาณน้ำตาลในเครื่องต้ม 1 แก้ว ปริมาณ 250 มิลลิลิตร จากตัวอย่างร้านค้า 62 ร้านค้า โดยเก็บตัวอย่างเมนูยอดนิยม 1 ใน 5 อันดับ และเครื่องต้มที่มาจากร้านค้าที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยรวมจำนวน 270 ตัวอย่าง ผลการสำรวจพบว่าเครื่องต้มที่มีปริมาณน้ำตาลมากที่สุด 5 อันดับแรกคือ

- (1) แดงโซด้า ปริมาณน้ำตาล 15.5 ช้อนชา
- (2) โอวัลติน 13.3 ช้อนชา
- (3) ชำมะนาว 12.6 ช้อนชา
- (4) ชำเต๋ายื่น 12.5 ช้อนชา และ
- (5) นมเย็น 12.3 ช้อนชา

ส่วนชาเย็น กาแฟเย็น ชาเขียวเย็น มีปริมาณน้ำตาลเฉลี่ย 11 ช้อนชา และโกโก้มีปริมาณน้ำตาล 10.8 ช้อนชา โดยเครื่องต้มบริเวณรอบอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิมีปริมาณน้ำตาลมากที่สุด รองลงมาคือวิทย์วิทยาลัทธิพิทยา และถนนสีลม ตามลำดับ ซึ่งมาจากร่วมกันสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และความนิยมของบุคคล

จากความนิยมในการบริโภคหวานของคนไทย และสัดส่วนในการครองตลาดของเครื่องต้มที่ไม่มีแอลกอฮอล์แต่มีส่วนประกอบของน้ำตาลในปริมาณที่สูง เป็นหลักฐานยืนยันถึงการบริโภคหวานของคนไทยว่ามีจำนวนสูง และเป็นสิ่งที่ทุกหน่วยงานต้องให้ความสนใจในการแก้ไขปัญหาในเรื่องนี้อย่างจริงจัง

## 2.2 แนวคิดทฤษฎีเชิงเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับการลดการบริโภค

การควบคุมการบริโภคเครื่องต้มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของประชาชนต้องอาศัยหลักเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเข้ามาช่วย เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดราคาขายของสินค้าที่เหมาะสมที่จะทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภคลงได้ ซึ่งการกำหนดราคาขายของผู้ผลิตเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเก็บภาษีของภาครัฐ ดังนั้น การกำหนดราคาขายของสินค้าที่เหมาะสม

<sup>11</sup> Donnaya Suvetwethin, เครื่องต้มน้ำตาลหวานความอร่อยเคลือบยาพิษ [ออนไลน์], 17 พฤศจิกายน 2559. แหล่งที่มา <http://www.thaihealth.or.th/microsite/content/5/ncds/181/34048-เครื่องต้มน้ำตาลหวานความอร่อยเคลือบยาพิษ.html>

ก็คือการกำหนดอัตราภาษีที่เหมาะสมนั่นเอง เนื่องจากการปรับอัตราภาษีให้สูงขึ้น จะส่งผลให้ผู้ผลิตปรับราคาสินค้าให้สูงขึ้น และจะส่งผลให้อุปสงค์ของผู้บริโภคลดลงในที่สุด แต่หากการปรับราคาขายให้สูงขึ้นนั้นมีจำนวนเงินเล็กน้อย และผู้บริโภคยังคงมีกำลังซื้อในระดับที่สูง ก็จะไม่สามารถทำให้อุปสงค์ลดลงได้ตามที่ภาครัฐต้องการ ดังนั้นมาตรการการจำกัดเก็บภาษีในปัจจุบันก็ยังคงมีความไม่เหมาะสมเนื่องจากการกำหนดอัตราภาษีที่ไม่สอดคล้องกับการปรับราคาขายที่ทำให้ถึงจุดของการลดลงของอุปสงค์ที่สำคัญได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอหลักแนวคิดทฤษฎีเชิงเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค อันได้แก่ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดราคาเพื่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และตลาดในทางเศรษฐศาสตร์

### 2.2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่สามารถอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคได้มี 2 ทฤษฎีด้วยกันคือ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคโดยอาศัยทฤษฎีอรรถประโยชน์ โดยทฤษฎีนี้เป็นการแสดงให้เห็นว่าสินค้าชนิดเดียวกันอาจเกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคในแต่ละคนแตกต่างกันไป ดังนั้นการขึ้นราคาของสินค้าอาจส่งผลกระทบต่อคนกลุ่มที่เห็นว่าสินค้าเหล่านั้น คุ้มค่าทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคกลุ่มนั้นได้อีกต่อไป เช่น อาจมาจากราคาที่ปรับตัวสูงขึ้นเกินกว่าอรรถประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้า แต่ผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งอาจยังคงเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาปรับราคาให้สูงขึ้นต่อไป เนื่องจากเห็นว่าสินค้าเหล่านั้นยังคงให้ความพึงพอใจได้ในระดับเท่าเดิมหรือลดลงไม่มาก ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเป็นประชาชนไทยที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง ซึ่งมีจำนวนประชากรประมาณร้อยละ 35<sup>12</sup> จากประชาชนไทยทั้งประเทศ ดังนั้นรัฐบาลอาจต้องใช้มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น เรื่องของการให้ความรู้ หรือจูงใจให้ประชาชนเห็นโทษของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเหล่านี้อย่างแพร่หลาย และอีกทฤษฎีหนึ่งที่จะใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาของการใช้มาตรการทางภาษีเพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประเทศไทยคือ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคโดยอาศัยเส้นแห่งความพอใจเท่ากัน หรือเกี่ยวข้องกับเรื่องของสินค้าที่สามารถนำมาทดแทนกันได้เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจในระดับเท่าเดิมนั่นเอง นั่นหมายความว่า หากมีสินค้าบางชนิดในเครื่องดื่มประเภทนั้น ๆ ไม่ได้ปรับราคาสินค้าเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตาม เช่น ผู้ผลิตสามารถแบกรับต้นทุนภาระภาษีที่เพิ่มขึ้น ไปได้ เป็นต้น ก็จะทำให้ผู้บริโภคเพิ่มปริมาณการบริโภคสินค้าอีกชนิดที่ราคาถูกกว่าในสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลประเภทเดียวกัน หากเป็นเช่นนี้แล้ว ก็จะทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมขึ้น

<sup>12</sup> สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนภูมิ 3 รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน จำแนกตามระดับรายได้ 5 ระดับ (income quintile) ระหว่างปี 2531 ถึง 2558 [ออนไลน์], 10 มีนาคม 2560, แหล่งที่มา [http://www.thai-inequality.org/dataset/per-capita-income-31to58/resource/55a14857-79f4-49a4-b27b-aec5bec7f90c?view\\_id=957ad19a-4ca6-4856-89b0-c78e95524f58](http://www.thai-inequality.org/dataset/per-capita-income-31to58/resource/55a14857-79f4-49a4-b27b-aec5bec7f90c?view_id=957ad19a-4ca6-4856-89b0-c78e95524f58)

ในกลุ่มผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีการเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหานี้ในบทที่ 5 บทวิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนวทางแก้ไขต่อไป

### 2.2.1.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคโดยอาศัยทฤษฎีอรรถประโยชน์

หลักการคือ การที่ผู้บริโภคซื้อ สินค้าหรือบริการก็เพราะว่าผู้บริโภคมีความพอใจ (หรือเรียกว่าอรรถประโยชน์ในทางเศรษฐศาสตร์) ในสินค้าหรือการรับบริการนั้น ๆ ซึ่งสินค้าชนิดเดียวกันอาจให้ความพอใจต่างกันแก่ผู้บริโภคแต่ละคน และสินค้าชนิดเดียวกันก็อาจให้ความพึงพอใจต่างกันแก่ผู้บริโภคคนเดียวกันก็ได้ อย่างไรก็ตามความพอใจในสินค้าและบริการมักขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคในสินค้านั้น นวัตกรรมมีมากน้อยเพียงใด หากผู้บริโภคมีความต้องการสูง ความพอใจที่ได้รับจากการบริโภคสินค้านั้น ก็จะยิ่งมาก ฉะนั้น ผู้บริโภคจะเลือกซื้อ สินค้าอย่างมีเหตุผลได้ตามที่ต้องการ และให้ได้ความพึงพอใจสูงสุดจากเงินงบประมาณเท่าที่ตนมีอยู่และไม่สามารถเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างบุคคลได้<sup>13</sup>

ผู้วิจัยเห็นว่า สำหรับการขายสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบในประเทศไทยนั้น ให้ความพึงพอใจกับผู้บริโภคได้ในระดับที่สูง เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอากาศร้อนตลอดเกือบทั้งปี และแนวโน้มการขายสินค้าที่มีน้ำตาลที่สูงขึ้นก็เป็นที่ยืนยันได้ว่า การให้อรรถประโยชน์ของสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลกับคนไทยนั้นอยู่ในระดับที่สูง เนื่องจากเครื่องดื่มเหล่านั้นช่วยให้ดับกระหายและรู้สึกสดชื่นได้ อีกทั้งยังหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาดทั่วไปอีกด้วย ดังนั้นหากจะนำทฤษฎีนี้มาปรับใช้ รัฐบาลจะต้องแสดงให้เห็นถึงโทษของการดื่มเครื่องดื่มเหล่านี้อย่างจริงจัง เพื่อให้ประชาชนเกิดความไม่พึงพอใจในสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเหล่านี้

### 2.2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคโดยอาศัยเส้นแห่งความพอใจเท่ากัน

หลักการคือ ถ้าผู้บริโภคเพิ่มการบริโภคสินค้าอย่างหนึ่ง ผู้บริโภคจะต้องลดการบริโภคสินค้าอีกอย่างหนึ่ง หรือในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้บริโภคลดการบริโภคสินค้าอย่างหนึ่ง ผู้บริโภคจะต้องเพิ่มการบริโภคสินค้าอีกอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ไม่ว่าผู้บริโภคจะบริโภคสินค้า 2 ชนิด ที่ปริมาณเท่าใดก็ตาม ผู้บริโภคก็จะได้รับความพอใจเท่า ๆ กัน<sup>14</sup> นั่นคือหากการปรับราคาสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลให้สูงขึ้นในแต่ละผลิตภัณฑ์มีความไม่เท่าเทียมกัน เช่น มีผู้ประกอบการบางรายยังสามารถรับต้นทุนทางภาษีที่สูงขึ้นนี้ไว้กับตนเอง และไม่ปรับราคาสินค้าให้สูงขึ้น ก็อาจส่งผลให้ผู้บริโภคที่ต้องการดื่มเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเพื่อดับกระหาย ไม่เลือกซื้อสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลที่มีการปรับราคาสูงขึ้น แต่ยังคงเลือกซื้อ สินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลยี่ห้อที่ไม่มีมีการปรับราคาสูงขึ้น เพื่อทดแทนสินค้าที่เคยให้ความ

<sup>13</sup> ณรงค์ ธนาวิภาส, *หลักเศรษฐศาสตร์*, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ วิทยพัฒน์, 2560), หน้า 83

<sup>14</sup> อดุลย์ จำตุรงค์กุล. (2534). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พึงพอใจที่เท่ากันในช่วงที่ยังไม่ปรับราคาสูงขึ้น อาทิเช่น หากโค้กและเป๊ปซี่เคยให้ความพึงพอใจกับลูกค้าในระดับที่เท่ากัน ต่อมาโค้กปรับราคาสูงขึ้น แต่เป๊ปซี่ไม่ปรับราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะลดการบริโภคเครื่องดื่มโค้ก และหันไปดื่มเครื่องดื่มเป๊ปซี่มากขึ้น เพื่อให้ได้ความพึงพอใจในระดับเดิมที่เคยได้รับ

จากแนวทางการอธิบายถึงทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 2 แนวทางที่กล่าวมาข้างต้น การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับความพอใจเป็นสำคัญ ซึ่งความพอใจดังกล่าวเกิดขึ้นจากกรณีที่ผู้บริโภคได้ใช้เหตุผลในการพิจารณาตัดสินใจ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการอันเนื่องมาจากมีเหตุผลของตนเองเป็นสำคัญ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคโดยมีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล โดยแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) วัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือชนบทรอบเนินมประเพณี (Subculture) ชั้นของสังคม (Social Class)<sup>15</sup> เช่น วัฒนธรรมของคนไทยที่นิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสชาติดหวานเย็น เนื่องจกช่วยดับกระหายและทำให้สดชื่น เพราะประเทศไทยเป็นประเทศในเขตร้อน

(2) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน มีอิทธิพลต่อการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ครอบครัว (Family) บทบาทและสถานะ (Roles and Status)<sup>15</sup> เช่น ในกลุ่มเพื่อนสนิทที่มีกำรดื่มเครื่องดื่ม น้ำอัดลมกันเป็นประจำ ก็จะส่งผลให้คนอื่น ๆ ในกลุ่มที่ไม่ได้ดื่ม น้ำอัดลมหันมาดื่มตาม เนื่องจากความเคยชินและกำรอยู่รวมกันเป็นกลุ่มก็อาจส่งผลให้เกิดพฤติกรรมกำรลอกเลียนแบบ

(3) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) กำรตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลในด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ (Age) ชั นตมวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) อาชีพ (Occupation) โอกาสทางธุรกิจ (Economic Circumstance) กำรศึกษา (Education) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) บุคลิกลักษณะ (Personality)<sup>16</sup> เช่น คนที่ทำงานในอาชีพรับรรับจ้าง มักมีพฤติกรรมกำรบริโภคเครื่องดื่มชูกำลังที่มีส่วนประกอบของน้ำตาล เนื่องจากต้องการให้ร่างกายได้รับค่าเพอิน และสามารถขบรลได้เป็นเวลานาน หรือคนที่ได้รับกำรศึกษาเรื่องกำรบริโภคน้ำตาลส่งผลให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ เช่น ครอบครัวที่มีสมาชิกเป็นแพทย์ ก็อาจส่งผลให้คนในครอบครัวนั้น มีกำรบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลดลงหรือไม่บริโภคเลย เป็นต้น

<sup>15</sup> ณรงค์ ธนาวิภาส, *หลักเศรษฐศาสตร์*, หน้า 83

<sup>16</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 84

(4) ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) ได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทำงานจิตวิทยา 6 อย่าง<sup>16</sup> คือ

(4.1) การจูงใจ เป็นวิธีการที่จะชักนำพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Needs) โดยอาศัยสิ่งจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ซึ่งการกระตุ้นให้ได้ผลนั้นขึ้นอยู่กับต้องการของร่างกาย และความต้องการด้านจิตใจของมนุษย์ เช่น ความต้องการความเชื่อถือ ความรักและอื่น ๆ เมื่อความต้องการถูกกระตุ้น ก็จะส่งผลให้บุคคลนั้น ต้องทำสิ่งบำบัดความต้องการของตน<sup>16</sup> ดังจะเห็นได้จากกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในท้องตลาดทั้งหลาย เช่น ซีโอ 1 ขวดแถมอีก 1 ขวด เป็นต้น การส่งเสริมการตลาดเหล่านี้ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีสนใจและความต้องการในเครื่องดื่มเหล่านี้ มากขึ้นและส่งผลให้ซื้อเครื่องดื่มเหล่านั้นในที่สุดเพื่อสนองความต้องการของตน ดังนั้นเรื่องส่งเสริมการตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญที่รัฐบาลควรมีนโยบายการควบคุมการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการเหล่านี้เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลงได้

(4.2) การรับรู้ เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกจัดประเภท ตีความและรับรู้ข้อมูลที่ได้รับ บุคคลที่ถูกกระตุ้นให้ตัดสินใจปฏิบัติจะมี การรับรู้ที่แตกต่างกัน แต่ละคนจะเกิดการรับรู้และตีความข้อมูลด้วยความรู้สึกตามวิธีของตน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ ลักษณะของสิ่งกระตุ้น ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งกระตุ้นกับสิ่งแวดล้อม และสถานะของแต่ละบุคคล<sup>16</sup> ดังนั้นหากผู้ประกอบการมีการกระตุ้นด้วยกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่ตนต้องการ ก็จะทำให้การเพิ่มขึ้นของกำไรสรรพสามิตจากปริมาณน้ำตาลไม่ได้ผลเท่าที่ควร เนื่องจากผู้ประกอบการก็จะเน้นการขายปริมาณมากจากกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมากกว่าเดิม ดังนั้น รัฐบาลควรมีการควบคุมการโฆษณาหรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการเหล่านี้ ดัชนีหรือไม่

(4.3) การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนอง สิ่งกระตุ้นนั้น นักการตลาดจะใช้แนวความคิดนี้ ดัชนีการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีก เพื่อทำให้เกิดการซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลของหลายอย่าง เช่น ทักษะคติ ความเชื่อถือ และประสบการณ์ในอดีต<sup>16</sup> ดังนั้นการกำหนดมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีอย่างเข้มงวด เช่น มาตรการการควบคุมการโฆษณา ก็เป็นสิ่งที่ภาครัฐต้องให้ความสำคัญ

(4.4) ความเชื่อถือ เป็นการยอมรับเกี่ยวกับข้อเท็จจริงต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นความจริง เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับคำสน่า ลัทธิ ตลอดจนเรื่องอื่น ๆ ความเชื่อเป็นสิ่งที่ห้ามได้ยาก และมีอิทธิพลต่อบุคคลมาก<sup>17</sup> คนเรามักจะทำสิ่งใดไปตามความเชื่อ และความคิดเห็นของตนเองเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น หากพฤติกรรมการบริโภคของคนไทยยังคงเชื่อว่า เครื่องดื่ม น้ำผักผลไม้ หรือนมเปรี้ยว

<sup>17</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 84

ต่าง ๆ มีประโยชน์ ทั้งๆ ที่เครื่องตีเหล็กเหล่านั้น มีส่วนประกอบของน้ำตาล ก็จะทำให้ปริมาณการบริโภค เครื่องตีเหล็กที่มีน้ำตาลยังคงมีอยู่ในระดับสูงเช่นเดิม

(4.5) ทักษะคติ ถือเป็นแนวคิดที่สำคัญทางด้านจิตวิทยา และการสื่อสารที่คนคิดไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมากับบุคลิกภาพของคนเรา แต่ทักษะคติเกิดขึ้นจากระบบการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ของบุคคล<sup>17</sup> ดังนั้นหากมีการเผยแพร่เรื่องโทษของการบริโภค เครื่องตีเหล็กที่มีน้ำตาลให้สังคมรับทราบเป็นประจำและเสนออย่างเป็นประจำ ซ้ำ ๆ บ่อย ๆ ก็จะช่วยให้ ประชาชนตระหนักถึงโทษของเครื่องตีเหล็กเหล่านั้น ไปได้

(4.6) แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง เป็นลักษณะหรือพฤติกรรมเฉพาะตัว เช่น การที่มีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง เป็นคนที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นคนที่เข้าสังคมได้ดี ปรับตัวง่าย ลักษณะบุคลิกส่วนตัวนั้นว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค<sup>17</sup> สำหรับแนวคิดในด้านนี้ ถือว่าเป็นปัจจัยที่ภาครัฐไม่สามารถควบคุมได้ เนื่องจากมีความเป็นปัจเจกบุคคล ดังนั้น ภาครัฐควรมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่สามารถควบคุมได้ เพื่อใช้กำหนดมาตรการต่าง ๆ

## 2.2.2 การกำหนดราคาเพื่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

การกำหนดราคาถือเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดทิศทางความเป็นไปได้ของการใช้มาตรการทางภาษีเพื่อให้ประชาชนลดการบริโภคลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ จะแบ่งเป็นการทำความเข้าใจเรื่องการกำหนดราคาใน 2 ส่วน ได้แก่ ความหมายของราคา มูลค่า และอรรถประโยชน์ จะทำให้เข้าใจได้ว่าราคานั้นอาจไม่ได้สัมพันธ์กับมูลค่าและอรรถประโยชน์เสมอไป ถ้าหากสินค้าอื่น ๆ มีความสำคัญกับผู้บริโภคมาก ต่อให้ราคาถูกก็จะมีมูลค่ามาก เช่นในกรณีของประเทศไทยที่มีอากาศร้อน น้ำอัดลมเย็นๆ ขึ้นใจอาจมีมูลค่าต่อจิตใจของประชาชนไทยมากกว่า น้ำอัดลมเย็นๆ ในประเทศที่มีอากาศหนาว และอีกส่วนคือ ราคาตุลยภาพและการปรับตัวของระดับราคา เป็นการแสดงให้เห็นว่า หากราคาสินค้ามีการปรับราคาสูงขึ้น จะต้องส่งผลให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลดลงอย่างแน่นอน ดังนั้นการขึ้นราคาสินค้าจึงมีความสำคัญ จึงเป็นสิ่งที่ทำอย่างไรให้ผู้บริโภค ผลักภาระภาษีไปยังผู้บริโภค ซึ่งจะได้อธิบายต่อไปในบทที่ 5 การวิเคราะห์ปัญหาและการเสนอแนวทางการแก้ไข

### 2.2.2.1 ความหมายของราคา มูลค่า และอรรถประโยชน์

ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ (สินค้า และ/หรือบริการ) โดยผู้ซื้อ และผู้ขายตกลงกัน ราคาคือปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดความพึงพอใจของ

ผู้บริโภค หากผู้บริโภคประเมินว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่าและก่อให้เกิดอรรถประโยชน์เหมาะสมกับราคา หรือจำนวนเงินที่จ่ายไป ผู้บริโภคก็จะพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ<sup>18</sup>

มูลค่า (Value) หมายถึง ผลของการประเมินที่กำหนดในรูปของเงินตราที่สามารถสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าได้<sup>18</sup> เช่น น้ำอัดลมกระป๋องที่มีราคา 20 บาท แต่ผู้บริโภคได้ดื่มในขณะที่รู้สึกร้อนมากและเหนื่อยมาก ผู้บริโภคอาจจะประเมินมูลค่าของน้ำอัดลมกระป๋องนี้ ในเวลาเช่นนี้มากกว่าราคา 20 บาท และไม่ยอมแลกน้ำอัดลมนี้ กับสินค้าอื่น ๆ เป็นต้น

อรรถประโยชน์ (Utility) หมายถึง ผลประโยชน์ผู้บริโภคที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ<sup>18</sup> เช่น การได้ดื่มน้ำอัดลมดับกระหายในช่วงเดือนเมษายนที่อากาศร้อนจัด ทำให้เกิดความรู้สึกสดชื่น กระปรี้ กระเปร่าจึงกลายเป็นอรรถประโยชน์ของน้ำอัดลม เป็นต้น

ดังนั้น หากภาครัฐต้องการใช้มาตรการทางภาษีเข้ามาช่วยเพื่อให้เกิดการลดการบริโภคของ เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนลงได้ การกำหนดราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคพิจารณาจาก มูลค่าและอรรถประโยชน์จากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเหล่านั้น ดังนั้นภาครัฐควรมีความเข้าใจในการ กำหนดราคาของผู้ผลิต ว่าราคาเป็นตัวกำหนดความต้องการของตลาดลูกค้าเป้าหมายของผู้ประกอบการ และจะส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรของกิจการได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการบางรายเลือกที่จะแบกรับต้นทุนจากการเพิ่มขึ้นของภาษีไว้เอง และไม่ปรับราคาขายให้สูงขึ้น เนื่องจากต้องการรักษากำไรเป้าหมายลูกค้าของตนเองไว้ ซึ่งกิจการมักใช้การกำหนดราคานี้เป็นกลยุทธ์สำหรับการแข่งขัน หรือการสร้างสัดส่วนครองตลาดของกิจการได้อีกด้วย ดังจะเห็นได้จากผู้ประกอบการที่มีปรับ ราคาสูงขึ้น และต้องการแข่งขันในตลาด ก็จะใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาสินค้า เป็นบางช่วงเวลา หรือการแถมสินค้าของตนเองให้ลูกค้า เพื่อจูงใจให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้าของตนเอง มากขึ้น

### 2.2.2.2 ราคาคุณภาพและการปรับตัวของระดับราคา

สิ่งสำคัญในการกำหนดระดับราคาที่เหมาะสมเพื่อให้ความต้องการซื้อลดลง และไม่เกิดผลเสียต่อปริมาณความต้องการขายของผู้ประกอบการมากนัก จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้ คือ ราคาคุณภาพและการปรับตัวของระดับราคา คือสิ่งสำคัญในการกำหนดว่าปริมาณความต้องการซื้อที่ลดลงนั้นจะต้องสอดคล้องกับปริมาณความต้องการขายของผู้ผลิต ซึ่งจะทำให้ทั้งผู้บริโภครู้สึกว่าสามารถลดการบริโภคลงได้ และผู้ผลิตก็สามารถดำรงอยู่ได้ในกิจการผลิตเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ซึ่งการ กำหนดราคาเพื่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจที่เหมาะสม จำเป็นต้องมีความเข้าใจว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งหากเข้าใจปัจจัยที่กำหนดปริมาณความต้องการซื้อได้แล้ว ก็จะสมารถทำให้กำหนดระดับราคาที่เหมาะสมได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อราคาของปริมาณซื้อตามกฎ

<sup>18</sup> ชมพูนิกข์ อัมพรมหา, การกำหนดราคา [ออนไลน์], แหล่งที่มา

<https://sites.google.com/site/sersthsastrbeuxngntn22001001/7-kar-kahnd-rakha>

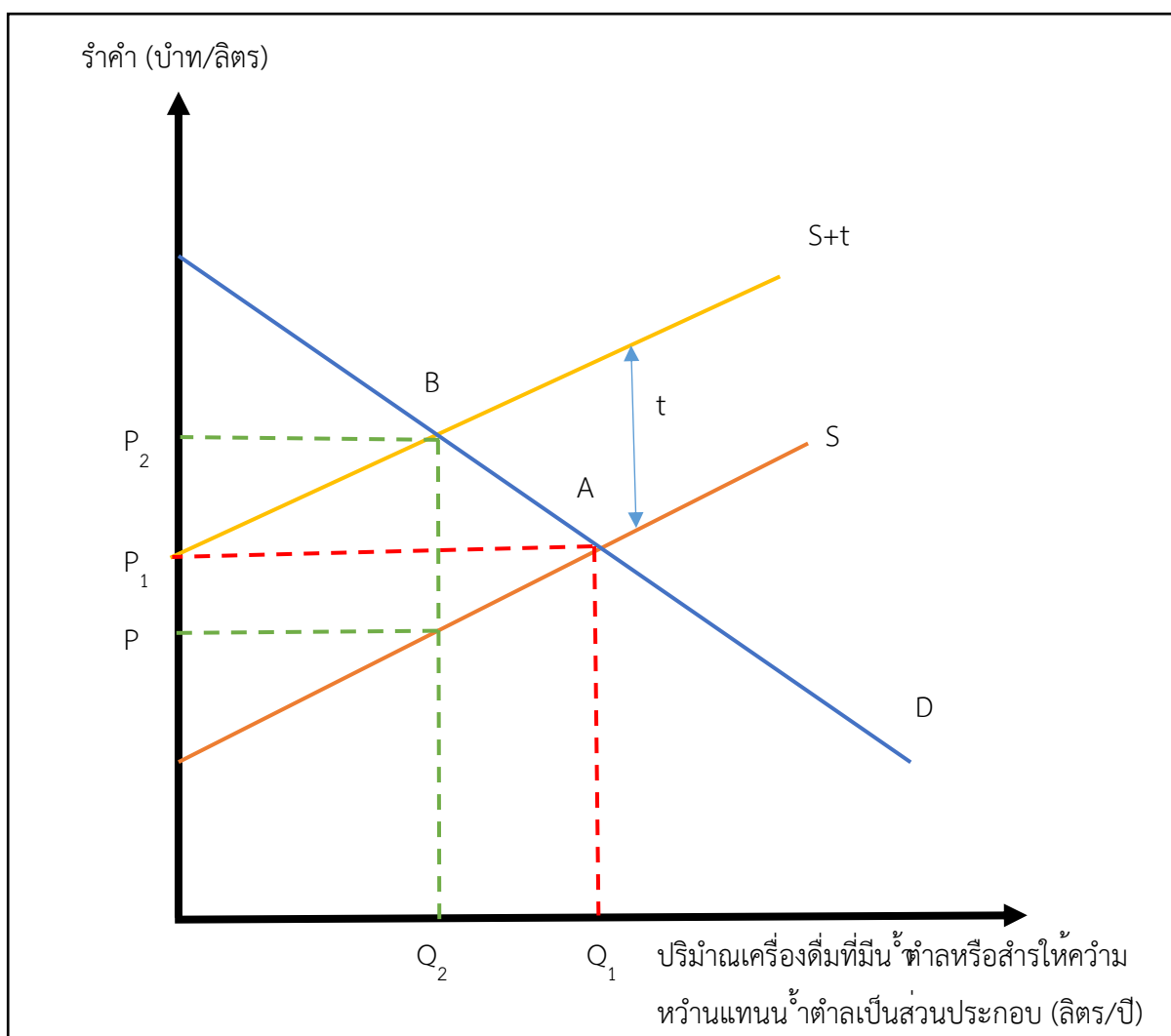


ของอุปสงค์ในที่สุด และกำรกำหนดระดับราคานั้นเป็นผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ของผู้ผลิต นั่นคือปัจจัยที่มีผลต่ออุปทานนั่นเอง

### (1) ราคาคุลยภาพ

ระดับราคาของสินค้าหรือบริการที่ทำให้ตลาดสินค้าหรือบริการชนิดนั้นเกิดดุลยภาพ กล่าวคือ เป็นระดับราคาที่ทำให้อุปสงค์เท่ากับอุปทาน หรือปริมาณซื้อเท่ากับปริมาณขายพอดี ถ้าใช้วิธีทำกราฟในการแสดงดุลยภาพของตลาด ราคาคุลยภาพก็คือ ราคาคตรงจุดตัดระหว่างเส้นอุปสงค์กับเส้นอุปทาน<sup>19</sup> ดังแสดงในรูปภาพที่ 2 ต่อไปนี้

ภาพที่ 2 กลไกการเก็บภาษีจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ<sup>20</sup>



<sup>19</sup> ณรงค์ ธนาวิภาส, หลักเศรษฐศาสตร์, หน้า 34

<sup>20</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่า เมื่อมีการเก็บภาษีเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ราคาเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสำหรับให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงการบริโภค โดยอาจจะบริโภคลดน้อยลง ซึ่งจะลดลงมาน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของผู้บริโภคแต่ละคนด้วย หากผู้บริโภคมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง ก็จะลดปริมาณการบริโภคลงได้ ทำให้การดำเนินนโยบายของภาครัฐเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ แต่หากผู้บริโภคมีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ ก็จะทำให้ลดปริมาณการบริโภคเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทำให้การดำเนินนโยบายไม่มีประสิทธิภาพอย่างที่ควรจะเป็น ดังนั้นหากจะนำมาตรึงการเก็บภาษีของภาครัฐมาใช้ในการควบคุมปริมาณการบริโภคสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสำหรับให้ความหวานแทนน้ำตาลนั้น จึงต้องมีการพิจารณาว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากหรือน้อย เพื่อใช้เป็นตัวกำหนดแนวทางและกำหนดอัตราภาษีที่ใช้ในการควบคุมที่เหมาะสมต่อไป

## (2) การกำหนดราคาเพื่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

อุปสงค์ (demand) หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะซื้อ และสามารถซื้อเข้ามาได้ในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ ที่ตลาดกำหนดมาให้<sup>21</sup> ดังนั้นการทำความเข้าใจว่าปริมาณความต้องการซื้อเกิดจากปัจจัยอะไรได้บ้าง จะทำให้เข้าใจพฤติกรรมที่สำคัญที่เป็นตัวกำหนดปริมาณความต้องการซื้อสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

(2.1) ความต้องการซื้อ ลำดับแรกผู้บริโภคจะต้องมีความอยากได้ในสินค้าหรือบริการเหล่านั้นก่อน อย่างไรก็ตามการมีแต่ความต้องการไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ เพราะอุปสงค์จะต้องเป็นความต้องการที่สามารถซื้อได้และเกิดการซื้อขายขึ้นจริง ๆ<sup>22</sup> สำหรับสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในประเทศไทยนั้น ถือเป็นเครื่องดื่มที่มีความต้องการสูงของผู้บริโภคสูงมาก ดังจะเห็นได้จากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหลากหลายประเภทในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นสิ่งยืนยันได้ว่า ความต้องการซื้อของผู้บริโภคที่มีสูงเช่นนี้ ทำให้ผู้ผลิตต่างเร่งออกผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเหล่านี้ ออกมามากมาย

(2.2) ความเต็มใจที่จะจ่าย คือการที่ผู้บริโภคมีความยินดีที่จะยอมเสียเงินเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้านั้นมา หรือเพื่อใช้ในการบำบัดความต้องการของตน<sup>23</sup> สำหรับสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสำหรับให้ความหวานแทนน้ำตาลนั้น แม้จะเป็นเครื่องดื่มที่

<sup>21</sup> ณรงค์ ธนวิภาส, หลักเศรษฐศาสตร์, หน้า 25

<sup>22</sup> ณรงค์ ธนวิภาส, หลักเศรษฐศาสตร์, หน้า 34

<sup>23</sup> ณรงค์ ธนวิภาส, หลักเศรษฐศาสตร์, หน้า 34

ก่อให้เกิดโทษต่อร่างกาย แต่ก็ถือเป็นเครื่องตีที่ผู้บริโภคต่างต้องการซื้อเพื่อบำบัดความต้องการของตนเอง เช่น การที่ได้ทำน่าน้ำหวานแล้วรู้สึกสดชื่น การติดของหวานหรือน้ำหวาน ซึ่งหากไม่ได้ทำน่าน้ำหวานแล้วอาจทำให้รู้สึกหงุดหงิดอารมณ์เสียได้ ดังนั้นการทำนหวานกฎอาจเป็นไปได้เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ผู้บริโภคจึงมีความเต็มใจที่จะจ่ายซื้อ อสินค้าเหล่านี้

(2.3) ความสามารถที่จะซื้อ ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ คือไม่ว่าบุคคลนั้นจะมีความอยากได้หรือความต้องการในสินค้านั้นหรือบริการมากน้อยเพียงใดก็ตาม ถ้าปราศจากความสามารถที่จะซื้อหรือจัดหามาแล้ว การซื้อ ขายจริง ๆ จะไม่เกิดขึ้น นั่นคือจะเป็นแต่เพียงความต้องการที่มีแนวโน้มจะซื้อเท่านั้น ซึ่งความสามารถที่จะซื้อโดยปกติจะถูกกำหนดจากขนาดของทรัพย์สินหรือรายได้ที่บุคคลนั้นมีหรือหามาได้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน<sup>23</sup> กล่าวคือ ถ้ามีรายได้หรือทรัพย์สินมากความสามารถที่จะซื้อก็จะมีสูง ถ้ามีน้อยก็จะมีความสามารถในการซื้อต่ำ สำหรับสินค้าเครื่องตีที่มีน้ำตาลนั้นมีหลากหลายราคาและขนาด ซึ่งในประเทศไทยถือว่าประชาชนต่างทำซื้อเครื่องตีเหล่านี้ได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป และถือว่าเป็นเครื่องตีที่มีราคาถูก ดังนั้นการปรับขึ้น ราคาภาษีสรรพสามิตจากปริมาณน้ำตาลในเครื่องตีนั้น หากไม่มีอัตราค่าการปรับเพิ่มขึ้นของราคาที่สูงมาก ก็อาจเกิดปัญหาหลายด้าน เช่น ผู้ผลิตไม่ผลักภาระภาษีไปยังผู้บริโภค ทำให้ราคาขายไม่ปรับตัวสูงขึ้น หรือกรณีที่ผู้ผลิตอาจผลักภาระภาษีไปยังผู้บริโภคแล้วแต่ราคาขายก็ยังคงถูก และผู้บริโภคยังคงมีความสามารถที่จะซื้ออยู่ หากเป็นเช่นนั้นแล้วการปรับราคาขายเพิ่มขึ้นจากภาระภาษีที่เพิ่มขึ้น ก็จะไม่สามารถลดอัตราค่าการบริโภคเครื่องตีหวานของประชาชนลงได้ ดังนั้นการกำหนดอัตราภาษีที่เหมาะสม คือไม่ต่ำจนเกินไปจนผู้บริโภคยังคงมีความสามารถในการซื้อได้อยู่ แต่ผู้ประกอบการก็ยังสามารถดำเนินกิจการในธุรกิจเครื่องตีที่มีน้ำตาลต่อไปได้ จึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่ภาครัฐต้องให้ความสำคัญ

### (3) กฎของอุปสงค์

ภายใต้ข้อสมมติว่าปัจจัยตัวอื่น ๆ ที่มีผลต่ออุปสงค์มีค่าคงที่ ปริมาณอุปสงค์ของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามหรือผกผันกับระดับราคาของสินค้านั้น กล่าวคือเมื่อราคาลดลง ปริมาณอุปสงค์จะเพิ่มขึ้น นั่นคือปริมาณความต้องการซื้อ จะเพิ่มมากขึ้น และเมื่อราคาสูงขึ้นปริมาณอุปสงค์จะลดลง นั่นคือปริมาณความต้องการซื้อจะลดลง<sup>24</sup> ดังนั้นหากภาครัฐมุ่งหวังให้ประชาชนมีอัตราค่าการบริโภคเครื่องตีที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลลดลง ภาครัฐจะต้องกำหนดระดับภาษีที่สูงขึ้น และผลักดันให้ผู้ประกอบการผลักต้นทุนของภาระภาษีที่สูงขึ้นไปยังผู้บริโภคให้ได้ เพื่อให้วัตถุประสงค์ของการเก็บภาษีสรรพสามิตจากเครื่องตีที่ก่อให้เกิดโทษนี้ใช้ได้ผลอย่างแท้จริง

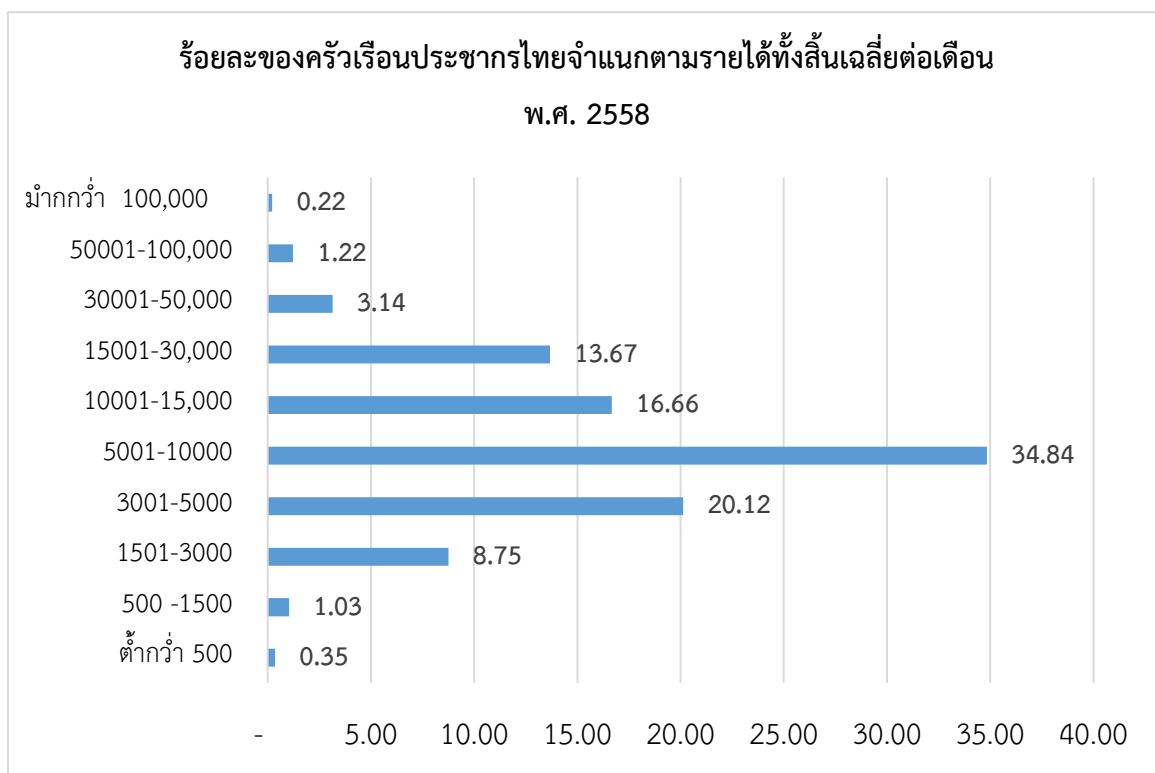
<sup>24</sup> ณรงค์ ธนวิภาส, หลักเศรษฐศาสตร์, หน้า 27

จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย พบว่าความต้องการซื้อเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของคนไทยอยู่ในระดับที่สูงจากข้อมูลปริมาณการขายเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูงขึ้นในปี 2559 ดังแสดงในบทที่ 1 และผู้บริโภคคนไทยก็มีความเต็มใจที่จะจ่ายและความสามารถที่จะซื้อ เนื่องจากสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเหล่านี้ถือเป็นสินค้าที่มีราคาถูกลง ซึ่งหากมีการปรับตัวขึ้นราคาสินค้าเครื่องดื่มเหล่านี้ให้สูงขึ้นแล้ว ผู้วิจัยคาดว่า กลุ่มคนไทยที่จะได้รับผลกระทบและเกิดการบริโภคที่ลดลงได้จริงน่าจะอยู่ในกลุ่มคนที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/คน/เดือน<sup>25</sup> ตามภาพที่ 3 (ข้อมูลในปี พ.ศ. 2558) ซึ่งคิดเป็นประชากรไทยร้อยละ 65<sup>26</sup> ดังนั้นยังคงมีจำนวนประชากรไทยอีกร้อยละ 35<sup>26</sup> ที่ผู้วิจัยคาดว่ามีการปรับราคาสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลให้สูงขึ้น ยังคงมีปริมาณการบริโภคที่สูงขึ้นต่อไป เนื่องจากการปรับราคาขึ้นเพียงเล็กน้อย ไม่ส่งผลทำให้ปริมาณความต้องการบริโภคสินค้าเหล่านั้นให้ลดลงได้ ดังนั้นหากปริมาณการบริโภคสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลยังคงมีสูงอยู่จากกลุ่มคนที่มีรายได้ปานกลางถึงสูงของคนไทยที่คิดเป็นร้อยละ 35<sup>26</sup> ภาครัฐจึงควรมีการปรับอัตราภาษีให้เหมาะสมกับผลของอุปสงค์ที่ต้องการให้กลุ่มคนเหล่านี้ มีที่บริโภคที่ลดลง

<sup>25</sup> สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนภูมิ 3 รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน จำแนกตามระดับรายได้ 5 ระดับ (income quintile) ระหว่างปี 2531 ถึง 2558 [ออนไลน์], 10 มีนาคม 2560, แหล่งที่มา [http://www.thai-inequality.org/dataset/per-capita-income-31to58/resource/55a14857-79f4-49a4-b27b-aec5bec7f90c?view\\_id=957ad19a-4ca6-4856-89b0-c78e95524f58](http://www.thai-inequality.org/dataset/per-capita-income-31to58/resource/55a14857-79f4-49a4-b27b-aec5bec7f90c?view_id=957ad19a-4ca6-4856-89b0-c78e95524f58)

<sup>26</sup> สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนภูมิ 3 รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน จำแนกตามระดับรายได้ 5 ระดับ (income quintile) ระหว่างปี 2531 ถึง 2558 [ออนไลน์], 10 มีนาคม 2560, แหล่งที่มา [http://www.thai-inequality.org/dataset/per-capita-income-31to58/resource/55a14857-79f4-49a4-b27b-aec5bec7f90c?view\\_id=957ad19a-4ca6-4856-89b0-c78e95524f58](http://www.thai-inequality.org/dataset/per-capita-income-31to58/resource/55a14857-79f4-49a4-b27b-aec5bec7f90c?view_id=957ad19a-4ca6-4856-89b0-c78e95524f58)

ภาพที่ 3 ร้อยละของครัวเรือน จำแนกตามรายได้ทั้งสิ้นเฉลี่ยต่อเดือน และสถานะทางเศรษฐกิจสังคมของครัวเรือน ทวีราชอาณาจักร พ.ศ. 2558<sup>26</sup>



#### (4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปทาน

อุปทาน คือปริมาณความต้องการขาย ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับราคาขายของสินค้านั้น ๆ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่ แต่หากเรานำปัจจัยตัวอื่นเข้ามาพิจารณา จะเห็นได้ว่าปริมาณความต้องการขายสินค้าหรืออุปทานไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยตัวอื่น ๆ ด้วย<sup>27</sup> ดังต่อไปนี้

(4.1) ต้นทุนการผลิต เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า ปริมาณความต้องการเสนอขายหรืออุปทาน จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับต้นทุนการผลิตของสินค้า กล่าวคือหากต้นทุนการผลิตมีจำนวนเงินสูงขึ้น ความสามารถในการเสนอขายหรืออุปทานจะมีปริมาณน้อยลง ถ้าต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง ปริมาณความต้องการเสนอขายหรืออุปทานจะมีมากขึ้น<sup>27</sup> ดังนั้นหากต้นทุนของผู้ผลิตสูงขึ้นจากการปรับขึ้นของภาษีสรรพสามิต ก็จะส่งผลให้ความต้องการเสนอขายของผู้ผลิตลดน้อยลง และจะส่งผลให้ปริมาณสินค้าที่มีน้ำต่ำสูงในท้องตลาดมีจำนวนน้อยลง ก็จะช่วยให้ผู้บริโภคทำสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำต่ำมาบริโภคได้น้อยลง หรือใน

<sup>27</sup> ณรงค์ ธนวิภาส, หลักเศรษฐศาสตร์, หน้า 32

อีกทางหนึ่ง หากผู้ผลิตพิจารณาแล้วว่าต้นทุนที่สูงขึ้นนี้ จะทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถดำเนินกิจการในตลาดต่อไปได้ เนื่องจากราคาต้นทุนที่สูงขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตก็จะมีกำไรปรับสูตรการผลิต เช่น อาจมีการลดปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มของตนเองลง เพื่อให้มีต้นทุนที่ลดลงได้จากการประหยัดรายจ่ายทางภาษีสรรพสามิต เป็นต้น

(4.2) ราคาปัจจัยการผลิต เนื่องจากราคาปัจจัยการผลิตเป็นตัวกำหนดต้นทุนการผลิตของสินค้าหรือบริการ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของราคาปัจจัยการผลิตทำให้ต้นทุนการผลิตเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน<sup>28</sup> เช่น ถ้าค่าจ้างแรงงานสูงขึ้นจะทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าโดยทั่วไปสูงขึ้น ส่งผลให้ปริมาณความต้องการเสนอขายหรืออุปทานลดลงได้ และถ้ากลับกันก็จะให้ผลในทางตรงกันข้าม ซึ่งปัจจัยการผลิตด้านภาษีของน้ำตาลที่ใส่ลงเครื่องดื่มก็ส่งผลให้มีต้นทุนที่สูงขึ้น หรือลดลงได้ ดังที่ได้อธิบายในข้อ 4.1 แล้ว

(4.3) ราคาสินค้าชนิดอื่น การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดหนึ่งอาจมีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการเสนอขายหรืออุปทานของสินค้าชนิดหนึ่งได้<sup>28</sup> เช่น หากราคาสินค้าเครื่องดื่มน้ำอัดลมมีราคาสูงขึ้นจากการปรับราคาภาษีสรรพสามิตที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการก็อาจสังเกตเห็นว่าการปรับตัวของราคาขายสินค้า น่าจะทำให้ผู้ประกอบการได้กำไรที่สูงขึ้น จึงอาจหันไปผลิตเครื่องดื่มน้ำอัดลมกันมากขึ้นก็ได้ ดังนั้นหากการปรับตัวที่สูงขึ้นของเครื่องดื่มน้ำอัดลมนี้ ไม่ได้ส่งผลให้ปริมาณความต้องการเสนอซื้อของผู้บริโภคลดลงมากนัก ก็อาจทำให้ผู้ประกอบการที่ผลิตเครื่องดื่มสินค้าที่ไม่มีน้ำตาลหันมาผลิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือน้ำอัดลมนี้เพิ่มขึ้นได้ ดังนั้นการปรับตัวของราคาขายสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลควรเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งตลาด และอยู่ในระดับสูงพอที่สามารถลดปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคได้

(4.4) เทคโนโลยีการผลิต ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีผลทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง เนื่องจากปัจจัยการผลิตจำนวนเท่าเดิม แต่ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าได้ในปริมาณมากขึ้น<sup>29</sup> นั่นคือความสามารถในการเสนอขายหรืออุปทานของสินค้าของผู้ผลิตมีเพิ่มขึ้น ดังนั้นสำหรับผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย ก็อาจทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของสินค้านั้น ๆ มีจำนวนน้อยกว่า เมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด ดังนั้นภาวะภาษีที่เพิ่มขึ้นซึ่งไม่ใช่อุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการเหล่านี้ ดังนั้นหากภาวะภาษีที่เพิ่มขึ้นไม่ส่งผลให้ผู้ประกอบการเหล่านี้ได้รับกำไรที่น้อยลงอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการเหล่านี้ อาจเลือกที่จะไม่ผลักราคาภาษีที่สูงขึ้น ไปให้แก่ผู้บริโภค

<sup>28</sup> ณรงค์ ธนวิภาส, *หลักเศรษฐศาสตร์*, หน้า 32

<sup>29</sup> ณรงค์ ธนวิภาส, *หลักเศรษฐศาสตร์*, หน้า 33

(4.5) ภาษี จำนวนภาษีที่รัฐบาลจัดเก็บจากการขายสินค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดต้นทุนการผลิตของสินค้า ถ้ารัฐบาลเก็บภาษีในอัตราสูงจะทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าสูงขึ้นก็จะส่งผลทำให้ความต้องการเสนอขายหรืออุปทานลดลง แต่ถ้ารัฐบาลเก็บภาษีในอัตราลดลง ทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าลดลง ก็จะส่งผลต่ออุปทานที่เพิ่มขึ้น<sup>30</sup> ดังนั้นหากภาครัฐต้องการให้ปริมาณเสนอขายสินค้าเครื่องดื่มในตลาดมีน้อยลง รัฐบาลก็ต้องปรับราคากำหนดขึ้นให้สูงขึ้นเรื่อยๆ

(4.6) การจำกัดการนำเข้าสินค้าในอนาคต ถ้าผู้ผลิตคาดการณ์ว่าราคาสินค้าในอนาคตจะสูงขึ้น ผู้ผลิตจะชะลอปริมาณการเสนอขายในปัจจุบันให้ลดลง ส่งผลให้อุปทานลดลง เพื่อการเก็บสินค้าไว้รอการขายในอนาคต ในทางกลับกัน ถ้าคาดการณ์ว่าราคาสินค้าในอนาคตจะลดลง ผู้ผลิตจะเพิ่มปริมาณการเสนอขายในปัจจุบันให้มากขึ้น ส่งผลให้อุปทานเพิ่มสูงขึ้น<sup>30</sup>

(4.7) สภาพดินฟ้าอากาศ ส่วนใหญ่จะมีอิทธิพลต่อผลผลิตทางการเกษตร ถ้าฝนฟ้าตกต้องตามฤดูกาล ผลผลิตก็จะมีมากและอุดมสมบูรณ์ แต่ถ้าสภาพดินฟ้าอากาศไม่ดี ปริมาณผลผลิตก็จะมีน้อย<sup>30</sup> ทั้งนี้สำหรับประเทศไทยนั้น เป็นประเทศที่สามารถจัดหาน้ำตาลได้ตลอดทั้งปี และยังมีปริมาณมากพอเพื่อการส่งออกอีกด้วย ดังนั้นสภาพอากาศที่ส่งผลกระทบต่อน้ำตาลในประเทศไทย จึงไม่ใช่เป็นปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์สำหรับสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในประเทศไทย

กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยต่าง ๆ มากมายที่เป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อปริมาณความต้องการเสนอขายหรืออุปทานของสินค้า ดังนั้นความเข้าใจในปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดความต้องการเสนอขายของสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลจึงมีความสำคัญ เพื่อเป็นตัวกำหนดราคายาของสินค้าที่เหมาะสม เพื่อให้ปริมาณการบริโภคสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลดลงได้จากหลักทางเศรษฐศาสตร์

### 2.2.3 ตลาดในทางเศรษฐศาสตร์

ตลาดในทางเศรษฐศาสตร์จะมีอยู่ 2 ประเภทหลัก คือ ตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ซึ่งตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์คือตลาดในอุดมคติของนักเศรษฐศาสตร์ ตลาดชนิดนี้เป็นตลาดที่ราคาสินค้าเกิดขึ้นจากแรงผลักดันของอุปสงค์และอุปทานโดยแท้จริง ไม่มีปัจจัยอื่น ๆ มาผลักดันในเรื่องราคา<sup>31</sup> ซึ่งในความเป็นจริงหากจะนำหลักทางเศรษฐศาสตร์เข้ามาใช้ใน

<sup>30</sup> ณรงค์ ธนวิภาส, หลักเศรษฐศาสตร์, หน้า 33

<sup>31</sup> เอสเพอร์โซ, ประเภทตลาด [ออนไลน์], 19 กันยายน 2551, แหล่งที่มา <http://www.vcharkam.com/varticle/38195>

การวิเคราะห์เพื่อการปรับราคาสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์มุ่งหวังให้ปริมาณการบริโภคของประชาชนลดลงได้ นั้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปเนื้อหาข้อตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ดังต่อไปนี้

ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ หมายถึง ตลาดที่มีการซื้อขายสินค้าที่มีลักษณะไม่เหมือนกัน ทำให้ผู้ซื้อ ศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจในสินค้าของผู้ขายคนหนึ่งมากกว่าอีกคนหนึ่ง นอกจากนี้ ผู้ซื้อ หรือผู้ขายในธุรกิจ มีน้อยเกินไป จนกระทั่งมีอิทธิพลในการกำหนดราคาสินค้าที่จำหน่ายได้ สินค้าที่ซื้อขายในตลาดทั่ว ๆ ไปก็มักจะเคลื่อนย้ายไปยังที่ต่าง ๆ ไม่สะดวก เพราะถนนไม่ดี การติดต่อสื่อสารไม่ดี และอาจจะมีกฎหมายการห้ามส่งสินค้าเข้าออกนอกเขตอีกด้วย ประกอบกับผู้บริโภคไม่ค่อยจะรอบรู้ในสภาวะของตลาดอย่างดี จึงทำให้ตลาดเป็นตลาดที่มีการแข่งขันอย่างไม่สมบูรณ์ โดยตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

(1) **ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (monopolistic competition)** คือตลาดที่มีผู้ซื้อ และผู้ขายเป็นจำนวนมาก และทั้งผู้ซื้อ และผู้ขายต่างมีอิสระเต็มที่ในการวางนโยบายการขายและการซื้อของตนโดยไม่กระทบกระเทือนคนอื่น<sup>32</sup> แต่สินค้าในตลาดนี้ เป็นสินค้าที่มีลักษณะหรือมาตรฐานแตกต่างกัน ก็ถือเป็นสินค้าอย่างเดียวกัน แต่ถือเป็นสินค้าที่มียี่ห้อแตกต่างกัน การบรรจุหีบห่อ การโฆษณาต่างกัน ก็เป็นสาเหตุให้ผู้ซื้อชอบหรือพึงใจในสินค้านั้นโดยยี่ห้อหนึ่งโดยเฉพาะ ทำให้ผู้ขายสามารถกำหนดราคาสินค้าของตนได้ ทั้ง ๆ ที่ผู้ขายในตลาดชนิดนี้ต้องแข่งขันกับผู้ขายรายอื่น เช่น สินค้าเครื่องดื่ม น้ำอัดลม เครื่องดื่มกาแฟพร้อมดื่ม นม โยเกิร์ต หรือน้ำผักผลไม้ เป็นต้น

(2) **ตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)** คือ ตลาดประเภทนี้มีผู้ขายเพียงไม่กี่ราย และผู้ขายแต่ละรายจะขายสินค้าเป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับปริมาณสินค้าทั้งหมดในตลาด ถ้าหากว่า ผู้ขายรายใดเปลี่ยนราคาหรือนโยบายการผลิตและการขายแล้ว ก็จะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตรายอื่น ๆ ตามไปด้วย<sup>31</sup> เช่น ตลาดสินค้าเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม ในปี 2560 หลังจากรัฐบาลได้ประกาศมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2560 เรื่องการเก็บภาษีจากปริมาณน้ำตาล ชาเขียวยี่ห้อฟูจิ ก็มี การปรับราคาสูงขึ้นจาก 25 บาท เป็น 30 บาท (ขึ้นราคาประมาณร้อยละ 20) ซึ่งในตลาดสินค้าชาเขียว นั้นถือเป็นตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย ซึ่งประกอบไปด้วย โออิชิ อิชิตัน และฟูจิ ดังนั้นชาเขียวโออิชิ กับอิชิตัน จึงมีการปรับราคาสินค้าให้สูงขึ้นในช่วงเดือนธันวาคม 2560 เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการกำหนดราคาของชาเขียวยี่ห้อฟูจิ เพื่อที่จะดำเนินการค้าร่วมกันอย่างราบรื่น เนื่องจากมีผู้ขายน้อยราย และผู้ขายทุกคนก็มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาและปริมาณสินค้าในตลาด ถ้าบริษัทใดเปลี่ยนนโยบายการขาย ย่อมมีผลกระทบต่อสินค้าชนิดนั้น ๆ ทั้งหมด เช่น ถ้าบริษัทใดบริษัทหนึ่งลดราคา สินค้าของคู่แข่งก็จะลดราคาลงด้วยเพื่อรักษาระดับการขายไว้เช่นกัน

<sup>32</sup> เอสเพรสโซ, ประเภทตลาด [ออนไลน์], 19 กันยายน 2551, แหล่งที่มา <http://www.vcharkam.com/varticle/38195>



(3) **ตลาดผูกขาด (Monopoly)** คือตลาดที่มีผู้ขายอยู่เพียงคนเดียว ทำให้ผู้ขายมีอิทธิพลเหนือราคาและปริมาณสินค้าอย่างสมบูรณ์ในการที่จะเพิ่มหรือลดราคา และควบคุมจำนวนขายทั้งหมดได้ตามต้องการ ส่วนมากจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ใช้เงินลงทุนมาก มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กรายอื่นไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้<sup>33</sup> สำหรับตลาดเครื่องดื่มจะไม่ใช่ตลาดผูกขาด เนื่องจากเทคโนโลยีในการผลิตมักมีคล้ายกัน และเป็นสินค้าที่ส่วนมากมักทดแทนกันได้

---

<sup>33</sup> เอสเพรสโซ่, ประเภทตลาด [ออนไลน์], 19 กันยายน 2551, แหล่งที่มา <http://www.vcharkam.com/varticle/38195>

### บทที่ 3

## มาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็น ส่วนประกอบของประเทศไทย

จากบทนำได้แสดงให้เห็นแล้วว่า อัตราการบริโภคสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของคนไทยที่สูงขึ้นในแต่ละปีนั้น ได้กลายเป็นปัญหาทางสุขภาพที่สำคัญของคนไทย เช่น ก่อให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังต่าง ๆ และส่งผลให้ภาครัฐต้องเข้ามาช่วยในการจ่ายค่ารักษาพยาบาล ดังนั้นการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุของปัญหาสุขภาพเหล่านี้ จึงควรมีการพิจารณาเพื่อแก้ไข ภาครัฐจึงได้มีการแก้ไขมาตรการการจัดเก็บภาษี คือพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 ให้มีความเหมาะสมกับปัญหาที่คนไทยเผชิญ โดยได้ปรับปรุงความหมายของเครื่องดื่มที่มีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต และอัตราภาษีที่สูงขึ้น ในพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 อย่างไรก็ตามยังคงมีมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีที่รัฐใช้ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลอยู่ด้วย ทั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอมาตรการทั้งทางภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีของทั้งอดีตและปัจจุบัน เพื่อให้เข้าใจมาตรการต่าง ๆ ของประเทศไทยก่อนที่จะวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น หนึ่งจากมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้ ได้ถูกนำมาใช้แล้ว

### 3.1 มาตรการทางภาษีสรรพสามิต

ประเทศไทยมีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบมาตั้งแต่พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 จนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของภาษีสรรพสามิต นั่นคือ การจัดเก็บภาษีจากสินค้าฟุ่มเฟือยหรือสินค้าที่ก่อให้เกิดโทษต่อร่างกาย ซึ่งเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลนั้นถือว่าเป็นเครื่องดื่มที่ก่อให้เกิดโทษต่อร่างกาย หากผู้บริโภครับประทานเข้าไปเกินกว่าปริมาณน้ำตาลที่ร่างกายต้องการ ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงกฎหมายของภาษีสรรพสามิตจากพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2527 มาเป็นพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 นั้น มีส่วนที่เหมือนกัน เช่น การกำหนดนิยามของเครื่องดื่มบางประเภทที่ต้องเสียภาษี และส่วนที่ต่างกัน ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญมากของพระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตตามปริมาณน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลที่อยู่ในเครื่องดื่ม นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มค่านิยามความหวานของเครื่องดื่มที่ต้องเสียภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 เพิ่มเติมจากพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 อีกด้วย ทั้งนี้ มาตรการทางภาษีสรรพสามิตเป็นมาตรการ

ที่ภาครัฐเชื่อว่าจะสามารถช่วยให้ประชาชนลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลที่ก่อให้เกิดโทษต่อร่างกายของประชาชนได้โดยตรง

### 3.1.1 ประวัติการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของประเทศไทย

การจัดเก็บภาษีสำหรับเครื่องดื่มนั้น ก่อนที่จะมีการจัดเก็บตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และก่อนหน้านั้นเครื่องดื่มถูกจัดเก็บตามพระราชบัญญัติภาษีเครื่องดื่ม พ.ศ. 2495 ซึ่งต่อมาได้ถูกยกเลิกและใช้พระราชบัญญัติภาษีเครื่องดื่ม พ.ศ. 2509 แทน สำหรับเหตุผลในการจัดเก็บนั้น ตามพระราชบัญญัติภาษีเครื่องดื่ม พ.ศ. 2495 ได้ระบุว่า เพื่อการควบคุมเครื่องดื่มซึ่งไม่มีแอลกอฮอล์ผสมอยู่ เฉพาะเครื่องดื่มที่บรรจุภาชนะและผนึกไว้ แต่ไม่รวมถึงน้ำธรรมดา น้ำแร่ เครื่องดื่มที่มีได้ผสมก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และมีได้สงวนคุณภาพด้วยเครื่องเคมี ความร้อนหรือความเย็น ซึ่งผลิตขึ้นเพื่อขายปลีกเอง น้ำนมและเครื่องดื่มซึ่งรัฐมนตรีประกาศยกเว้น<sup>1</sup> ทั้งนี้เนื่องจากรัฐบาลต้องการผลิตเครื่องดื่มบรรจุภาชนะในประเทศเป็นปีกแผ่นเพียงพอที่จะไม่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศแล้ว จึงสมควรเก็บภาษีเพื่อเป็นรายได้ของรัฐและชดเชยอำนาจนำเข้าที่จะขาดไป โดยยกเว้นเครื่องดื่มที่จำเป็นบางประเภทเพื่อมิให้เดือดร้อนต่อผู้บริโภค<sup>1</sup> สำหรับเหตุผลดั้งเดิมนี้เมื่อพิจารณาจะเห็นได้ว่าความมุ่งหมายที่จัดเก็บภาษีจากสินค้าประเภทนี้ เนื่องจากต้องการรายได้และควบคุมการบริโภคสินค้าที่ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งพิจารณาเหตุผลหลักแล้วการจัดเก็บลักษณะนี้อาจมีผลในเชิงที่ไม่ส่งเสริมต่อการประกอบอุตสาหกรรม ทั้งนี้เมื่อมีการปรับโครงสร้างกฎหมายภาษีสรรพสามิตในปี พ.ศ. 2527 ด้วยการนำสินค้าที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติแต่ละฉบับมารวมไว้ในพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 โดยให้เหตุผลว่า “เนื่องจากในการจัดเก็บภาษีจากสินค้าประเภทหนึ่ง ในปัจจุบันกรมสรรพสามิตต้องอาศัยกฎหมายฉบับหนึ่งโดยเฉพาะ ทั้ง ๆ ที่สินค้าเหล่านี้มีวิธีการจัดเก็บภาษีที่คล้ายคลึงกัน ทำให้เป็นที่ยุ่งยากต่อผู้มีหน้าที่เสียภาษีและผู้มีหน้าที่จัดเก็บ นอกจากนี้ ยังเป็นการไม่สะดวกต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีหรือการจัดเก็บภาษีสำหรับสินค้าประเภทอื่นเพิ่มขึ้นเพราะแต่ละครั้งจะต้องออกกฎหมายใหม่หนึ่งฉบับสำหรับสินค้าหนึ่งประเภท สมควรรวบรวมกฎหมายว่าด้วยภาษีต่าง ๆ ซึ่งกรมสรรพสามิตเป็นผู้จัดเก็บที่มีวิธีการจัดเก็บ

<sup>1</sup> จิตอำตา ธนโสภณ, “ภาษีสรรพสามิต : วิเคราะห์แนวคิดและหลักการจัดเก็บในประเทศไทย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545), น.41-42.

คล้ายคลึงกันไว้ด้วยกัน จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้”<sup>2</sup> จะเห็นได้ว่านอกจากเหตุผลที่กำหนดไว้แต่เดิมแล้ว ไม่มีการให้เหตุผลใหม่เกี่ยวกับการจัดเก็บสินค้าประเภทเครื่องตีที่มีความมุ่งหมายใดที่จัดเก็บนอกจากเพื่อรายได้และควบคุมการบริโภคเพราะเป็นสิ่งที่ไม่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีพ

ปัจจุบันการจัดเก็บภาษีเครื่องตีที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของประเทศไทยได้มีการปรับปรุงจากพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติพิกัตภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 เป็นพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติพิกัตภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์บ้านเมืองและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป สำหรับภาษีเครื่องตีนั้นได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติพิกัตภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2560 ที่ผ่านมา ซึ่งมีการเพิ่มเติมเรื่องการจัดเก็บภาษีเครื่องตีตามปริมาณน้ำตาลด้วย โดยมีการให้ระยะเวลาการปรับตัวกับผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าเครื่องตีที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ โดยการปรับขึ้นอัตราภาษีจะเพิ่มขึ้น นทก ๆ 2 ปีตามปริมาณน้ำตาล

### 3.1.2 การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องตีที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527

จากพระราชบัญญัติพิกัตอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 ได้กำหนดความหมายของเครื่องตีไว้ว่าเป็นเครื่องตีที่ตีได้ตามปกติที่ไม่การเจือปนและไม่มีแอลกอฮอล์ โดยอาจจะมีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อยู่ด้วยก็ได้ และจะต้องบรรจุอยู่ในภาชนะและผนึกไว้ เช่น น้ำแร่ น้ำหวาน น้ำผลไม้ น้ำพืชผัก และน้ำโซดา เป็นต้น ทั้งนี้ให้รวมถึงเครื่องตีที่ทำหรือบรรจุหรือได้จากเครื่องขायเครื่องตีไม่ว่าจะขายด้วยวิธีใด เช่น เครื่องตีน้ำอัดลมจากเครื่องกดน้ำอัดลมในร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น ไม่ว่าจะบรรจุภาชนะและผนึกไว้หรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้อ้างถึงเครื่องตี ดังต่อไปนี้ น้ำหรือน้ำแร่ตามธรรมชาติ น้ำกลั่นหรือน้ำกรองสำหรับดื่มโดยไม่ต้องปรุงแต่ง เครื่องตีซึ่งผู้ผลิตได้ผลิตขึ้นเพื่อขายปลีกเองโดยเฉพาและไม่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ โดยไม่ได้รักษาคุณภาพด้วยเครื่องเคมี น้ำนมจืด น้ำนมอื่น ๆ ไม่ว่าจะปรุงแต่งหรือไม่ และเครื่องตีอื่น ๆ ตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

<sup>2</sup> หมายเหตุท้ายพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2527

จากความหมายของเครื่องต้มดังกล่าว ทำให้เครื่องต้มที่จะต้องเสียภาษีสรรพสามิต มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้<sup>3</sup>

(1) เป็นเครื่องต้มที่ต้มได้ตามปกติและต้มได้ทันทีโดยไม่มีกำรผสมกับน้ำหวาน น้ำผลไม้หรือน้ำอื่น ๆ แต่ถ้าเป็นน้ำหวานเข้มข้นที่ต้องมีการเอาไปผสมน้ำก่อนการต้ม จะไม่เข้านิยามความหมายของเครื่องต้มตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิตนี้

(2) เป็นเครื่องต้มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

(3) เป็นเครื่องต้มที่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์หรือไม่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ก็ได้

(4) เป็นเครื่องต้มที่บรรจุอยู่ในภาชนะและปิดสนิทโดยการผนึกไว้ โดยอาจใช้ฝาปิดภาชนะหรือปิดโดยวิธีการอื่น เพื่อให้เครื่องต้มปิดอย่างมิดชิดก็ได้ ดังนั้นถ้าไม่มีการผนึกก็ไม่ถือเป็นเครื่องต้มตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิตนี้

(5) เครื่องต้มที่ได้จากเครื่องขายเครื่องต้ม ซึ่งอาจมีการบรรจุอยู่ในภาชนะและปิดผนึกไว้หรือไม่ปิดผนึกก็ได้ เช่น เครื่องต้มน้ำอัดลมจากเครื่องกดยัดลมในร้านสะดวกซื้อ นอกจากนี้ยังรวมถึงเครื่องต้มสำเร็จรูปก่อนการบรรจุในเครื่องขายเครื่องต้ม หรืออาจจะเป็นเครื่องต้มที่เกิดจากการผลิตโดยเครื่องขายเครื่องต้มนั้น นเสกก็ได้

### 3.1.2.1 ประเภทเครื่องต้มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่มีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต

สำหรับประเภทของเครื่องต้มมีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่จะต้องเสียภาษีสรรพสามิตนี้ เป็นไปตามพระราชบัญญัติพิกัดภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 ทั้งนี้ผู้วิจัยขอนำเสนอเพียงเครื่องต้มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบเท่านั้น ซึ่งกำหนดพิกัดของเครื่องต้มไว้ที่ตอนที่ 2 ของอัตราภาษีสรรพสามิตซึ่งระบุไว้ท้ายพระราชบัญญัติพิกัดภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้<sup>4</sup>

(1) พิกัดประเภทที่ 02.02 ได้แก่ น้ำแร่ทั้งตามธรรมชาติและน้ำแร่เทียม และน้ำอัดลมที่เติมน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล หรือที่ปรุงกลิ่นรส และเครื่องต้มอื่น ๆ ที่ไม่มีแอลกอฮอล์ แต่ไม่รวมถึงน้ำส้มหรือน้ำซึบที่ อยู่ในพิกัด 02.03

<sup>3</sup> ประภาศ คงเอียด, คำอธิบายกฎหมายภาษีสรรพสามิต, (กรุงเทพมหานคร : นิติธรรม,2542) น.82-83.

<sup>4</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 50-52

(2) พิกัดประเภทที่ 02.03 ได้แก่ น้ำผลไม้รวมถึงเกรปมัสต์ และน้ำพีชผักที่ไม่ได้หมักและไม่เติมสุร่า ซึ่งอาจมีการเติมน้ำตาลหรือสารทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่มีก็ได้ ซึ่งจะต้องไม่เข้าข่ายยกเว้นของการประกาศของกรมสรรพสามิต เพื่อยกเว้นภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่ม น้ำผลไม้และน้ำพีชผัก ลงวันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2551

(3) พิกัดประเภทที่ 02.90 ได้แก่ เครื่องดื่มอื่น ๆ ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังประกาศในราชกิจจานุเบกษา อาทิเช่น สินค้าเครื่องดื่มรังกที่ท่าจากรงนกธรรมชาติ ที่มีปริมาณเนื้ ึ่งนกด้ากว่าร้อยละ 50<sup>5</sup>

### 3.1.2.2 ประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่ได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิต

ตามประกาศกรมสรรพสามิตลงวันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2551 ได้มีการยกเว้นภาษีสรรพสามิตให้กับเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพีชผัก ซึ่งอยู่ในพิกัดประเภทที่ 02.03 โดยจะต้องเป็นน้ำผลไม้และน้ำพีชผักที่เข้าหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการยกเว้นภาษีสรรพสามิต ดังต่อไปนี้

(1) เป็นเครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำพีชผักที่ทำจากผลไม้หรือพีชผัก ซึ่งไม่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และต้องไม่ใช่เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของสารที่ให้พลังงาน อาทิเช่น ทอรีน อินโนซิทอล หรือกลูโคโรโนแลกโตน เป็นต้น

(2) เป็นเครื่องดื่มที่มีรายชื่อประเภทเครื่องดื่มและอัตราส่วนผสมตามที่กำหนดในบัญชีอัตราส่วนผสมของเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพีชผักท้ายประกาศนี้ ในปัจจุบันได้กำหนดประเภทเครื่องดื่มไว้ที่ 111 ลำดับ สามารถจำแนกได้เป็น น้ำพีชผัก 55 ชนิด น้ำผลไม้ 46 ชนิด และน้ำสมุนไพร 10 ชนิด โดยมีการกำหนดอัตราส่วนผสมของน้ำผลไม้และน้ำพีชผักต่อปริมาตรสุทธิของเครื่องดื่มไว้หลายอัตรา และหากมีอัตราส่วนผสมเกินกำหนดตามประกาศกรมสรรพสามิตฯ เครื่องดื่มเหล่านั้นจะต้องเสียภาษีสรรพสามิตตามอัตราที่กำหนดในพิกัดประเภทที่ 02.03<sup>6</sup>

(3) เป็นเครื่องดื่มที่มีสี กลิ่น และรส ตามประเภทของผลไม้และพีชผักที่ใช้ทำเครื่องดื่มนั้น ๆ

<sup>5</sup> คำสั่งกรมสรรพสามิตที่ 156/2534 เรื่อง คำวินิจฉัยพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต เกี่ยวกับสินค้าเครื่องดื่มรังกที่ท่าจากธรรมชาติ ลงวันที่ 11 มิถุนายน พ.ศ. 2534.

<sup>6</sup> ตารางบัญชีอัตราส่วนผสมของเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพีชผักที่ได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิต ตามประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการยกเว้นภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำพีชผัก พ.ศ. 2527 ลงวันที่ 29 มกราคม พ.ศ.2551, ดูภาคผนวก ก

### 3.1.2.3 เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่ไม่ถือเป็นเครื่องดื่มที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิต<sup>7</sup>

สำหรับเครื่องดื่มต่อไปนี้ ถึงแม้จะครบองค์ประกอบของเครื่องดื่มตามความหมายในพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 แต่ก็มีกำรยกเว้นสิ่งที่ไม่ถือเป็นเครื่องดื่มดังต่อไปนี้

(1) เครื่องดื่มที่ผู้ผลิตได้ผลิตขึ้นเพื่อขายปลีกเองโดยเฉพาะ ไม่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อยู่ด้วย และอาจจะบรรจุหรือผนึกไว้หรือไม่ก็ได้ ประกอบกับไม่ได้ส่งมอบคุณภาพด้วยเครื่องเคมี เช่นกรณีของการขายน้ำผลไม้ที่คั้นออกมาและขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง อย่างไรก็ตาม หากผู้ผลิตได้ผลิตเครื่องดื่มและขายส่งให้แก่ผู้อื่นอีกทอดหนึ่งเพื่อนำให้ผู้อื่นนำไปขายปลีก หรือผู้ผลิตผลิตเครื่องดื่มขายปลีกที่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์รวมอยู่ด้วย หรือมีการส่งมอบคุณภาพด้วยเครื่องเคมี เช่นการผสมสารแต่งสีแต่งกลิ่น หรือผสมสารกันบูด จะถือว่าเป็นเครื่องดื่มตามกฎหมายพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิตและจะต้องเสียภาษีสรรพสามิต

(2) นํ้านมจืด นํ้านมอื่น ๆ ไม่ว่าจะปรุงแต่งหรือไม่ ให้ถือว่าไม่เป็นเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานกฎหมายว่าด้วยอาหารที่มีการกำหนดไว้<sup>8</sup>

(3) เครื่องดื่มตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา ในกรณีที่มีความจำเป็นและเห็นว่าสิ่งที่เป็นเครื่องดื่มนั้นไม่ควรที่จะต้องรับภาระภาษีสรรพสามิต โดยประกาศกำหนดให้สิ่งนั้นไม่ถือเป็นเครื่องดื่ม อาทิเช่น สินค้าที่มีลักษณะเป็นเกล็ดน้ำแข็ง<sup>9</sup> ส่งผลให้ผู้ผลิตสินค้าเหล่านี้ ไม่ต้องเสียภาษีสรรพสามิต

### 3.1.2.4 อัตราภาษี

สำหรับอัตราภาษีของเครื่องดื่มที่จะต้องเสียภาษีสรรพสามิตนี้ จะเป็นไปตามพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต สำหรับสินค้าตามพิกัดประเภทที่ 02.02 และ 02.03 ได้มีประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง ลดอัตราและยกเว้นภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 41) ลงวันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ.

<sup>7</sup> ประกาศ คงเอียด, คำอธิบายกฎหมายภาษีสรรพสามิต, หน้า 49

<sup>8</sup> กรณีของประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับต่าง ๆ ที่ออกมาโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 เช่นประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 198) พ.ศ. 2543 เกี่ยวกับนมถั่วเหลือง ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 350) พ.ศ. 2556 เกี่ยวกับนมข้น ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 351) พ.ศ. 2556 เกี่ยวกับนมปรุงแต่ง ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 352) พ.ศ. 2556 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 353) พ.ศ. 2556 เป็นต้น

<sup>9</sup> คำสั่งกรมสรรพสามิตที่ 433/2538 เรื่อง คำวินิจฉัยพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต เกี่ยวกับสินค้าซึ่งมีลักษณะเป็นเกล็ดน้ำแข็ง ลงวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2538.

2540 โดยอัตราภาษีสำหรับเครื่องตีมีน จะมีทั้งอัตราตามมูลค่าและอัตราตามปริมาณ ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 อัตราภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องตีมีนตามพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527

ประเภทเครื่องตีที่ถูกจัดเก็บภาษี	อัตราภาษีตามพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 <sup>10</sup>		
	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณความหวาน (บาท/หน่วย)	
		หน่วย	บาท
ประเภทที่ 02.02 น้ำแร่และน้ำอัดลมที่เติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือที่ปรุงกลิ่นรสและเครื่องตีมีนอื่น ๆ ที่ไม่มีแอลกอฮอล์ แต่ไม่รวมถึงน้ำผลไม้หรือน้ำพืชผักตามประเภทที่ 02.03	20	440 ลบ.ซม.	0.37
ประเภทที่ 02.03 น้ำผลไม้ (รวมเกรปฟรุต) และน้ำพืชผักที่มีส่วนผสมไม่ตรงตามที่อธิบดีกรมสรรพสามิตกำหนดและต้องได้รับอนุมัติจากอธิบดีกรมสรรพสามิตก่อน	4	440 ลบ.ซม.	0.11
ประเภทที่ 02.03 น้ำผลไม้ (รวมเกรปฟรุต) และน้ำพืชผักที่มีเงื่อนไขของความหมายของเครื่องตีมีนประเภทน้ำผลไม้และน้ำพืชผัก และคุณสมบัติของเครื่องตีมีนที่จะได้รับยกเว้นภาษี (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ 3.1.2.2) <sup>11</sup>		ยกเว้น	
หมายเหตุ: เศษของ 440 ลูกบาศก์เซนติเมตร ให้นับเป็น 440 ลูกบาศก์เซนติเมตร			

<sup>10</sup> แก้ไขเพิ่มเติมโดย 1) ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง การลดอัตราภาษีและการยกเว้นภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 27) ลงวันที่ 30 ธันวาคม 2534 และ 2) ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง การลดอัตราภาษีและการยกเว้นภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 41) ลงวันที่ 21 พฤษภาคม 2540

<sup>11</sup> ตารางบัญชีอัตราส่วนผสมของเครื่องตีมีนประเภทน้ำผลไม้และน้ำพืชผักที่ได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิต ตามประกาศกรมสรรพากร เรื่องหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการยกเว้นภาษีสรรพสามิตเครื่องตีมีนผลไม้และน้ำพืชผัก พ.ศ. 2527 ลงวันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2551, ดูภาคผนวก ก



### 3.1.3 การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

จากพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ได้มีการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มตามปริมาณความหวาน ประกอบด้วยอัตราการจัดเก็บตามมูลค่าและตามปริมาณความหวานของเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ รวมทั้งจัดเก็บภาษีตามปริมาณความหวานของเครื่องดื่มผงและเครื่องดื่มเข้มข้นเพิ่มเติม เพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักถึงผลกระทบต่อสุขภาพหากบริโภคเครื่องดื่มดังกล่าว โดยในระยะแรกจะไม่เพิ่มภาระภาษีมากนัก แต่หลังจาก 2 ปีภาระภาษีจะเพิ่มขึ้น และปรับเพิ่มภาษีทุก 2 ปีจนถึงปี 2566

ทั้งนี้พระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ได้กำหนดความหมายของเครื่องดื่มไว้ คือ เป็นสิ่งซึ่งตามปกติใช้เป็นเครื่องดื่มได้โดยไม่ต้องเจือปน โดยจะต้องไม่มีแอลกอฮอล์หรือมีแอลกอฮอล์โดยปริมาตรไม่เกินร้อยละ 0.5 และจะต้องบรรจุในภาชนะและผนึกไว้ แต่ไม่รวมถึงน้ำหรือน้ำแร่ตามธรรมชาติ น้ำกลั่นหรือน้ำกรองสำหรับดื่มโดยไม่ต้องปรุงแต่ง เครื่องดื่มซึ่งผู้ผลิตได้ผลิตขึ้นเพื่อขายปลีกเองโดยเฉพาะ ไม่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อยู่ด้วย และไม่ได้ส่งมอบคุณภาพด้วยเครื่องเคมี เช่น การใส่สารปรุงแต่งหรือสารกันบูด น้ำมันจืด น้ำมันอื่น ๆ ไม่ว่าจะปรุงแต่งหรือไม่ ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยอาหาร เครื่องดื่มซึ่งมีลักษณะเป็นเกล็ดน้ำตาลแข็ง และเครื่องดื่มตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มีการเพิ่มความหมายของเครื่องดื่มขึ้นมาอีก 2 ประเภทคือ หัวเชื้อเข้มข้นเฉพาะที่ใช้กับเครื่องผลิตเครื่องดื่มพร้อมขายให้กับผู้บริโภค ณ จุดขายปลีก และอาหารชนิดเหลว หรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามกฎหมายว่าด้วยอาหารที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

#### 3.1.3.1 ประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่มีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต

สำหรับประเภทของเครื่องดื่มมีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่จะต้องเสียภาษีสรรพสามิตนี้ เป็นไปตามพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ทั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอเพียงเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบเท่านั้น ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้<sup>12</sup>

<sup>12</sup> ประกาศกฎกระทรวง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

(1) พิกัดประเภทที่ 02.02 ได้แก่ น้ำแร่ และน้ำอัดลม ที่เติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือที่ปรุงกลิ่นรสและเครื่องดื่มนอื่น ๆ แต่ไม่รวมถึงน้ำผลไม้หรือน้ำพืชผักตามประเภทที่ 02.03 ทั้งนี้การตรวจวัดปริมาณน้ำตาลให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด

(2) พิกัดประเภทที่ 02.03 ได้แก่ น้ำผลไม้ (รวมถึงเกรปมัสต์) และน้ำพืชผักที่ไม่ได้หมักและไม่เติมสุร่า ไม่ว่าจะเติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้การตรวจวัดปริมาณน้ำตาลให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด

(3) พิกัดประเภทที่ 02.04 ได้แก่ หัวเชื้อ ชัมซันเฉพาที่ใช้กับเครื่องผลิตเครื่องดื่มพร้อมดื่มเพื่อขายให้กับผู้บริโภค ณ จุดขายปลีก ทั้งนี้การตรวจวัดปริมาณน้ำตาลให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด

(4) พิกัดประเภทที่ 16.90 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นเครื่องดื่มที่มีลักษณะผง เกล็ด หรือเครื่องดื่มเข้มข้นที่มีส่วนผสมของน้ำตาลและสามารถละลายน้ำได้ แต่ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและผลิตภัณฑ์นมที่อยู่ในรูปแบบผง ตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร ทั้งนี้การตรวจวัดปริมาณน้ำตาลให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด

### 3.1.3.2 ประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่ได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิต

เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่ได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิต มีเพียงประเภทเดียว คือเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพืชผัก และเป็นกำรยกเว้นให้เสียภาษีในอัตราตามมูลค่าร้อยละศูนย์

จากประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการเสียภาษีในอัตราตามมูลค่าร้อยละศูนย์ สำหรับเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพืชผัก พ.ศ. 2560 ลงวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561 ระบุเงื่อนไขของเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพืชผักที่จะได้รับสิทธิเสียภาษีในอัตราตามมูลค่าร้อยละศูนย์ ดังต่อไปนี้

(1) เป็นเครื่องดื่มที่มีความหมาย ดังนี้ “เครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพืชผัก” หมายความว่า เครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพืชผักที่ทำจากผลไม้หรือพืชผัก ซึ่งไม่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ทั้งนี้ ต้องไม่ใช่เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนเกิน 5 มิลลิกรัมต่อเครื่องดื่มปริมาตรสุทธิหนึ่งลิตร

(2) เป็นเครื่องดื่มที่มีรายชื่อประเภทเครื่องดื่มและอัตราส่วนผสมตามที่กำหนดในบัญชีอัตราส่วนผสมของเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพีชผักที่ขายประกาศนี้ ในกรณีเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำผลไม้และน้ำพีชผักหลายชนิด ให้ใช้อัตราส่วนผสมโดยรวมของน้ำผลไม้และน้ำพีชผักทุกชนิดที่มีรายชื่อประเภทเครื่องดื่มตามที่กำหนดในบัญชีอัตราส่วนผสมของเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพีชผักที่ขายประกาศนี้ เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา<sup>13</sup>

### 3.1.3.3 เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบที่ไม่ถือเป็นเครื่องดื่มที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิต

- (1) เครื่องดื่มซึ่งผู้ผลิตได้ผลิตขึ้นเพื่อขายปลีกเองโดยเฉพาะ อันมิได้มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อยู่ด้วย ที่มีได้สงวนคุณภาพด้วยเครื่องเคมี
- (2) น้ำนมจืด น้ำนมข้น ๆ ไม่ว่าจะปรุงแต่งหรือไม่ ทั้งนี้ ตมมาตรฐานที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยอาหาร
- (3) เครื่องดื่มซึ่งมีลักษณะเป็นเกล็ดน้ำแข็ง

### 3.1.3.4 อัตราภาษี

สำหรับอัตราภาษีของเครื่องดื่มที่จะต้องเสียภาษีสรรพสามิตนี้ จะเป็นไปตามประกาศกฎกระทรวง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ซึ่งเปลี่ยนแปลงจากพระราชกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 คือฐานภาษีตามปริมาณ เปลี่ยนเป็นคิดจากปริมาณความหวานของเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ โดยในระยะแรกจะไม่เพิ่มภาระภาษีมากนัก แต่หลังจาก 2 ปีภาระภาษีจะเพิ่มขึ้น และปรับเพิ่มภาษีทุก 2 ปีจนถึงปี 2566 อย่างไรก็ตามอัตราภาษีสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลนี้ จะมีทั้งอัตราตามมูลค่าและอัตราตามปริมาณความหวาน ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4

<sup>13</sup> ตารางบัญชีอัตราส่วนผสมของเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพีชผักที่ได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิต ตามประกาศกรมสรรพากร เรื่องหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการยกเว้นภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำพีชผัก พ.ศ. 2560 ลงวันที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2561, ดูภาคผนวก ข

ตารางที่ 4 อัตราภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มตามพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560<sup>14</sup>

ประเภทเครื่องดื่มที่ถูกจัดเก็บภาษี	อัตราภาษีตามประกาศกฎกระทรวงการคลัง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560				
	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณความหวาน (บาท/หน่วย)			
		ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2562	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2566	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป
<b>ประเภทที่ 02.02</b> น้ำแร่และน้ำอัดลมที่เติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือที่ปรุงกลิ่นรสและเครื่องดื่มอื่น ๆ ที่ไม่มีแอลกอฮอล์ แต่ไม่รวมถึงน้ำผลไม้หรือน้ำพืชผักตามประเภทที่ 02.03 <sup>15</sup>					
(ก) ไม่มีปริมาณน้ำตาล หรือมีปริมาณ น้ำตาลไม่เกิน 6 กรัม และไม่ว่าจะมีสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม	14	0	0	0	0
(ข) มากกว่า 6 กรัม แต่ไม่เกิน 8 กรัม และไม่ว่าจะมีสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม	14	0.10	0.10	0.30	1
(ค) มากกว่า 8 กรัม แต่ไม่เกิน 10 กรัม	14	0.30	0.30	1	3
(ง) มากกว่า 10 กรัม แต่ไม่เกิน 14 กรัม	14	0.50	1	3	-
(จ) มากกว่า 14 กรัม เป็นต้นไป	14	1	3	5	-
(ฉ) มากกว่า 10 กรัม เป็นต้นไป	14	-	-	-	5
หมายเหตุ: ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป ปริมาณน้ำตาลสูงสุดในช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 10 กรัม เป็นต้นไป					

<sup>14</sup> หมายเหตุ: สำหรับปริมาณน้ำตาลในแต่ละช่วง คิดต่อเครื่องดื่มปริมาณ 100 มิลลิลิตร

<sup>15</sup> ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

ประเภทเครื่องดื่มที่ถูกจัดเก็บภาษี	อัตราภาษีตามประกาศกฎกระทรวงการคลัง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560				
	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณความหวาน (บาท/หน่วย)			
		ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2562	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2566	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป
<u>ประเภทที่ 02.03</u> น้ำผลไม้ (รวมถึงเกรปป์สต์) และน้ำพืชผักที่ไม่ได้หมักและไม่เติมสุรา ไม่ว่าจะเติมน้ำตาลหรือสารทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม <sup>16</sup>					
(ก) ไม่มีปริมาณน้ำตาล หรือมีปริมาณ น้ำตาลไม่เกิน 6 กรัม และไม่ว่าจะมีสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม	10	0	0	0	0
(ข) มากกว่า 6 กรัม แต่ไม่เกิน 8 กรัม และไม่ว่าจะมีสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม	10	0.10	0.10	0.30	1
(ค) มากกว่า 8 กรัม แต่ไม่เกิน 10 กรัม	10	0.30	0.30	1	3
(ง) มากกว่า 10 กรัม แต่ไม่เกิน 14 กรัม	10	0.50	1	3	-
(จ) มากกว่า 14 กรัม เป็นต้นไป	10	1	-	5	-
(ฉ) มากกว่า 14 กรัม แต่ไม่เกิน 18 กรัม	10	-	3	-	-
(ช) มากกว่า 18 กรัม เป็นต้นไป	10	-	5	-	-
(ซ) มากกว่า 10 กรัม เป็นต้นไป	10	-	-	-	5

<sup>16</sup> ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

ประเภทเครื่องดื่มที่ถูกจัดเก็บภาษี	อัตราภาษีตามประกาศกฎกระทรวงการคลัง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560				
	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณความหวาน (บาท/หน่วย)			
		ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2562	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2566	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป
หมายเหตุ:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564 การวัดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 18 กรัม เป็นต้นไป</li> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2566 การวัดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 14 กรัม เป็นต้นไป</li> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป การวัดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 10 กรัม เป็นต้นไป</li> </ul>					
<b>ประเภทที่ 02.03</b> น้ำผลไม้ (รวมถึงเกรปมัสต์) และน้ำพืชผักที่ไม่ได้หมักและไม่เติมสุรา ไม่ว่าจะเติมน้ำตาลหรือสารทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด <sup>17</sup>					
(ก) ไม่มีปริมาณน้ำตาล หรือมีปริมาณ น้ำตาลไม่เกิน 6 กรัม และไม่ว่าจะมีสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม	0	0	0	0	0
(ข) มากกว่า 6 กรัม แต่ไม่เกิน 8 กรัม และไม่ว่าจะมีสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม	0	0.10	0.10	0.30	1
(ค) มากกว่า 8 กรัม แต่ไม่เกิน 10 กรัม	0	0.30	0.30	1	3
(ง) มากกว่า 10 กรัม แต่ไม่เกิน 14 กรัม	0	0.50	1	3	-
(จ) มากกว่า 14 กรัม เป็นต้นไป	0	1	-	3	-

<sup>17</sup> ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการเสียภาษีในอัตราตามมูลค่าร้อยละศูนย์ สำหรับเครื่องดื่มประเภท น้ำผลไม้และน้ำ พืชผัก พ.ศ. 2560 ลงวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561

ประเภทเครื่องดื่มที่ถูกจัดเก็บภาษี	อัตราภาษีตามประกาศกฎกระทรวงการคลัง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560				
	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณความหวาน (บาท/หน่วย)			
		ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2562	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2566	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป
(ฉ) มากกว่า 14 กรัม แต่ไม่เกิน 18 กรัม	0	-	3	-	-
(ช) มากกว่า 18 กรัม เป็นต้นไป	0	-	5	-	-
(ซ) มากกว่า 10 กรัม เป็นต้นไป	0	-	-	-	5
<p>หมายเหตุ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564 การวัดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 18 กรัม เป็นต้นไป</li> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2566 การวัดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 14 กรัม เป็นต้นไป</li> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป การวัดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 10 กรัม เป็นต้นไป</li> </ul>					
<p><b>ประเภทที่ 02.04 หัวเชื้อเข้มข้นเฉพาะที่ใช้กับเครื่องผลิตเครื่องดื่มพร้อมดื่มเพื่อขายให้กับผู้บริโภค ณ จุดขายปลีก<sup>18</sup></b></p>					
(ก) ไม่มีปริมาณน้ำตาล หรือมีปริมาณ น้ำตาลไม่เกิน 6 กรัม	0	9	9	9	9
(ข) มากกว่า 6 กรัม แต่ไม่เกิน 8 กรัม และ	0	10	10	12	16
(ค) มากกว่า 8 กรัม แต่ไม่เกิน 10 กรัม	0	12	12	16	30
(ง) มากกว่า 10 กรัม แต่ไม่เกิน 14 กรัม	0	13	16	30	-

<sup>18</sup> ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

ประเภทเครื่องดื่มที่ถูกจัดเก็บภาษี	อัตราภาษีตามประกาศกฎกระทรวงการคลัง เรื่องกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560				
	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณความหวาน (บาท/หน่วย)			
		ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2562	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2566	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป
(จ) มากกว่า 14 กรัม เป็นต้นไป	0	16	-	44	-
(ฉ) มากกว่า 14 กรัม แต่ไม่เกิน 18 กรัม	0	-	30	-	-
(ช) มากกว่า 18 กรัม เป็นต้นไป	0	-	44	-	-
(ซ) มากกว่า 10 กรัม เป็นต้นไป	0	-	-	-	44
หมายเหตุ:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564 กำหนดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 18 กรัม เป็นต้นไป</li> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2566 กำหนดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 14 กรัม เป็นต้นไป</li> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป กำหนดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 10 กรัม เป็นต้นไป</li> </ul>					
<b>ประเภทที่ 16.90</b> ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นเครื่องดื่มที่มีลักษณะผงเกล็ด หรือเครื่องดื่มเข้มข้นที่มีส่วนผสมของน้ำตาลและสามารถละลายน้ำได้ แต่ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและผลิตภัณฑ์นมที่อยู่ในรูปแบบผง ตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร <sup>19</sup>					
(ก) มีปริมาณน้ำตาลไม่เกิน 6 กรัม	0	-	-	-	-
(ข) มากกว่า 6 กรัม แต่ไม่เกิน 8 กรัม และ	0	0.1	0.1	0.3	1.0
(ค) มากกว่า 8 กรัม แต่ไม่เกิน 10 กรัม	0	0.3	0.3	1.0	3.0

<sup>19</sup> ประกาศกฎกระทรวงการคลัง เรื่องกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560



ประเภทเครื่องดื่มที่ถูกจัดเก็บ ภาษี	อัตราภาษีตามประกาศกฎกระทรวงการคลัง เรื่องกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560				
	ตาม มูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณความหวาน (บาท/หน่วย)			
		ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2562	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2566	ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็น ต้นไป
(ง) มากกว่า 10 กรัม แต่ไม่เกิน 14 กรัม	0	0.5	1.0	3.0	-
(จ) มากกว่า 14 กรัม เป็นต้นไป	0	1.0	-	5.0	-
(ฉ) มากกว่า 14 กรัม แต่ไม่เกิน 18 กรัม	0	-	3.0	-	-
(ช) มากกว่า 18 กรัม เป็นต้นไป	0	-	5.0	-	-
(ซ) มากกว่า 10 กรัม เป็นต้นไป	0	-	-	-	5.0
หมายเหตุ: <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564 กำหนดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 18 กรัม เป็นต้นไป</li> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2566 กำหนดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 14 กรัม เป็นต้นไป</li> <li>- ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป กำหนดปริมาณน้ำตาลช่วงที่มากที่สุดคือ มากกว่า 10 กรัม เป็นต้นไป</li> </ul>					

### 3.1.4 การเปรียบเทียบอัตราภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบตามพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และ พ.ศ. 2560

อัตราภาษีสรรพสามิตสำหรับสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และ พ.ศ. 2560 มีฐานภาษีที่แตกต่างกัน คือ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 มี 2 อัตราภาษี คือ ภาษีตามมูลค่าและ ภาษีตามปริมาณ (น้ำหนัก) โดยผู้ประกอบการคำนวณภาษีจาก 2 อัตราภาษีนี้ และเสียภาษีสรรพสามิตด้วยจำนวนภาษีที่มีมูลค่าสูงกว่า แต่ภาษีสรรพสามิตตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ประกอบด้วย 2 ภาษี คือ ภาษีตามมูลค่าและ ภาษีตามปริมาณความหวาน ซึ่งภาษีสรรพสามิตตามปริมาณความหวานนั้นมีอัตราที่ปรับสูงขึ้นทุก ๆ 2 ปี ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน พ.ศ. 2560 จนถึงวันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเปรียบเทียบความแตกต่างของอัตราภาษีตามมูลค่าสำหรับพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และ พ.ศ. 2560 และอัตราภาษีตามปริมาณของพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 เปรียบเทียบกับอัตราภาษีตามปริมาณความหวานของพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 เป็นต้นไป ในปริมาณความหวานสูงสุด ดังแสดงในตารางที่ 5 อย่างไรก็ตามผู้วิจัยจะเลือกรายการสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลที่มีกิจกรรมโรคมากที่สุดในประเทศไทย 10 ลำดับแรก และทำการเปรียบเทียบราคาส่วนเพิ่มจากการคิดภาษีสรรพสามิตตามปริมาณความหวานกับราคาขายเดิมในบทที่ 5 เพื่อแสดงว่าจำนวนภาษีที่เพิ่มขึ้นนั้นจะมีผลกระทบต่อราคาขายของสินค้าเครื่องดื่มในตลาดหรือไม่

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบอัตราภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มตามพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และตามประกาศกฎกระทรวงการคลัง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป ในปริมาณความหวานสูงสุด)<sup>20</sup>

ประเภทเครื่องดื่มที่ถูกจัดเก็บภาษี	อัตราภาษีตามพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527		อัตราภาษีตามประกาศกฎกระทรวงการคลัง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป ในปริมาณความหวานสูงสุด)			
	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณ (บาท/หน่วย)	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณความหวาน (บาท/เครื่องดื่ม ปริมาตร 100 มิลลิลิตร)		
		หน่วย		บาท	หน่วย	บาท
ประเภทที่ 02.02 น้ำแร่และน้ำอัดลมที่เติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือที่ปรุงกลิ่นรสและเครื่องดื่มอื่น ๆ ที่ไม่มีแอลกอฮอล์ แต่ไม่รวมถึงน้ำผลไม้หรือน้ำพืชผักตามประเภทที่ 02.03	20	440 ลบ. ซม.	0.37	14	ลิตร	5
ประเภทที่ 02.03 น้ำผลไม้ (รวมเกรปมัสต์) และน้ำพืชผักที่มีส่วนผสมโดยตรงตามที่อธิบดีกรมสรรพสามิตกำหนด และต้องได้รับอนุมัติจากอธิบดีกรมสรรพสามิตก่อน	4	440 ลบ. ซม.	0.11	10	ลิตร	5

<sup>20</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

ประเภทเครื่องดื่มน้ำที่ถูกจัดเก็บภาษี	อัตราภาษีตามพระราชบัญญัติ พิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527		อัตราภาษีตามประกาศกฎ กระทรวงการคลัง เรื่องการ กำหนดพิกัดอัตราภาษี สรรพสามิต พ.ศ. 2560 (ตั้งแต่ วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป ในปริมาณความหวานสูงสุด)		
	ตาม มูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณ (บาท/ หน่วย)	ตาม มูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณความ หวาน (บาท/เครื่องดื่มน้ำ ปริมาตร 100 มิลลิลิตร)	
		หน่วย		บาท	หน่วย
ประเภทที่ 02.03 น้ำผลไม้ (รวม เกรปมัสต์) และน้ำพืชผักที่มีเงื่อนไขของ ความหมายของเครื่องดื่มประเภทน้ำ ผลไม้และน้ำพืชผัก และคุณสมบัติของ เครื่องดื่มที่จะได้รับยกเว้นภาษี (ดู รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ 3.1.2.2) <sup>21</sup>		ยกเว้น	0	ลิตร	5
ประเภทที่ 02.04 หัวเชื้อ อิ่มข้นเนยพาสที่ ใช้กับเครื่องผลิตเครื่องดื่มพร้อมดื่มเพื่อ ขายให้กับผู้บริโภค ณ จุดขายปลีก		ไม่มีค่าธรรมเนียมหัวเชื้อ เนยพาสที่ใช้ กับเครื่องผลิตเครื่องดื่มพร้อมดื่ม เพื่อขายให้กับผู้บริโภค ณ จุดขาย ปลีกเสียภาษีในอัตราใด เป็นเพียง ค่าธรรมเนียมหัวเชื้อ อิ่มข้นที่ไปผสม ในน้ำอัดลมหรือน้ำผลไม้พร้อมดื่ม เสียตามพิกัดประเภท 02.02 และ 02.03 ตามลำดับ	0	ลิตร	44

<sup>21</sup> ตำราบัญชีอัตราส่วนผสมของเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพืชผักที่ได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิต ตามประกาศกรมสรรพากร เรื่องหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการยกเว้นภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำพืชผัก พ.ศ. 2527 ลงวันที่ 29 มกราคม พ.ศ.2551, ดู ภาคผนวก ก

ประเภทเครื่องดื่มที่ถูกจัดเก็บภาษี	อัตราภาษีตามพระราชบัญญัติ พิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527		อัตราภาษีตามประกาศกฎ กระทรวงการคลัง เรื่องการ กำหนดพิกัดอัตราภาษี สรรพสามิต พ.ศ. 2560 (ตั้งแต่ วันที่ 1 ตุลาคม 2566 เป็นต้นไป ในปริมาณความหวานสูงสุด)		
	ตาม มูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณ (บาท/ หน่วย)	ตาม มูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณความ หวาน (บาท/เครื่องดื่ม ปริมาตร 100 มิลลิลิตร)	
		หน่วย		บาท	หน่วย
ประเภทที่ 16.90 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็น เครื่องดื่มที่มีลักษณะผงเกล็ด หรือ เครื่องดื่มเข้มข้นที่มีส่วนผสมของน้ำตาล และสามารถละลายน้ำได้ แต่ไม่รวมถึง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและผลิตภัณฑ์นม ที่อยู่ในรูปแบบผง ตามกฎหมายว่าด้วย อาหาร	ไม่มีกำรระบุว่ามีผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็น เครื่องดื่มที่มีลักษณะผงเกล็ด หรือ เครื่องดื่มเข้มข้นที่มีส่วนผสมของ น้ำตาลและสามารถละลายน้ำได้ เสียภาษีในอัตราใด		0	ลิตร	5

จากดำร่างกำรเปรียบเทียบข้างต้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนกำรจัดเก็บภาษี  
สำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสำรให้ความหวานแทนน้ำตาลเพิ่มเติมแล้ว ทั้งในส่วนของประเภท  
เครื่องดื่มที่จัดเก็บภาษีและเพิ่มอัตราภาษีตามปริมาณความหวาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกำร  
จำกัดกำรบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสำรให้ความหวานของประชาชน แต่อย่างไรก็ตามยังคงมีการ  
ยกเว้นน้ำผลไม้และน้ำพืชผักสำหรับอัตราภาษีตามมูลค่า ซึ่งยังเป็นกำรละเว้นเพื่อกำรสนับสนุน  
เกษตรกรไทย ทั้งนี้หากต้องกำรบรรลุวัตถุประสงค์ตามกฎหมายอย่างแท้จริง ควรมีกำรพิจารณา  
เครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำพืชผักโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกันกับเครื่องดื่มประเภทอื่น ๆ และมุ่งพิจารณา  
กำรจัดเก็บภาษีจากปริมาณความหวานไม่ว่าจะมาจากน้ำตาลสังเคราะห์หรือน้ำตาลตามธรรมชาติก็  
ตาม อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี เพื่อช่วยแก้ไขปัญหำ  
โรคติดต่อไม่เรื้อรังของคนไทยมาก่อนกำรปรับปรุงภาษีสรรพสามิตนี้ แล้ว

### 3.1.5 การเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างของภาษีสรรพสามิตสินค้า เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบตาม พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และ พ.ศ. 2560

จากเนื้อหาพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และ 2560 ข้างต้นที่ได้กล่าวมาแล้ว นั้นพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และ 2560 มีความเหมือนกันคือกำรกำหนดค่านิยามของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลบางประเภทที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตที่ไม่เปลี่ยนแปลงไป เช่น น้ำอัดลมที่เติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ เป็นต้น การกำหนดเกณฑ์การเสียภาษีจากร้านมูลค่าหรือร้านปริมาณ โดยเลือกจำนวนเงินของภาษีที่สูงกว่า แต่พระราชบัญญัติทั้งสองนี้ก็มี ความแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างที่สำคัญที่สุดคือ การเปลี่ยนแปลงฐานภาษีของปริมาณ จากเดิมคือตามปริมาณของเครื่องดื่มนั้น ๆ ปัจจุบันคือ ฐานปริมาณจะเก็บอัตราที่สูงขึ้นผันแปรตามปริมาณน้ำตาลที่ใส่ในเครื่องดื่มนั้น ๆ โดยจะกำหนดอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นทุก ๆ 2 ปี ซึ่งรายละเอียดของความเหมือนกันและแตกต่าง แสดงดังต่อไปนี้

#### 3.1.5.1 ความเหมือนกันของพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และ พ.ศ. 2560

- (1) การกำหนดประเภทเครื่องดื่มที่ต้องเสียภาษีในส่วนที่เหมือนเดิมคือ
  - น้ำอัดลมที่เติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือที่ปรุงกลิ่นรสและเครื่องดื่มอื่น ๆ ที่ไม่มีแอลกอฮอล์
  - น้ำผลไม้ (รวมเกรปมัสต์) และน้ำพืชผักที่มีส่วนผสมไม่ตรงตามที่อธิบดีกรมสรรพสามิตกำหนดและต้องได้รับอนุมัติจากอธิบดีกรมสรรพสามิตก่อน ยังคงต้องนำมาเสียภาษีสรรพสามิตเช่นเดิม
  - หัวเชื้อ อิ่มชั้นที่ไปผสมในน้ำอัดลมหรือน้ำผลไม้พร้อมดื่ม
- (2) การกำหนดประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลที่ไม่ต้องเสียภาษี คือ นม และผลิตภัณฑ์ของนม เช่น นมเปรี้ยว โยเกิร์ต และหัวเชื้อเข้มข้นที่ไม่ได้ใช้กับเครื่องผลิตเครื่องดื่มพร้อมดื่มเพื่อขายให้กับผู้บริโภค ณ จุดขายปลีก ซึ่งเครื่องดื่มเหล่านี้ถือเป็นสินค้าทดแทนน้ำอัดลมได้ เช่น ในกรณีที่น้ำอัดลมมีการปรับขึ้นราคา และผู้บริโภคตัดสินใจที่จะไม่ซื้อ น้ำอัดลมเหล่านั้น และหันไปซื้อ เครื่องดื่มหัวเชื้อ อิ่มชั้นโดยนำมาผสมน้ำโซดาเอง ก็

จะได้รศขำติใกล้เคียงกับน้ำอัดลมในร่ำคำที่ถูกร่ำ คำดังนั้นหัวเชื้อเข้มข้นผสมกับน้ำโซดำ จึงถือเป็นสินค้าทดแทนของน้ำอัดลมได้ แต่ภำครรัฐกลับไม่มีกรเก็บภำษีจ่ำกสินค้ำเครื่องดื่มประเภทนี้

(3) ภำรภำหนดอัตรำภำษีที่เสียจ่ำกฐำนตำมมูลค้ำ ย่ำคงมีภำรภำหนดเช่นเดิมแต่มีอัตรำภำษีที่แตกต่างจ่ำกเดิมในพระร่ำชบัญญัติสรรพสำมิต พ.ศ. 2560

(4) ภำรให้สิทธิประโยชน์ท่ำภำษีแก่สินค้ำน้ำผลไม้ (รวมเกรปมัสต์) และน้ำพีชฝักที่มีเงื่อนไขของความหมำยของเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพีชฝัก และคุณสมบัติของเครื่องดื่มตำมประกำศกรมสรรพสำมิต จะได้รับสิทธิประโยชน์ท่ำภำษีคือ ตำมพระร่ำชบัญญัติภำษีสรรพสำมิต พ.ศ. 2527 ได้รับภำรยกเว้นไม่คิดภำษี และตำมพระร่ำชบัญญัติภำษีสรรพสำมิต พ.ศ. 2560 ได้รับอัตรำภำษีร้อยละ 0 ตำมฐำนมูลค้ำ ซึ่งเป็นสิทธิพิเศษที่ให้สร่ำหรับเครื่องดื่มประเภทนี้เพื่อช่วยสนับสนุนเกษตรกรไทย

(5) วิธีภำรเลือกอัตรำภำษีเพื่อมำเสียภำษีสรรพสำมิต ย่ำคงเลือกจ่ำกจ่ำนวนเงินที่สูงกว่ำระหว่างภำษีจ่ำกฐำนมูลค้ำ หรือภำษีจ่ำกฐำนปริมำณ

### 3.1.5.2 ความแตกต่างของพระร่ำชบัญญัติภำษีสรรพสำมิต พ.ศ. 2527 และ พ.ศ. 2560

(1) ภำรภำหนดประเภทเครื่องดื่มที่ต้องเสียภำษีเพิ่มเติมขึ้นมำคือเครื่องดื่มผง และหัวเชื้อเข้มข้นเฉพาะที่ใช้กับเครื่องผลิตเครื่องดื่มพร้อมดื่มเพื่อข่ำยให้กับผู้บริโภค ณ จุดข่ำยปลีก หมำยคว่ำมว่ำ แต่เดิมตำมพระร่ำชบัญญัติสรรพสำมิต พ.ศ. 2527 มีภำรระบุว่ำจะต้องเป็นหัวเชื้อเข้มข้นที่ไปผสมในน้ำอัดลมหรือน้ำผลไม้พร้อมดื่ม จึงจะเสียภำษีสรรพสำมิต แต่หากเป็นหัวเชื้อเข้มข้น เช่น น้ำแดงเฮลบลูบอย หรือน้ำหวานไซร็ปที่ข่ำยในร่ำนสะดวกซื้อ หรือห้ำงสรรพสินค้ำ จะไม่มีภำรเสียภำษีสรรพสำมิตตำมพระร่ำชบัญญัติภำษีสรรพสำมิต พ.ศ. 2527 แต่ปัจจุบันตำมพระร่ำชบัญญัติภำษีสรรพสำมิต พ.ศ. 2560 เครื่องดื่มประเภทที่ 16.90 ได้รวมเครื่องดื่มเข้มข้นที่มีส่วนผสมของน้ำต่ำลและสำมำรถละลายน้ำได้ ซึ่งหมำยคว่ำมรวมถึงน้ำแดงเฮลบลูบอย เข้าไปในค้ำนิยำนเครื่องดื่มที่เสียภำษีตำมปริมำณน้ำต่ำลด้วย

(2) อัตรำภำษีสรรพสำมิต ภำรหนดจ่ำกปริมำณน้ำต่ำลหรือสร่ำให้คว่ำมหวานแทนน้ำต่ำลในเครื่องดื่มที่เพิ่มเติม จ่ำกเดิมตำมพระร่ำชบัญญัติสรรพสำมิต พ.ศ. 2527 มีภำรภำหนดอัตรำภำษีจ่ำกฐำนปริมำณหน่วยของเครื่องดื่ม ซึ่งไม่ได้นำเรื่องปริมำณน้ำต่ำลเข้าไปเป็นปัจจัยหลักในภำรคิดภำษีสรรพสำมิตด้วย

(3) อัตราภาษีสรรพสามิตที่กำหนดจากมูลค่าของเครื่องดื่ม มีอัตราภาษีที่แตกต่างจากพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2527 ซึ่งมีทั้งการกำหนดอัตราที่สูงขึ้นและลดลงตามแต่ละประเภทของสินค้าเครื่องดื่ม

(4) การไม่ยกเว้นการเก็บภาษีของน้ำผลไม้และน้ำพืชผัก กล่าวคือตามพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ได้ยกเลิกการยกเว้นการเก็บภาษีของน้ำผลไม้ (รวมเกรปมัสต์) และน้ำพืชผักที่มีส่วนผสมตรงตามที่อธิบดีกรมสรรพสามิตกำหนด

### 3.2 มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี

จากสภาพของปัญหาการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ภาครัฐได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาดังกล่าว ดังจะเห็นได้จากกำหนดยุทธศาสตร์ของนโยบายและการป้องกันแก้ไขปัญหาวัวทั้งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของรัฐบาล แผนยุทธศาสตร์ทางด้านสาธารณสุขที่มีการกำหนดเป้าหมายของการลดการเจ็บป่วยและการเสียชีวิตจากกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ซึ่งเป็นแนวนโยบายของทางภาครัฐที่มุ่งให้ความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน ได้มีมาตรการจากทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาค่าบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพในทางที่ก่อให้เกิดโทษต่อสุขภาพในประเทศไทยหลายมาตรการ ซึ่งมีทั้งมาตรการที่มุ่งเน้นไปยังผู้บริโภคและมุ่งเน้นไปยังผู้ประกอบการที่ผลิตเครื่องดื่มหรืออาหารต่าง ๆ ออกมาจำหน่าย มาตรการที่มุ่งเน้นไปยังผู้บริโภค ได้แก่ มาตรการด้านการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้กับประชาชน ซึ่งเป็นทำให้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาทางด้านสุขภาพ และแนวทางการป้องกันแก้ไขปัญหาด้านสุขภาพของประชากรไทย และมาตรการทางด้านฉลากโภชนาการ เป็นการให้ข้อมูลกับผู้บริโภคที่คำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการเป็นหลักเพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงคุณค่าของสารอาหารและส่วนประกอบที่สำคัญในอาหารและเครื่องดื่มนั้น ๆ และใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความร่วมมือในทุกหน่วยงาน ภาครัฐจึงมีมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีที่มุ่งเน้นการควบคุมไปยังกลุ่มผู้ประกอบการ คือ มาตรการในการควบคุมการโฆษณา ที่มุ่งเน้นการโฆษณาที่ไม่เกินจริงและไม่หลอกลวงผู้บริโภคถึงสรรพคุณที่เกินจริง สำหรับมาตรการควบคุมการโฆษณาฯ นี้ ยังมีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการเครื่องดื่มที่มี



น้ำตาลที่อาจก่อให้เกิดโทษกับร่างกายโดยตรง ดังเช่นกฎหมายของประเทศเม็กซิโกที่ห้ามการโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มที่มีไขมันหรือน้ำตาลเกินมาตรฐานที่กำหนด<sup>22</sup>

### 3.2.1 มาตรการด้านการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้

ในปัจจุบันมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้กับประชาชนนั้น หน่วยงานเหล่านี้มีทั้งที่เป็นหน่วยงานของภาครัฐที่เป็นส่วนราชการ และหน่วยงานของรัฐที่จัดเป็นหน่วยงานอิสระซึ่งมิได้มีฐานะเป็นส่วนราชการที่ถูกจัดตั้งขึ้นโดยอาศัยอำนาจตามกฎหมาย เช่น สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข<sup>23</sup> ซึ่งมีหน้าที่ทางด้านวิชาการในการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรคไม่ติดต่อ ช่วยพัฒนาองค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เครื่องมือ และนวัตกรรมในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคไม่ติดต่อ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรคไม่ติดต่อ ผลักดันนโยบายสาธารณสุขด้านโรคไม่ติดต่อ ซึ่งการดำเนินการของสำนักโรคไม่ติดต่อนั้น จะมุ่งเน้นไปที่การผลิตและรวบรวม สื่อเผยแพร่ ข้อมูลวิชาการ ข้อมูลสถิติโรคไม่ติดต่อ เร็ว รังสีที่สำคัญในรูปแบบของเอกสารวิชาการ และสื่อเผยแพร่แก่ประชาชนและผู้สนใจทั่วไป

นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้กับประชาชนอีก คือสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส)<sup>24</sup> จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ. 2544 โดยมีวัตถุประสงค์<sup>25</sup> ในการส่งเสริมและสนับสนุนการ

<sup>22</sup> William Reed Informing Business Growth, Mexico restricts junk food ads; time for rethink on advertising?

[Online], 2016. Available from <https://www.foodnavigator-usa.com/Article/2014/07/22/Mexico-restricts-junk-food-ads-time-for-rethink-on-advertising> [2018, May 16]

<sup>23</sup> สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, *เกี่ยวกับหน่วยงาน* [ออนไลน์], 2010, แหล่งที่มา <http://www.thaincd.com/about-us/vision.html>

<sup>24</sup> สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, *รู้จัก สสส.* [ออนไลน์], แหล่งที่มา <http://www.thaihealth.or.th/Aboutus.html>

<sup>25</sup> พระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ.2544 มาตรา 5 บัญญัติว่า “ให้จัดตั้งกองทุนขึ้นกองทุนหนึ่งเรียกว่า “กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ”

ให้กองทุนเป็นนิติบุคคลมีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

- (1) ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพในประชากรทุกวัยตามนโยบายสุขภาพแห่งชาติ
- (2) สร้างความตระหนักเรื่องพฤติกรรมที่เสี่ยงจากการบริโภคสุรา ยาสูบ หรือสารหรือ สิ่งอื่นที่ทำลายสุขภาพ และสร้างความเชื่อในการสร้างเสริมสุขภาพแก่ประชาชนทุกระดับ
- (3) สนับสนุนการรณรงค์ให้ลดบริโภคสุรา ยาสูบ หรือสารหรือสิ่งอื่นที่ทำลายสุขภาพ ตลอดจนให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- (4) ศึกษาวิจัยหรือสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัย ฝึกอบรม หรือดำเนินการให้มีการประชุมเกี่ยวกับการสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
- (5) พัฒนาความสามารถของชุมชนในการสร้างเสริมสุขภาพโดยชุมชน หรือองค์กรเอกชน องค์กรสาธารณประโยชน์ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ

สร้างเสริมสุขภาพในประชากรทุกวัย ไม่ว่าจะเป็นการรณรงค์ ให้ความรู้และผลิตสื่อเผยแพร่ต่าง ๆ เกี่ยวกับปัญหาทางด้านสุขภาพ และแนวทางในการป้องกันแก้ไขปัญหาทางด้านสุขภาพของประชากรไทย

สำหรับผลการดำเนินการที่ผ่านมาของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพนั้น จะเป็นการรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับด้านสุขภาพ การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ และมีการส่งเสริมกิจกรรมการออกกำลังกายและกิจกรรมทางกาย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพได้มีมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว เช่น ดำเนินการกิจกรรม “ยุทธการลดหวาน มัน เค็ม และจำกัดไขมัน” ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ในการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องโภชนาที่ถูกต้อง ผ่านทางสื่อแนะนำในรูปแบบที่เข้าใจง่าย สร้างความสนุกสนานให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยสอดแทรกเนื้อหาสาระเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มอย่างถูกต้องและเหมาะสม ในส่วนของกิจกรรมการออกกำลังกายนั้น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพได้จัดโครงการและกิจกรรมในเรื่องของการรณรงค์และส่งเสริมการออกกำลังกายหรือการมีกิจกรรมทางกายผ่านทางช่องทางสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ดำเนินการมานับตั้งแต่ได้มีการก่อตั้งกองทุนฯ สำหรับโครงการที่เป็นที่รับทราบของประชาชนโดยทั่วไปนั้น ได้แก่ โครงการ สสส. แกว่งแขน ออกกำลังกาย ลดพุง ลดโรค ผ่านทางช่องทางกำรโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

ในปัจจุบันยังมีอีกหลายเครือข่ายที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมด้านสุขภาพ เช่น เครือข่ายเด็กไทยไม่กินหวาน เครือข่ายลดเค็ม เครือข่ายคนไทยไร้พุง มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค เป็นต้น โดยเครือข่ายเหล่านี้ช่วยในการพัฒนาองค์ความรู้ จัดทำระบบข้อมูลและจัดการความรู้เพื่อขับเคลื่อนนโยบายเกี่ยวกับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

### 3.2.2 มาตรการทางด้านฉลากโภชนาการ

มาตรการทางด้านฉลากโภชนาการเป็นมาตรการที่เกิดขึ้นมาจกปัญหาทางด้านภาวะโภชนาการเกินของประชาชนที่เป็นปัจจัยเสี่ยงทางด้านสุขภาพ อันนำไปสู่การเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ซึ่งมีสาเหตุมาจากการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่สมดุล บริโภคอาหารเกินความต้องการของร่างกาย บริโภคอาหารที่ให้พลังงานสูงที่มีส่วนผสมของน้ำตาล ไขมัน และเกลือมากเกินไป จึงได้มีการ

---

(6) สนับสนุนการรณรงค์สร้างเสริมสุขภาพผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในลักษณะที่เป็นสื่อเพื่อให้ประชาชนสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ใช้เวลาร่างให้เป็นประโยชน์และลดบริโภคสุรา ยาสูบ หรือสารหรือสิ่งอื่นที่ทำลายสุขภาพ

ออกประกาศกระทรวงสาธารณสุขซึ่งเป็นการอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522<sup>26</sup> ในเรื่องของการแสดงฉลากโภชนาการ ดังต่อไปนี้

### 3.2.2.1 ฉลากโภชนาการสำหรับเครื่องดื่ม

สำหรับการแสดงฉลากโภชนาการสำหรับเครื่องดื่มนี้ จะเป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541 เรื่อง ฉลากโภชนาการ ซึ่งกำหนดให้อำหารที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ อาหารที่มีการใช้คุณค่าในการส่งเสริมการขาย อาหารที่ระบุกลุ่มผู้บริโภคในการส่งเสริมการขาย และอาหารอื่นตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการอาหาร เป็นอาหารที่ต้องแสดงฉลากโภชนาการ ซึ่งฉลากโภชนาการนั้นจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

<sup>26</sup> พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 มาตรา 5 บัญญัติว่า “ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจแต่งตั้ง พนักงานเจ้าหน้าที่ ออกกฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราท้ายพระราชบัญญัตินี้ ยกเว้นค่าธรรมเนียมและกำหนดกิจการอื่น กับออกประกาศ ท้ มี เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ กฎกระทรวงและประกาศนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้”

มาตรา 6 บัญญัติว่า “เพื่อประโยชน์แก่การควบคุมอาหาร ให้รัฐมนตรีมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(10) กำหนดประเภทและชนิดอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย น้ำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่าย ซึ่งจะตั้งมีฉลาก ข้อความในฉลาก เงื่อนไข และวิธีการแสดงฉลาก ตลอดจนหลักเกณฑ์ และวิธีการโฆษณาในฉลาก”

ภาพที่ 4 ตัวอย่างของรูปแบบฉลากโภชนาการเต็มรูปแบบที่มีการบังคับใช้ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 182 พ.ศ. 2541<sup>27</sup>

ข้อมูลโภชนาการ			
หนึ่งหน่วยบริโภค : ..... (.....)			
จำนวนหน่วยบริโภคคือ ..... :			
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค			
พลังงานทั้งหมด ..... กิโลแคลอรี (พลังงานจากไขมัน ..... กิโลแคลอรี)			
ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน *			
ไขมันทั้งหมด	..... ก.	.....%	
ไขมันอิ่มตัว	..... ก.	.....%	
โคเลสเตอรอล	..... มก.	.....%	
โปรตีน	..... ก.	.....%	
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด	..... ก.	.....%	
ใยอาหาร	..... ก.	.....%	
น้ำตาล	..... ก.	.....%	
โซเดียม	..... มก.	.....%	
ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน *			
วิตามินเอ	.....%	วิตามินบี 1	.....%
วิตามินบี 2	.....%	แคลเซียม	.....%
เหล็ก	.....%		
* ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนโตอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (TMI RDI) อิงจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี			
ความต้องการพลังงานของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ผู้ที่ต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี ควรได้รับสารอาหารต่าง ๆ ดังนี้			
ไขมันทั้งหมด	น้อยกว่า	65 ก.	
ไขมันอิ่มตัว	น้อยกว่า	20 ก.	
โคเลสเตอรอล	น้อยกว่า	300 มก.	
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด		300 ก.	
ใยอาหาร		25 ก.	
โซเดียม	น้อยกว่า	2,400 มก.	
พลังงาน (กิโลแคลอรี) ต่อกรัม : ไขมัน = 9 ; โปรตีน = 4 ; คาร์โบไฮเดรต = 4			

สำหรับฉลากโภชนาการที่ใช้บังคับกับอาหารจำพวกเครื่องดื่มนี้ จะแสดงปริมาณของสารอาหารหรือคุณค่าทางโภชนาการที่อยู่ในผลิตภัณฑ์โดยกำหนดคุณค่าทางโภชนาการเป็นต่อหนึ่งหน่วยบริโภค เพื่อให้เป็นการให้ข้อมูลกับผู้บริโภคที่จะได้ทราบถึงคุณค่าของสารอาหารและส่วนประกอบที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งมาตรการนี้เป็นมาตรการที่มุ่งให้ข้อมูลทางโภชนาการกับผู้บริโภคในการตัดสินใจที่จะเลือกบริโภค โดยคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการตลอดจนส่วนประกอบของอาหารที่ปรากฏอยู่บนฉลากโภชนาการในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือบริโภค ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาในประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541 จะพบว่าประกาศฉบับดังกล่าวมีเนื้อหาครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์อาหารแทบทุกชนิด แต่อย่างไรก็ดี การแสดงฉลากโภชนาการตามประกาศฉบับดังกล่าวยังมีปัญหาเรื่องความง่ายต่อความเข้าใจในการศึกษาความหมายของฉลากโภชนาการ<sup>28</sup>

<sup>27</sup> ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 182 พ.ศ. 2541 บัญชีหมายเลข 1 แนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541 รูปแบบและเงื่อนไขของการแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการ

<sup>28</sup> แผนงานวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการเพื่อการเสริมสร้างสุขภาพ มูลนิธิเพื่อการพัฒนา นโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ, การศึกษาความเข้าใจและการใช้ฉลากโภชนาการหน้าบรรจุภัณฑ์ (Front-of-pack labeling) ของประชากรไทย, น.38 [ออนไลน์], 2558, แหล่งที่มา <http://www.fhpprogram.org/media/pdfs/reports/896c31fc9d8b6b6e3b71aa9bc7b902e4.pdf>

### 3.2.2.2 ฉลากทางเลือกสุขภาพ

ฉลากทางเลือกสุขภาพ หรือมาตรการการแสดงผลสัญลักษณ์โภชนาการบนฉลากอาหาร เป็นมาตรการที่ออกมาเพื่อป้องกันปัญหาภาวะโภชนาการเกินและโรคไม่ติดต่อเรื้อรังซึ่งเป็นมาตรการที่ต่อยอดมาจากมาตรการแสดงผลสัญลักษณ์โภชนาการแบบจีดีเอ โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสม จึงมีการออกประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 373) พ.ศ. 2559 เรื่องการแสดงผลสัญลักษณ์โภชนาการบนฉลากอาหารออกมาเพื่อสร้างเครื่องมือในรูปแบบสัญลักษณ์อย่างง่ายบนฉลากของผลิตภัณฑ์อาหาร สำหรับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดีกว่าได้อย่างถูกต้อง รวมถึงระบบการบริหารจัดการสัญลักษณ์ดังกล่าวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและประโยชน์สูงสุด<sup>29</sup> ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารที่จะสามารถใช้สัญลักษณ์โภชนาการบนฉลากอาหารนี้ จะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 373) พ.ศ. 2559 ซึ่งมีการแบ่งหลักเกณฑ์การพิจารณาไว้ทั้งหมดสามกลุ่ม คือ กลุ่มอาหารมี อหลักกลุ่มเครื่องดื่มพร้อมบริโภค และกลุ่มเครื่องปรุงรส

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยขอเสนอเพียงกลุ่มเครื่องดื่มพร้อมที่เกี่ยวของกับหัวข้อเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบเท่านั้น

กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมบริโภค มีการพิจารณาค่าสารอาหารต่อปริมาณ 100 มิลลิลิตรของน้ำผักและน้ำผลไม้ น้ำอัดลมและน้ำหวานกลิ่นรสต่าง ๆ น้ำนมถั่วเหลืองและน้ำธัญพืช โดยกำหนดเงื่อนไขให้น้ำตาลทั้งหมดต้องไม่เกิน 6 กรัม ต่อ 100 มิลลิลิตร สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ระบุจำนวนหน่วยบริโภคหนึ่งหน่วย บริโภค โดยมีขนาดบรรจุไม่เกิน 150% ของหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ยกเว้นหากหนึ่งหน่วยบริโภคมิ ปริมาณมากกว่า 150% ของหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ต้องมีปริมาณน้ำตาลทั้งหมดไม่เกิน 18 กรัม ต่อ หน่วยบรรจุ

อย่างไรก็ตามขอบเขตของกลุ่มอาหารแต่ละกลุ่มมิได้จำกัดเฉพาะประเภทหรือชนิดอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข แต่พิจารณาจากลักษณะและรูปแบบการบริโภคที่มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งสามกลุ่มนี้จะต้องผ่านการตรวจสอบและได้รับการรับรองจากมูลนิธิส่งเสริมโภชนาการ สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล<sup>30</sup> ซึ่งหากสินค้าทั้งสามกลุ่มนี้ เป็นไปตามหลักเกณฑ์

<sup>29</sup> หน่วยรับรองการใช้สัญลักษณ์โภชนาการทางเลือกสุขภาพ มูลนิธิส่งเสริมโภชนาการฯ, วัตถุประสงค์โครงการ [ออนไลน์], 2558. แหล่งที่มา <http://healthierlogo.com/ข้อมูลโครงการ/วัตถุประสงค์/>

<sup>30</sup> ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง คำชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 373) พ.ศ.2559 เรื่อง การแสดงผลสัญลักษณ์โภชนาการบนฉลากอาหาร “ข้อ 2.กำหนดเงื่อนไขสำหรับอาหารที่จะแสดงผลสัญลักษณ์โภชนาการ ดังนี้ (1) ต้องผ่านการตรวจสอบและได้รับการรับรองจากมูลนิธิส่งเสริมโภชนาการ สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล หรือหน่วยงานอื่นที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เพื่อสร้างความเชื่อมโยงด้านอาหารและโภชนาการสู่คุณภาพชีวิตที่ดี ภายใต้คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ

ทั้งนี้ หลักเกณฑ์เงื่อนไข และวิธีการในการยื่นขอรับการรับรองให้เป็นไปตามที่มูลนิธิส่งเสริมโภชนาการ สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล หรือหน่วยงานอื่นที่ได้รับมอบหมายกำหนด”

และเงื่อนไขที่กำหนดไว้ ก็จะมีผลทำให้สินค้านั้นสามารถใช้ฉลากทางเลือกสุภาพได้ ซึ่งมีสัญลักษณ์ดังนี้

ภาพที่ 5 สัญลักษณ์โภชนาการแบบฉลากทางเลือกสุภาพ<sup>31</sup>



ทั้งนี้เมื่อสังเกตว่า มาตรการฉลากทางเลือกสุภาพนี้ เป็นมาตรการที่มีลักษณะขอความร่วมมือให้ผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ทางโภชนาการที่เหมาะสมตามที่ได้กำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขไว้ โดยไม่ได้มีมาตรการจูงใจอย่างอื่นให้กับผู้ประกอบการ

### 3.2.3 มาตรการในการควบคุมโฆษณา

แม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยจะยังไม่มีมาตรการในการควบคุมโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นโทษต่อร่างกายโดยตรง ดังเช่นกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็ตาม แต่อย่างไรก็ดีได้มีบทบัญญัติของกฎหมายที่จะพอนำมาปรับใช้ในการควบคุมอาหารและเครื่องดื่มที่มีโทษต่อร่างกายอันถือเป็นสิ่งที่อยู่ภายใต้บังคับของบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณาดังต่อไปนี้

#### 3.2.3.1 มาตรการในการควบคุมโฆษณาตามพระราชบัญญัติอาหาร

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มีบทบัญญัติห้ามการโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร<sup>32</sup> นอกจากนี้แล้ว พระราชบัญญัตินี้ ได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับกำรโฆษณาไว้อีกว่า หากโฆษณานั้น นุ่มประสงค์ที่จะแสดงถึงคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ทางการฉายภาพ ภาพยนตร์ ทางหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีการโฆษณาอื่นนอกจากที่กล่าวมาแล้ว โดยเป็นการโฆษณาเพื่อประโยชน์ในทางการค้า ผู้ขออนุญาตจะต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวให้ผู้พิจารณาอนุญาตตรวจพิจารณา ก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะ

<sup>31</sup> ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 373) พ.ศ.2559 เรื่องการแสดงสัญลักษณ์โภชนาการบนฉลากอาหาร

<sup>32</sup> พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 มาตรา 40.

โฆษณาได้<sup>33</sup> นอกจากนี้แล้วยังให้อำนาจผู้อนุญาตให้โฆษณา มีอำนาจที่จะระงับการโฆษณาอาหารที่  
ได้กระทำการโฆษณาโดยที่ยังไม่ได้รับอนุญาตจากผู้อนุญาต และให้ผู้กระทำการโฆษณาระงับการ  
โฆษณาอาหารหากเห็นว่าอาหารดังกล่าวไม่มีคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณตามที่โฆษณา<sup>34</sup>

### 3.2.3.2 มาตรการในการควบคุมโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้มีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการ  
โฆษณาอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพไว้ โดยกำหนดให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการ  
นั้นจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือต้องไม่ใช่ข้อความที่อาจก่อให้เกิด  
ผลเสียต่อสังคม ซึ่งเป็นข้อความเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือ  
บริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดทำ หรือการใช้สินค้าหรือบริการ<sup>35</sup> และวิธีการในการโฆษณานั้น  
จะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจหรืออาจก่อให้เกิดความ  
รำคาญแก่ผู้บริโภค<sup>36</sup> ซึ่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคได้กำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ทำการ  
โฆษณาโดยฝ่าฝืนไว้ ซึ่งมีทั้ง โทษจำคุกและโทษปรับ<sup>37</sup>

### 3.2.3.3 มาตรการในการควบคุมโฆษณาตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ.  
2551 เป็นประกาศที่ออกขึ้นเพื่อให้การขออนุญาตโฆษณาและการโฆษณาอาหารเป็นไปตาม  
เจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มาตรา 40 และ มาตรา 41 ประกาศฉบับนี้ จึงได้  
กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและแนวทางการโฆษณาอาหารไว้ ซึ่งมีสาระสำคัญคือ การโฆษณา  
ภายในสื่อโฆษณา การแสดงภาพประกอบข้อความโฆษณา ชื่ออาหาร คุณประโยชน์ คุณภาพ หรือ  
สรรพคุณของอาหาร จะต้องไม่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญของ  
อาหารและไม่ทำให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร กำหนดค่าที่ไม่อนุญาตให้ใช้ในการโฆษณา  
คุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร เช่น ยอด, วิเศษ, ดีเลิศ, เด็ดขาด, ศักดิ์สิทธิ์,  
มหัศจรรย์, ที่สุด หรือคำอื่นที่มีความหมายเทียบเท่าคำข้างต้น การแสดงค่าเดือนในการโฆษณา ให้  
แสดงค่าเดือนที่มีข้อความว่า “อ่านค่าเดือนในฉลากก่อนบริโภค” สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ประกาศ

<sup>33</sup> พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 มาตรา 41.

<sup>34</sup> พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 มาตรา 42.

<sup>35</sup> พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มาตรา 22.

<sup>36</sup> พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มาตรา 23.

<sup>37</sup> พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มาตรา 47 มาตรา 48.

กระทรวงกำหนดให้แสดงค่าเตือนบนฉลาก โดยการแสดงข้อความหรือเสียงให้แสดงเช่นเดียวกับการแสดงค่าเตือนในการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ ทำงายภาพ ภาพยนตร์ และอินเทอร์เน็ต ซึ่งการแสดงค่าเตือนในส่วนเสียงโฆษณาต้องฟังได้ชัดเจนทุกพยางค์หรือเป็นอักษรลอย (Super) เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 วินาที ซึ่งข้อความค่าเตือนนั้นจะต้องแสดงด้วยตัวอักษรที่มีสี รูปแบบ และขนาดที่อ่านได้ง่ายชัดเจน กำหนดในส่วนของผู้แสดงแบบโฆษณา โดยมีข้อห้ามในการโฆษณาที่กำหนดให้ ห้ามนำบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขหรือบุคคลซึ่งทำให้เข้าใจว่าเป็นบุคลากรดังกล่าวมาแนะนำ รับรอง หรือเป็นผู้แสดงแบบ นอกจากนี้แล้วยังมีการกำหนดหลักเกณฑ์เฉพาะในการโฆษณาอาหารบางประเภท เช่น การโฆษณาผลิตภัณฑ์ประเภทวันสำเร็จรูป และขนมเยลลี่ ผู้แสดงแบบโฆษณาต้องมีอายุเกิน 3 ปี และต้องแสดงข้อความว่า “เด็กอายุต่ำกว่า 3 ปี ไม่ควรบริโภค” การโฆษณารุ่นสำเร็จรูปและขนมเยลลี่ที่มีส่วนผสมของกลูโคสแมนแนน หรือแป้งจากหัวบุก ผู้แสดงแบบโฆษณาต้องมีอายุเกิน 12 ปี และมีข้อความแสดงว่า เด็กไม่ควรกิน ระวังการสำลัก การโฆษณาอาหารประเภทเครื่องปรุงรส เช่น น้ำส้มสายชู น้ำปลา ซอส ซีอิ๊ว ไมออนุญาตให้ใช้คำว่า “อร่อย” แต่สามารถโฆษณาโดยใช้ข้อความว่า “ปรุงอาหารให้อร่อย” หรือ “ช่วยให้อาหารอร่อย” หรือ “ช่วยเพิ่มรสชาติอาหาร” เป็นต้น

จากมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีที่ได้กล่าวมาแล้วทั้งหมดนั้น จะเห็นได้ว่า ในประเทศไทยยังไม่มีมาตรการที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีที่เข้มงวดเรื่องเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล ดังเช่นที่กฎหมายต่างประเทศมีมาตรการเรื่องนี้อย่างเข้มงวดและนำมาใช้กับประชาชน เพื่อช่วยควบคุมและผลักดันให้ประชาชนสามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลดลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้วิจัยจะขอนำเสนอมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของต่างประเทศต่อไปในบทที่ 4 ดังนั้นมาตรการที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของประเทศไทย ก็ควรที่จะได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทย ดังเช่น มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลได้รับการปรับปรุงตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 แล้วเช่นกัน



## บทที่ 4

### มาตรการการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็น ส่วนประกอบของต่างประเทศ

จากปัญหาทางด้านภาวะโภชนาการและโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในปัจจุบัน ทำให้มีหลายประเทศได้นำมาตรการทางภาษีโดยการจัดเก็บภาษีจากอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพมาใช้บังคับเป็นกฎหมายในรูปแบบของการจัดเก็บภาษีการบริโภค ซึ่งมีรูปแบบทั้งการจัดเก็บจากผู้ผลิตโดยตรง รวมไปถึงการจัดเก็บในระดับค้าปลีกและค้าส่ง ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ในการลดการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค รวมถึงลดถึงวัตถุประสงค์ในการแสวงหารายได้ให้กับรัฐอีกด้วย ซึ่งมาตรการของรัฐในต่างประเทศนั้นมีทั้งมาตรการทางภาษีและมาตรการอื่นที่ไม่ใช่ภาษี เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการจัดเก็บภาษีจากเครื่องดื่มที่น้ำตาลและอาหารที่มีไขมันสูง เนื่องจากเป็นอาหารและเครื่องดื่มที่ก่อให้เกิดโทษต่อร่างกาย และมาตรการควบคุมการโฆษณาอาหารเหล่านั้นในสื่อโฆษณา รวมทั้งประเทศเม็กซิโกที่สามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนลงได้จากการจัดเก็บภาษีน้ำตาลจากเครื่องดื่มเหล่านี้ นอกจากนี้ ยังมีมาตรการอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกหลักโภชนาการของประชาชน และควบคุมการโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มซึ่งจะต้องมีส่วนประกอบและสารอาหารตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด

จากมาตรการทางภาษีและมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศเม็กซิโก ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าทั้ง 2 ประเทศนี้ สามารถนำมาตรการทางภาษีใช้ควบคู่กับมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี เพื่อนำมาช่วยลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนลงอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน เนื่องจากมีประเทศที่มีเพียงมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีและสามารถช่วยลดการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ก่อให้เกิดโทษต่อประชาชนได้ อาทิเช่น ประเทศเนเธอร์แลนด์มีมาตรการควบคุมการขายอาหารและเครื่องดื่มจากเครื่องขายอัตโนมัติในโรงเรียน<sup>1</sup> หรือเมืองชิคาโก รัฐอิลลินอยส์ ประเทศสหรัฐอเมริกาไม่สามารถนำมาตรการทางภาษีสำหรับการจัดเก็บภาษีของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลมาใช้ได้อย่างได้ผล เนื่องจากมาตรการดังกล่าวจะถูกบวกเพิ่มเข้าไปในภาษีขาย ณ จุดที่ขายสินค้าเหล่านั้น ซึ่งมาตรการดังกล่าวไม่สามารถทำได้ในที่สุด ประกอบกับการโต้เถียงกันเรื่องผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นว่าเป็นมาตรการที่ทำให้รัฐได้ประโยชน์

---

<sup>1</sup> Global Health Law Groningen, Sugar and Health: Regulation in Mexico and the Netherlands [Online], 2018. Available from <https://ghlgblog.wordpress.com/2018/02/05/sugar-and-health-regulation-in-mexico-and-the-netherlands> [2018, May 16]

จากการเก็บภาษีเพิ่มซี นมทกว่าการทำเพื่อประชาชน<sup>2</sup> ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นประเทศที่สามารถนำมาตรการทางภาษีมาใช้ได้อย่างได้ประสิทธิผล คือสามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มและอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพของประชาชนได้ เนื่องจกมีการจัดเก็บภาษีจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหลากหลายและครอบคลุมทุกประเภท และยังม้อตราภาษีที่เท่าเทียมกันในทุกประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลโดยไม่ได้คำนึงถึงปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่ม กล่าวคือหากเข้าข่ายว่าตรงตามนิยามของเครื่องดื่มหรืออาหารที่ต้องเสียภาษี ก็เสียภาษีในอัตราร้อยละเดียวกันทั้งหมด<sup>34</sup> เนื่องจากทั้งสองประเทศต่างมุ่งให้ประชาชนลดการบริโภคเครื่องดื่มและอาหารที่ก่อให้เกิดโทษต่อร่างกายอย่างแท้จริง ดังนั้นแม้แต่ในเครื่องดื่มที่มีปริมาณน้ำตาลน้อยก็ควรได้รับการจัดเก็บภาษีเท่ากันกับเครื่องดื่มที่มีปริมาณน้ำตาลสูง เพราะหากผู้บริโภครับประทานในปริมาณมากเนื่องจากราคาถูก ก็จะทำให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายจากอาหารและเครื่องดื่มเหล่านั้นอยู่ดี จึงเป็นข้อยืนยันถึงมาตรการทางภาษีที่เป็นธรรมต่อผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบอย่างทั่วถึงและไม่เลือกปฏิบัติ นอกจากนี้ยังมีมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีที่ใช้ควบคู่กันไปอีกด้วย ซึ่งมาตรการอื่นที่สองประเทศนี้ใช้นั้นเป็นมาตรการที่เข้มงวด เช่น การควบคุมโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มที่ก่อให้เกิดโทษทางสื่อโทรทัศน์ในช่วงเวลาที่เยาวชนมักจะรับชม<sup>5</sup> เช่น ช่วงเวลาเย็นและหัวค่ำ

#### 4.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกา นับเป็นประเทศที่มีประชากรที่ประสบปัญหาจากการเจ็บป่วยและเสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่เกิดจากการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ จากปัญหาดังกล่าว ทำให้มีแนวความคิดในการใช้ภาษีเป็นเครื่องมือทางการคลังในการแก้ไขปัญหาสุขภาพจากอาหารและเครื่องดื่มที่มีโทษต่อสุขภาพหรือต่อร่างกายด้วยการจัดเก็บภาษีการบริโภคในรูปแบบภาษีการขายโดยจัดเก็บจากสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่มีความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดผลกระทบที่เป็นโทษต่อร่างกายหรือสุขภาพ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอเลือกเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อทำการศึกษาและวิจัยมาตรการทางภาษี เนื่องจกมีการนำมาตรการทางภาษีนํามาใช้ได้อย่างได้ผล คือสามารถลดการบริโภคหวานของประชาชนลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

<sup>2</sup> Katherine Martinko, Why did Chicago's soda tax fail? [Online], 2017. Available from <https://www.treehugger.com/health/why-did-chicagos-soda-tax-fail.html> [2018, May 15]

<sup>3</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1002., Section 1003.

<sup>4</sup> Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 1980 Cuotas actualizadas por Acuerdo DOF 24-12-2015

<sup>5</sup> Dr Juan A. Rivera Instituto Nacional de Salud Publica Mexico, Mexico's sugary drinks tax – behind the scenes [Online], 2017. Available from [www.wcrf.org/sites/default/files/Juan-Rivera-Evidence-for-the-Mexican-SSB-tax.ppt](http://www.wcrf.org/sites/default/files/Juan-Rivera-Evidence-for-the-Mexican-SSB-tax.ppt) [2018, May 15]

#### 4.1.1 มาตรการทางภาษีสรรพสามิตของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา

แนวความคิดเรื่องภาษีการขายจากสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพนี้ เกิดแรงต่อต้านอย่างรุนแรงจากภาคอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่อยู่ในข่ายที่จะต้องถูกจัดเก็บภาษีจนนำไปสู่การดำเนินการเพื่อยับยั้งไม่ให้มาตรการการจัดเก็บภาษีดังกล่าวเกิดขึ้น แต่อย่างไรก็ตามความพยายามในการใช้มาตรการทางภาษีในการจัดเก็บภาษีจากอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพก็เกิดขึ้น ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเขตปกครองตนเองที่ถือเป็นต้นแบบในการนำมาตรการทางภาษีมาช่วยในการแก้ไขปัญหาสุขภาพของประชาชน คือ เขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นการจัดเก็บภาษีในระดับมลรัฐและในระดับท้องถิ่น<sup>6</sup>

##### 4.1.1.1 เหตุผลของการจัดเก็บภาษี

สืบเนื่องจากการสำรวจของหน่วยงานทางด้านสาธารณสุขของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าในปี 2011 มีประชากรของรัฐจำนวน 25,000 คนที่ป่วยเป็นโรคเบาหวาน และอีก 75,000 คนอยู่ในภาวะความเสี่ยงที่จะเป็นโรคเบาหวานหรือระดับน้ำตาลในเลือดสูง จากข้อมูลในปี 2011 พบว่าร้อยละ 31 ของสตรีมีครรภ์ชาวนาวาโฮ

มีภาวะแทรกซ้อนด้วยภาวะน้ำตาลหนักเกินหรือโรคอ้วน ซึ่งทำให้ต้นทุนเฉลี่ยในการรักษาพยาบาลโรคดังกล่าวมีจำนวนมากถึง 13,000 ดอลลาร์ต่อคนต่อปี ซึ่งต้นทุนการรักษาพยาบาลนี้ อาจเพิ่มขึ้นเกินกว่า 100,000 ดอลลาร์ต่อคน หากว่าบุคคลนั้นประสบกับภาวะแทรกซ้อนของโรค ในปี 2009 ได้มีรายงานของ GPRA<sup>7</sup> ได้รายงานถึงอัตราการเป็นโรคอ้วนใน 7 พื้นที่ ที่มีหน่วยงานตั้งอยู่ในประเทศ พบว่ามีจำนวนของผู้ที่เป็นโรคอ้วนร้อยละ 23 ถึงร้อยละ 60 และพบอัตราการเกิดโรคน้ำตาลหนักเกินในระหว่างร้อยละ 17 ถึงร้อยละ 39 ในทุกกลุ่มอายุ จากรายงานดังกล่าวได้ระบุว่าประชากรที่อยู่ในช่วงอายุ 25 ปี ถึง 54 ปี เป็นช่วงอายุที่ประสบกับปัญหาโรคอ้วนมากที่สุด ซึ่งเมืองทูบา (Tuba City) มีอัตราของการเป็นโรคอ้วนมากที่สุด โดยพบว่าในเมืองดังกล่าวประชากรกว่าร้อยละ 60 มีภาวะโรคอ้วนจากการคำนวณตามค่าดัชนีมวลกาย นอกจากนี้ลักษณะพื้นที่ของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) เป็นพื้นที่ที่ไม่สามารถทำการเพาะปลูกอาหารเพื่อสุขภาพหรืออาหารสดได้ ดังนั้นอาหารที่ประชาชนส่วนใหญ่บริโภคจะเป็นอาหารสำเร็จรูปซึ่งมีคุณค่าทาง

<sup>6</sup> Office of the Navajo Tax Commission, *The healthy dine` nation act of 2014, Section 1* [Online], 17 November 2015, Available from <http://www.navajotax.org/Navajo%0Taxes/Press%20Release%20Info/Junk%20Food/Junk%20Food%20Tax%20Law.pdf>.

<sup>7</sup> GPRA คือ Government Performance and Results Act ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ จมบังคับให้ทุกโครงการของรัฐจัดทำแผนงบประมาณประจำปี

ประจำปี

โภชนาการต่ำกว่าอาหารสด ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคของประชากรในรัฐที่นิยมบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำหรือไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ ดังนั้น เพื่อเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าว รัฐบาลของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) จึงมีการใช้เครื่องทำงานด้านกำลังคือภาษี เพื่อนำมาจัดการกับปัญหาดังกล่าว โดยมีความมุ่งหมายเพื่อลดความสูญเสียทางเศรษฐกิจที่เกิดจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังของประชากรในเมืองนี้<sup>6</sup>

#### 4.1.1.2 โครงสร้างภาษี

สำหรับการจัดเก็บภาษีจากอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ ซึ่งเป็นกฎหมายในเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นจะเป็นไปตามบทบัญญัติของพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ (The Healthy Dine' Nation Act of 2014) ซึ่งพระราชบัญญัติดังกล่าว เป็นพระราชบัญญัติที่ได้ กำหนดให้มีการจัดเก็บภาษีจากอาหารและเครื่องดื่มที่มีโทษต่อสุขภาพ เช่น เครื่องดื่มรสหวาน อาหารรสหวาน น้ำผลไม้ตามธรรมชาติหรือน้ำผลไม้ หรือน้ำผักผลไม้ที่เติมน้ำตาลหรือสารให้ความหวาน ขนมหวานแข็ง พุดดิ้ง และอาหารประเภทอบและทอด<sup>8</sup> เป็นต้น โดยจัดเก็บในรูปแบบภาษีการขายจากการขายปลีกสินค้า มีโครงสร้างภาษี ดังต่อไปนี้

##### (1) ผู้มีหน้าที่เสียภาษี

สำหรับผู้มีหน้าที่เสียภาษีได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกซึ่งประกอบกิจการภายในเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ที่ได้ประกอบกิจการขายอาหารตามประเภทที่กำหนดไว้ในมาตรา 1002 ประกอบกับมาตรา 1003 พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ (The Healthy Dine' Nation Act of 2014) ซึ่งผู้มีหน้าที่เสียภาษีนีรวมถึงกรณีและผู้ขายสินค้าเป็นรัฐวิสาหกิจที่ดำเนินการโดยรัฐบาลของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) และกรณีที่รัฐบาลเป็นผู้ขายสินค้าด้วยตนเองด้วยตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 1008 แห่งพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ (The Healthy Dine' Nation Act of 2014)<sup>8</sup>

##### (2) ฐานภาษี

สำหรับฐานภาษีที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีนี ได้แก่ การจัดเก็บภาษีจากรายรับจากการจำหน่ายสินค้าที่เป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำหรืออาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งสำหรับการพิจารณาว่าอาหารชนิดใดจัดเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำหรืออาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ จะต้องพิจารณาจากบทนิยามในมาตรา 1007 B แห่งพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ

<sup>8</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1004.

(The Healthy Dine' Nation Act of 2014)<sup>9</sup> ซึ่งได้ให้ความหมายของอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำหรืออาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการไว้ว่า หมายถึง เครื่องดื่มรสหวาน และ ขนมขบเคี้ยวที่ได้บรรจุหรือไม่ได้บรรจุผลิตภัณฑ์ซึ่งปราศจากคุณค่าทางโภชนาการ และมีส่วนผสมของเกลือไขมัน และน้ำตาลในปริมาณที่สูง จำกัดราคา 1007 B แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าว ได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำหรืออาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ<sup>9</sup> ไว้ดังนี้

(2.1) เครื่องดื่มรสหวาน หมายถึง เครื่องดื่มที่ไม่ว่าจะมีส่วนผสมของคาร์บอนไดออกไซด์หรือไม่มีส่วนผสมของคาร์บอนไดออกไซด์ก็ตาม ซึ่งได้มีไว้เพื่อจำหน่ายเป็นสินค้าเพื่อการบริโภคของมนุษย์ อันได้แก่ น้ำโซดา เครื่องดื่มรสผลไม้ เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องจำหน่ายน้ำอัดลม กาแฟเย็น ชำเย็น น้ำผักผลไม้ที่มีส่วนผสมของน้ำตาลซึ่งเป็นน้ำตาลที่ไม่ได้มาจากตัวผักหรือผลไม้ สินค้าที่เป็นสิ่งให้ความหวานที่ใช้สำหรับเติมหรือผสมกับของเหลวเพื่อใช้ในการจำหน่ายเครื่องดื่ม<sup>10</sup>

(2.2) อาหารรสหวาน หมายถึง การนำส่วนผสมที่มีส่วนประกอบของน้ำตาลในปริมาณสูงไปผสมกับวัตถุดิบอันได้แก่ แป้ง นม เนย ผลไม้แห้ง ถั่ว เป็นต้นเพื่อนำไปผลิตเป็นอาหารหรือของว่าง อันได้แก่ ลูกอม ขนมหวานแซ่แข็ง ขนม พุดดิ้ง คุกกี้เจลลาตินที่ใช้ในการทำขนมหรืออาหารที่ใช้วิธีการอบหรือทอด<sup>10</sup>

(2.3) ขนมกรุบกรอบและมันฝรั่งทอดกรอบ หมายถึง ขนมกรุบกรอบ และมันฝรั่งทอดกรอบที่มีส่วนผสมของโซเดียม (เกลือ) และไขมันอิ่มตัว ในปริมาณสูง โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตด้วยวิธีการ ทอด อบ หรือปิ้ง เช่น มันฝรั่งทอดแบบแผ่น ข้าวโพดอบกรอบ ขนมปังกรอบ ขนมกรุบกรอบเคลือบชีส ซึ่งขนมตามที่ยกตัวอย่างนี้จะต้องมีส่วนผสมของโซเดียมและไขมันในปริมาณสูง<sup>10</sup>

(2.4) น้ำตาล หมายถึง น้ำตาลที่เป็นส่วนประกอบของอาหาร ซึ่งได้แก่ น้ำตาลซูโครส น้ำตาลเดกซ์โทรส น้ำตาลฟรุกโทส น้ำเชื่อมข้าวโพด น้ำเชื่อมข้าวโพดที่มีน้ำตาลฟรุกโทสในปริมาณสูง น้ำตาลเดกซ์ทริน น้ำตาลกาแลคโทส น้ำตาลกลูโคส น้ำผึ้ง น้ำตาลแลคโทส น้ำตาลฟรักโทส รวมถึงสารให้ความหวานที่ให้พลังงานอื่น ๆ และ น้ำตาลที่สกัดมาจากน้ำผลไม้<sup>10</sup>

(2.5) น้ำเชื่อมข้าวโพด หมายถึง น้ำเชื่อมที่ผลิตมาจากแป้งข้าวโพดซึ่งประกอบไปด้วยน้ำตาลเดกซ์โทรส น้ำตาลมอลโตส และน้ำตาลเดกซ์ทริน<sup>10</sup>

(2.6) สารให้ความหวาน หมายถึง สารให้ความหวานเทียม ซึ่งรวมถึงสารให้ความหวานประเภท aspartame ซันทสกร (saccharin) สารให้ความหวาน (sucralos) หญ้าหวาน (stevia) cyclamate ซิลิทอล (xylitol) mogrosides และสารให้ความหวานอื่น ๆ<sup>10</sup>

<sup>9</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1007.

<sup>10</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1007.

(2.7) น้ำผลไม้ตามธรรมชาติหรือน้ำผลไม้ หมายถึง ของเหลวที่ได้จากกระบวนการผลิตจากกำรกดหรือคั้นจากผลไม้ หรือได้จากกำรละลายเป็นของเหลวของผลไม้ หรือของเหลวที่ได้จากกำรสกัดแบบเข้มข้นจากผลไม้ หรือของเหลวที่สกัดจากกำรละลายของผลไม้แห้ง<sup>10</sup>

(2.8) น้ำผักตามธรรมชาติหรือน้ำผัก หมายถึง ของเหลวที่ได้จากกำรสกัดออกมาจากพืชผักด้วยวิธีกำรกดหรือคั้น หรือได้จากกำรละลายเป็นของเหลวของผลไม้ หรือของเหลวที่ได้จากกำรสกัดแบบเข้มข้นจากพืชผัก<sup>10</sup>

(2.9) แป้งหรือวัตถุดิบ หมายถึง ของแข็งที่เป็นวัตถุดิบสำหรับใช้เป็นส่วนผสม รวมถึงน้ำตาล ในกำรใช้ผสมเพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ในกำรผสมกับเครื่องตีประเภทน้ำอัดลม รวมถึงกำรนำไปผสมกับ ผลไม้ ผัก น้ำผัก หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อใช้ในการผลิตเครื่องตีให้รสหวาน<sup>11</sup>

(2.10) ลูกอม หมายถึง ขนมขบเคี้ยวที่ติดจากกำรนำน้ำตาล น้ำผึ้ง เกลือ ไขมันอิ่มตัว หรือ สำรให้ความหวานตามธรรมชาติ หรือสำรให้ความหวานเทียม ไปเป็นส่วนผสมกับ ซ็อกโกแลต ผลไม้แห้ง fudge (ขนมหวานไส้ถั่ว) ขนมหวานฟู (marshmallow) ถั่ว มินต์ ถั่วลิสง ขนมกรอบ แป้งข้าว หรือนำไปผสมกับส่วนผสมหรือเครื่องปรุงรสอื่น โดยทำให้เป็นรูปแบบอ่อน แข็ง เส้น หยดน้ำของเหลว อัดลม ตกผลึก เช่น เจลลี่ ลูกอม<sup>11</sup>

(2.11) ขนมหวานแข็งแข็ง หมายถึง ของหวานที่ผลิตด้วยกำรแช่แข็งของเหลว หรือของหวานกึ่งของแข็งของเหลว ที่มีส่วนผสมของน้ำ น้ำผลไม้เข้มข้น นม สิ่งที่ทดแทนนม คัสตาร์ด โดยนำไปผสมกับ ผลไม้ ถั่ว ลูกอม หรือของหวาน หรือส่วนผสมอื่น ๆ<sup>11</sup>

(2.12) ขนม คือสิ่งที่สามารถผลิตได้หลายวิธี อบ หรือทอด ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะกำรผสมกับแป้ง น้ำตาลสำรให้ความหวานแทนน้ำตาลนม น้ำมันเนย แป้ง ถั่ว ผลไม้ ไข่ เจลลี่ และส่วนผสมอื่น ๆ<sup>11</sup>

(2.13) พุดดิ้ง และขนมหวานประเภทเจลลี่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีความอ่อนนุ่ม ไม่ว่าจะมียีสันหรือไม่มียีสัน มีรสชาติหวาน มีส่วนผสมของนม ไข่ น้ำตาล หรือสำรให้ความหวานอื่น ๆ<sup>11</sup>

(2.14) อาหารประเภทอบและทอด หมายถึง อาหารที่มีส่วนผสมของแป้งในกำรทำกรรมวิธีกำรผลิตด้วยกำรอบหรือทอด เช่น เค้ก คุกกี้ และแป้ง ซึ่งมีส่วนผสมของไขมันอิ่มตัวหรือน้ำตาลในปริมาณที่สูง<sup>11</sup>

### (3) อัตรากาซี

สำรให้อัตรากาซีนี้ จะเป็นไปตามมาตรา 1005 แห่งพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ (The Healthy Dine' Nation Act of 2014) ซึ่งกำหนดให้จัดเก็บในอัตราร้อยละ 2 จำราคาของอาหารที่

<sup>11</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1007.

มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำหรือไม่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกได้จำหน่ายให้กับผู้บริโภค<sup>12</sup> ซึ่งอัตราร้อยละ 2 นี้ เป็นอัตราที่เพิ่มเติมขึ้นมาจากภาษีการขายสินค้าทั่วไปซึ่งมีการจัดเก็บในอัตราร้อยละ 5 ของราคาขายปลีก

#### (4) การยื่นแบบชำระภาษี

การยื่นแบบชำระภาษีนี้นี้ให้ผู้ใช้ภาษีมีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการโดยแสดงยอดของรายรับจากการจำหน่ายสินค้าตามที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัตินี้ ทุกวันที่ 15 ของเดือนที่ถัดจากเดือนที่เกิดรายได้ โดยชำระต่อคณะกรรมการภาษีของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 1012 และมาตรา 1013 แห่งพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ (The Healthy Dine' Nation Act of 2014)<sup>13</sup>

#### (5) การจัดสรรเงินภาษี

สำหรับการจัดสรรเงินภาษีที่ได้จากการจัดเก็บตามพระราชบัญญัตินี้ จะเป็นไปตามมาตรา 1020 แห่งพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ (The Healthy Dine' Nation Act of 2014)<sup>14</sup> ซึ่งกำหนดให้รายได้ที่เกิดจากการจัดเก็บภาษีทั้งหมดจะนำไปเป็นรายได้เข้าสู่กองทุนที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาสุขภาพของชุมชน (The Community Wellness Development Projects Fund)<sup>15</sup> ซึ่งโครงการพัฒนาสุขภาพของชุมชนนี้ เป็นโครงการเกี่ยวกับการดำเนินการพัฒนาการ มีกิจกรรมทางกายและสภาพแวดล้อมของสังคมเพื่อลดการเจ็บป่วยจากการเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง โครงการดังกล่าวประกอบไปด้วย การดำเนินการเพาะปลูกสวนผัก ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ โครงการจัดทำเครื่องออกกำลังกาย การดำเนินการจัดสร้างสถานที่ออกกำลังกาย เป็นต้น ภายใต้การเสนอแนะและการนำเสนอรายงานโดยคณะกรรมการของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ตามที่บัญญัติไว้ใน มาตรา 1007 A แห่งพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ (The Healthy Dine' Nation Act of 2014)<sup>16</sup>

อนึ่ง พระราชบัญญัติฉบับนี้ มีกติการะบอบบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม ปี ค.ศ. 2014<sup>17</sup> และมีผลใช้บังคับถึงสิ้นปี ค.ศ. 2020<sup>18</sup> และอำนาจการพิจารณาขยายระยะเวลาบังคับใช้ภาษีดังกล่าวได้โดยการพิจารณาของสภาแห่งเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation)

<sup>12</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1005.

<sup>13</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1012 and 1013.

<sup>14</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1020.

<sup>15</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1 (N).

<sup>16</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1007 A.

<sup>17</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 4.

<sup>18</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1003.

นอกเหนือจากนี้แล้ว เขตปกครองตนเองนำว่าโฮ (Navajo Nation) ยังได้มีการยกเว้นภาษี การขายสินค้าประเภทพืชผักผลไม้ เพื่อทำให้สินค้าดังกล่าวปลอดจากภาระภาษี<sup>19</sup> อันเป็นการส่งเสริม ให้ประชาชนในรัฐได้เข้าถึงอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น

#### 4.1.2 มาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของเขตปกครองตนเองนำว่าโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา

การจัดเก็บภาษีของเขตปกครองตนเองนำว่าโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา มี ลักษณะเป็นการจัดเก็บที่เรียบง่าย โดยเป็นการจัดเก็บจากราคาขายปลีกเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 2 จาก อัตราของภาษีการขายโดยทั่วไปที่จัดเก็บร้อยละ 5<sup>20</sup> แต่อย่างไรก็ดี บทบัญญัติเกี่ยวกับการจัดเก็บ ภาษีจากอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นโทษต่อร่างกายของเขตปกครองตนเองนำว่าโฮ (Navajo Nation) นี้ เป็นบทบัญญัติที่มีรายละเอียดระบุไว้อย่างชัดเจนถึงค่านิยาม และประเภทของอาหารและเครื่องดื่ม ที่เป็นโทษต่อร่างกาย ซึ่งครอบคลุมอาหารและเครื่องดื่มทุกประเภท และมีการระบุให้รายได้จากการ จัดเก็บภาษีนี จะต้องถูกนำไปใช้เกี่ยวกับการดำเนินการทางด้านสุขภาพ นอกจากนี้แล้วยังมีการออก กฎหมายยกเว้นการจัดเก็บภาษีจากการขายสินค้าเกษตร เช่น พืชผักผลไม้อีกด้วย ดังนั้น การ จัดเก็บภาษีจากอาหารและเครื่องดื่มโดยคำนึงถึงประโยชน์และโทษเป็นสำคัญของเขตปกครองตนเอง นำว่าโฮ (Navajo Nation) จึงมีลักษณะเป็นภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (Earmark Tax)<sup>21</sup> ที่สามารถ นำแนวความคิดในการจัดเก็บมาพิจารณาปรับใช้กับมาตรการทางด้านภาษีในการจัดเก็บภาษีจาก อาหารและเครื่องดื่มที่ก่อให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

จากมาตรการทางภาษีที่เขตปกครองตนเองนำว่าโฮ (Navajo Nation) มีวัตถุประสงค์เฉพาะ ซึ่งคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญนั้น ทักษะกรรมการด้านการเงินและงบประมาณของ เขตปกครองตนเองนำว่าโฮ (Navajo Nation) (Budget and Finance committee) จึงได้มีการ พิจารณามาตรการการนำเงินภาษีเหล่านี้มาใช้ในการดูแลสุขภาพของประชาชนของตนเองในเขต ปกครองตนเองนำว่าโฮ (Navajo Nation) โดยการอนุมัติงบประมาณจากเงินสมทบเข้ากองทุนของ Healthy Dine Nation Act of 2014 ไปใช้เพื่อสร้างศูนย์ดูแลสุขภาพ สโมสรเด็กเล่น สโมสรกีฬา และ สโมสรอาหารชุมชน เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนได้มีการออกกำลังกาย และพัฒนาเป็นชุมชนที่มี

<sup>19</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1007.

<sup>20</sup> Office of the Navajo Tax Commission, "The healthy dine' nation act of 2014," Section 1 [Online], 17 November 2015, Available from <http://www.navajotax.org/Navajo%0Taxes/Press%20Release%20Info/Junk%20Food/Junk%20Food%20Tax%20Law.pdf>.

<sup>21</sup> The Healthy Dine' Nation Act of 2014, Section 1 (N).



สุขภาพดีต่อไป<sup>22</sup> จึงถือได้ว่ามาตรการที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีดังกล่าว ช่วยสนับสนุนให้คนในเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ได้เล็งเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพ และเป็นการแสดงความใส่ใจในสุขภาพของประชาชนที่ผู้ที่ทำหน้าที่บริหารประชาชนในเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) มีต่อประชาชนของตนเองอีกด้วย

## 4.2 ประเทศเม็กซิโก

ในประเทศเม็กซิโกมีจำนวนประชากรที่มีน้ำหนักตัวเกินขนาดและเป็นโรคอ้วนเพิ่มสูงขึ้นมากจากปี ค.ศ. 1988 ถึง ค.ศ. 2012 ซึ่งแบ่งเป็นประชากรวัยเด็กเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 35 และประชากรวัยผู้ใหญ่เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 71<sup>23</sup> นอกจากนี้ยังเป็นประเทศที่มีการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานจำนวน 163 ลิตรต่อคนต่อปี และมีประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 20-79 ปีป่วยเป็นโรคเบาหวานสูงถึงร้อยละ 10.8 ของประชากรทั้งประเทศ จากปัญหาดังกล่าว ทำให้ประเทศเม็กซิโกมีการนำมาตรการทางภาษีเข้ามาใช้อย่างจริงจังเพื่อช่วยลดปัญหาสุขภาพของประชาชนจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานทั้งหลาย ซึ่งนับว่าเป็นประเทศที่มีการนำมาตรการทางภาษีมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถช่วยลดการบริโภคหวานของประชาชนลงได้อย่างแท้จริง นอกจากมาตรการทางภาษีแล้ว ประเทศเม็กซิโกยังมีมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีที่ใช้ในการบังคับหน่วยงานผู้ประกอบการทั้งหลายอีกด้วย เช่น มาตรการควบคุมโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มที่ก่อให้เกิดโทษทางสื่อโทรทัศน์ในช่วงเวลาที่เยาวชนมักจะรับชม<sup>24</sup> เช่นช่วงเวลาดึกและหัวค่ำ เป็นต้น ซึ่งมาตรการทั้งหลายเหล่านี้ล้วนช่วยส่งเสริมให้มาตรการของภาครัฐสามารถนำมาใช้ควบคุมการบริโภคของประชาชนอย่างได้ผล นอกจากนี้แล้ว สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เม็กซิโกเป็นประเทศที่สามารถนำมาตรการทางภาษีมาใช้ได้อย่างได้ผล คือการให้ความร่วมมือกันจากทุกหน่วยงาน เนื่องจากทุกหน่วยงานต่างเห็นถึงความสำคัญของอันตรายของโรคที่เกิดจากเครื่องดื่มที่มีรสหวานนั่นเอง

### 4.2.1 มาตรการทางภาษีสรรพสามิตของประเทศเม็กซิโก

นอกเหนือจากการจัดเก็บภาษีจากอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกาแล้ว ในปัจจุบันประเทศเม็กซิโกซึ่ง

<sup>22</sup> Arlyssa Becenti, **Committee approves distribution policy for junk food tax** [Online], 23 June 2016, Available from <https://navajotimes.com/reznews/committee-approves-distribution-policy-junk-food-tax/>

<sup>23</sup> Pan American Health Organization Mexico, **Taxes on Sugar-sweetened Beverages as a Public Health Strategy: The Experience of Mexico**, p.17

<sup>24</sup> Dr Juan A. Rivera Instituto Nacional de Salud Publica Mexico, Mexico's sugary drinks tax – behind the scenes [Online], 2017. Available from [www.wcrf.org/sites/default/files/Juan-Rivera-Evidence-for-the-Mexican-SSB-tax.ppt](http://www.wcrf.org/sites/default/files/Juan-Rivera-Evidence-for-the-Mexican-SSB-tax.ppt) [2018, May 15]

เป็นประเทศที่มีอัตราการเจ็บป่วยและเสียชีวิตของประชากรด้วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเป็นจำนวนมาก ซึ่งเกิดจากปัญหาทางด้านสุขภาพที่สำคัญระดับประเทศ ประเทศเม็กซิโกจึงได้นำมาตรการทางด้านการจัดเก็บภาษีสำหรับสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ (ที่นอกเหนือจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และยาสูบ) เช่น เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาลหรือสารให้ความหวาน อาหารที่ให้พลังงานสูงซึ่งไม่ใช่อาหารหลักเพื่อการบริโภค อาทิเช่น ขนมขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์ประเภทขนม ลูกกวาดต่าง ๆ ซ็อกโกแลต และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เป็นต้น โดยการเก็บภาษีของประเทศเม็กซิโกนั้นไม่ได้เก็บตามปริมาณน้ำตาล แต่เป็นการจัดเก็บจากเครื่องดื่มหรืออาหารที่เข้านิยามของสินค้าที่ต้องเสียภาษี โดยภาษีจะมี 2 อัตราคือ อัตรา 1 เปโซ ต่อ 1 ลิตร โดยคำนวณจากยอดปริมาณการผลิตเครื่องดื่มของโรงงานอุตสาหกรรม แต่ถ้าหากเครื่องดื่มนั้นมีลักษณะเป็นเครื่องดื่มชูกำลัง จะต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละ 25 ของมูลค่าสินค้า ซึ่งเป็นการจัดเก็บในอัตราร้อยละตามมูลค่า ซึ่งถือว่ามาตรการการเก็บภาษีเช่นนี้ส่งผลให้ประชาชนหันมาบริโภคเครื่องดื่มที่ไม่มีน้ำตาลเพิ่มสูงขึ้น และลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลงได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้มาตรการทางภาษีของประเทศเม็กซิโกมีวัตถุประสงค์ในการลดการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีโทษต่อสุขภาพ และยังช่วยเพิ่มรายได้ให้กับรัฐอีกด้วย

#### 4.2.1.1 เหตุผลของการจัดเก็บภาษี

ประเทศเม็กซิโกจัดเป็นประเทศที่มีอัตราการเจ็บป่วยด้วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังอันได้แก่ โรคอ้วนและโรคเบาหวานสูงเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ซึ่งจากรายงานขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ ได้รายงานว่า ประชากรวัยผู้ใหญ่ชาวเม็กซิโกร้อยละ 32.8 ป่วยเป็นโรคอ้วน นอกจากนี้ยังพบว่าในกลุ่มประชากรวัยเด็กกว่า 5 ล้านคนป่วยเป็นโรคเบาหวาน<sup>25</sup> ซึ่งพบว่ามีสาเหตุที่สำคัญที่เกิดจากพฤติกรรมการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีโทษต่อสุขภาพ ส่งผลกระทบต่อทั้งทางด้านสุขภาพและงบประมาณแผ่นดิน จนเป็นที่มาของการใช้มาตรการทางด้านภาษีในการจัดการปัญหาทางด้านสุขภาพที่เกิดขึ้น นจกการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีโทษต่อสุขภาพ โดยเป็นการดำเนินการของหน่วยงานทางด้านสาธารณสุขที่เสนอแนะให้มีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายภาษีการบริโภคด้วยการจัดเก็บภาษีจากอาหารและเครื่องดื่มที่มีโทษต่อสุขภาพ

แนวความคิดในการจัดเก็บภาษีการบริโภคจากอาหารและเครื่องดื่มที่มีโทษต่อสุขภาพในประเทศเม็กซิโกมีทั้งผู้สนับสนุนและผู้ต่อต้าน ซึ่งผู้ต่อต้านที่สำคัญนั้นได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรม สินค้าที่อยู่ในขอบข่ายที่จะต้องถูกจัดเก็บภาษี แต่อย่างไรก็ดี ประธานาธิบดี Enrique Peña Nieto ของประเทศเม็กซิโก ได้ร่วมกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข เพื่อผลักดันนโยบายในการจัดเก็บภาษีจากอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นหนึ่งในมาตรการการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมาย

<sup>25</sup> BBC News, Mexico passes 'junk food tax' reform [Online], 1 November 2013, Available from <http://www.bbc.com/news/world-latin-america-24766027>.

เกี่ยวกับการเงินและภาษีอากรของประธานาธิบดี Enrique Peña Nieto ด้วยการแก้ไขเพิ่มเติม บทบัญญัติกฎหมายการจัดเก็บภาษีจากสินค้าและบริการพิเศษ (Special tax on productions and services)<sup>26</sup> ซึ่งกำหนดการจัดเก็บภาษีสำหรับสินค้าและบริการเฉพาะอย่าง<sup>27</sup> ด้วยการบัญญัติเพิ่ม สินค้าประเภทเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาลให้เป็นสินค้าที่จะต้องถูกจัดเก็บภาษีตามกฎหมายฉบับนี้ ซึ่งเมื่อร่างกฎหมายฉบับนี้เข้าสู่การพิจารณาของสภานิติบัญญัติ ได้มีการบัญญัติสินค้าที่จะต้องถูกจัดเก็บภาษีจากสินค้าและบริการพิเศษเพิ่มเติมจากเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาล ได้แก่อาหารที่ให้พลังงานสูงซึ่งไม่ใช่อาหารหลักเพื่อการบริโภค เพิ่มขึ้นมาจากเดิมที่มีข้อเสนอให้จัดเก็บภาษีจากเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาลแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งกฎหมายดังกล่าวได้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 31 ตุลาคม ค.ศ.2013 เป็นต้นมา

#### 4.2.1.2 โครงสร้างของภาษี

การจัดเก็บภาษีจากอาหารและเครื่องดื่มที่มีโทษต่อสุขภาพของประเทศเม็กซิโกนั้น จะจะเป็นไปตามบทบัญญัติของพระราชบัญญัติภาษีจากสินค้าและบริการพิเศษ (Special tax on productions and services (LEY DEL IMPUESTO ESPECIAL SOBRE PRODUCCIÓN Y SERVICIOS :IEPS)) เรียกโดยย่อว่า IEPS Act<sup>28</sup> ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### (1) ผู้มีหน้าที่เสียภาษี

สำหรับผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีจากสินค้าและบริการพิเศษ ได้แก่บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าหรือนำเข้าสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มตามประเภทที่ได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้ โดยเป็นการจัดเก็บในระดับโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งรวมถึงกรณีที่ผู้ประกอบการซึ่งเป็นโรงงานอุตสาหกรรมจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรงด้วย<sup>28</sup>

##### (2) ฐานภาษี

<sup>26</sup> KPMG, Mexico - Tax reform 2014, overview of general provisions [Online], Available from <https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/taxnewsflash/Documents/mexico-no2-nov8-2013.pdf>.

<sup>27</sup> กฎหมายการจัดเก็บภาษีจากสินค้าและบริการพิเศษ Special tax on productions and services (IEPS) ถือเป็นกฎหมายภาษีการบริโภคเฉพาะของประเทศเม็กซิโก ซึ่งมีการจัดเก็บภาษีจากสินค้าและบริการเฉพาะอย่าง เช่น สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยาสูบ การปล่อยมลพิษ ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับกฎหมายสรรพสามิตของประเทศไทย

<sup>28</sup> Vanessa Salcido, The Junk Food Tax in Mexico [Online], 2014, September 4, Available from [http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Mexican%20Junk%20Food%20Tax\\_Mexico%20ATO\\_Mexico\\_4-9-2014.pdf](http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Mexican%20Junk%20Food%20Tax_Mexico%20ATO_Mexico_4-9-2014.pdf).

สำหรับฐานภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีสินค้าและบริการพิเศษแบ่งออกได้เป็นสองกลุ่ม ได้แก่ เครื่องดื่มและอาหารที่ให้พลังงานสูงซึ่งไม่ใช่อาหารหลักเพื่อการบริโภค<sup>28</sup> ดังนี้

(2.1) เครื่องดื่ม ได้แก่ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาลหรือสารให้ความหวาน (Sugar-sweetened beverages) และเครื่องดื่มชูกำลัง (Energy drink)<sup>29</sup>

(2.2) อาหารที่ให้พลังงานสูงซึ่งไม่ใช่อาหารหลักเพื่อการบริโภค (Non-staple energy-dense foods)<sup>29</sup> ได้แก่

(2.2.1) ขนมขบเคี้ยว (Snacks)<sup>29</sup>

(2.2.2) ผลิตภัณฑ์ประเภทขนม ลูกกวาดต่าง ๆ (Confectionery products)<sup>29</sup>

(2.2.3) ช็อกโกแลต และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่มีส่วนผสมของโกโก้ (Chocolate and other cocoa-derived products)<sup>29</sup>

(2.2.4) พุดดิ้ง (Flans and puddings)<sup>29</sup>

(2.2.5) ผลิตภัณฑ์ประเภทผักและผลไม้รสหวาน (Fruit- and vegetable-derived sweets)<sup>29</sup>

(2.2.6) เนยถั่ว และช็อกโกแลตฮาเซลนัทสเปรด (Peanut butter and hazelnut spreads)<sup>29</sup>

(2.2.7) ผลิตภัณฑ์นมข้น (Dulce de leche)<sup>29</sup>

(2.2.8) ัญพืชแปรรูป (Cereal-based processed foods)<sup>29</sup>

(2.2.9) ไอศกรีม และผลิตภัณฑ์ประเภทไอศกรีมอย่างอื่น เช่น เกลัด น้ำแข็งไสหวานเย็น เป็นต้น (Ice cream, snow cones, and popsicles)<sup>29</sup>

นอกจากนี้พระราชบัญญัติภาษีสินค้าและบริการพิเศษ ได้มีบทบัญญัติที่ให้ความหมายของสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นในมาตรา 3 (Article 3) ดังต่อไปนี้

(1) เครื่องดื่มชูกำลัง (Energy drinks) หมายถึง เครื่องดื่มที่ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ซึ่งมีส่วนผสมของคาเฟอีนที่มีปริมาณตั้งแต่ 20 มิลลิกรัมขึ้นไปต่อปริมาณ 100 มิลลิลิตร และมีสารเติมสารให้พลังงานประเภท taurine หรือ glucuronolactone หรือ thiamine หรือสารให้พลังงานอย่างอื่นที่มีผลเช่นเดียวกับสารให้พลังงานประเภทที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งรวมถึงสารให้พลังงานที่เป็นหัวน้ำแข็งข้มข้น แป้ง หรือน้ำหวานข้มข้น<sup>29</sup>

(2) เครื่องดื่มปรุงแต่ง (Flavored beverages) หมายถึง เครื่องดื่มที่ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ที่มีการใช้น้ำตาลหรือสารให้ความหวานอื่น ๆ เป็นส่วนผสม ไม่

<sup>29</sup> Pan American Health Organization Mexico, *Taxes on Sugar-sweetened Beverages as a Public Health Strategy: The Experience of Mexico*, p. 50-51

ว่าเครื่องดื่มนี้ จะมีส่วนผสมของผักผลไม้หรือไม่ และไม่ว่าจะมีการอัดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์หรือไม่ ก็ตาม<sup>29</sup>

(3) น้ำตาล (Sugar) หมายความว่ารวมถึง น้ำตาลประเภท monosaccharides, disaccharides, และ polysaccharides ที่ใช้เป็นสารให้ความหวานที่ให้พลังงาน<sup>30</sup>

(4) ผลิตภัณฑ์ประเภทยาน้ำ (Oral electrolyte solutions) ได้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการรักษาโรค ซึ่งมีส่วนผสมของ anhydrous glucose, potassium, chloride, sodium chloride, และ trisodium citrate<sup>30</sup>

(5) ปริมาณแคลอรี (Caloric density) จะถูกกำหนดโดย พลังงานที่แสดงออกมาต่อปริมาณอาหาร 100 กรัม ที่ได้มาจากค่าคำนวณปริมาณแคลอรีจากอาหารที่มี น้ำหนัก 100 กรัม<sup>30</sup>

(6) ขนมขบเคี้ยว (Snacks) หมายถึง อาหารแปรรูปที่ทำจาก ผลิตภัณฑ์ธัญพืช ไม่ว่าจะด้วยวิธีการ ทอด อบ บั๊จ หรือย่าง หรือวิธีอื่นใด โดยมีส่วนผสมของเกลือ หรือ ส่วนผสมอื่น ๆ เพื่อเพิ่มรสชาติและวัตถุเจือปนอาหาร<sup>30</sup>

(7) ผลิตภัณฑ์ประเภทยาน้ำ ลูกกวาดต่าง ๆ (Confectionary products) หมายความว่ารวมถึงการเลียนกลืนหรือปรุงแต่งรสเพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ดังกล่าว<sup>30</sup>

(8) ช็อกโกแลต (Chocolate) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการนำโกโก้ไปผสมกับน้ำตาลหรือสารทำให้หวาน วัตถุเจือปนอาหาร หรือสารอื่น ๆ<sup>30</sup>

(9) โกโก้ หมายความว่ารวมถึง เนยโกโก้ โกโก้ชนิดเหลวหรือชนิด แผ่น รวมถึงโกโก้ หรือที่รวมกับผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ หรือสารอื่น ๆ<sup>30</sup>

(10) พุดดิ้ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการรวมส่วนผสมของ ไข่ นม และน้ำตาลโดยผ่านกระบวนการให้ความร้อนโดยมีการปรุงแต่งรสให้เป็นรสชาติต่าง ๆ<sup>30</sup>

(11) ขนมปังพุดดิ้ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเค้กหรือขนมปัง ที่ละลายในนมและนมโดยมีการใส่น้ำตาลและผลไม้ลงไป<sup>30</sup>

(12) ผลิตภัณฑ์ประเภทผักและผลไม้รสหวาน (Fruit and vegetable-derived sweets) หมายความว่าถึงการทำน้ำผักและผลไม้ที่มีรสหวานมาแปรรูปไม่ว่าจะด้วยการ ตกผลึกหรือแช่แข็ง เช่น แยมผลไม้ เป็นต้น<sup>30</sup>

(13) เนยถั่ว และช็อกโกแลตฮาเซลนัทสเปรด (Peanut butter and hazelnut spreads) ได้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำขนมปัง รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้เกลือหรือสารให้ความ หวาน<sup>30</sup>

(14) ผลิตภัณฑ์นมข้น (Dulce de leche) รวมถึง cajeta, jamoncillo, และnatillas<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Pan American Health Organization Mexico, *Taxes on Sugar-sweetened Beverages as a Public Health Strategy: The Experience of Mexico*, p. 50-51

(15) ไขมันที่แปรรูปได้แก่ การแปรรูปไขมันที่ได้มาจากส่วนต่างๆ ของพืช ไม่ว่าจะด้วยการอบ ทอด ต้ม และไม่ว่าจะมีการใส่ผลไม้หรือเมล็ดพันธุ์พืชอย่างอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม<sup>31</sup>

(16) ไอศกรีม หมายถึง อาหารที่ได้จากกระบวนการการผลิตด้วยความเย็นจากเครื่องจักรซึ่งมีการผสมส่วนประกอบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ไขมันจากพืช ไข่ หรือผลิตภัณฑ์อาหารอย่าง อื่นรวมอยู่ด้วย<sup>31</sup>

### (3) อัตราภาษี

อัตราภาษีสำหรับสินค้าประเภทเครื่องดื่มนั้น หากเป็นเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาลหรือสารให้ความหวานจะต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละตามปริมาณ กล่าวคือ จะต้องเสียภาษีในอัตรา 1 เปโซ ต่อ 1 ลิตร โดยคำนวณจากยอดปริมาณการผลิตเครื่องดื่มของโรงงานอุตสาหกรรม<sup>32</sup> แต่ถ้าหากเครื่องดื่มนั้นมีลักษณะเป็นเครื่องดื่มชูกำลัง จะต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละ 25 ของมูลค่าสินค้า ซึ่งเป็นการจัดเก็บในอัตราร้อยละตามมูลค่า<sup>32</sup>

สำหรับอัตราภาษีจากอาหารที่ให้พลังงานสูงซึ่งไม่ใช่อาหารหลักเพื่อการบริโภค จะพิจารณาจากค่าพลังงานของอาหารดังกล่าว ซึ่งมีการกำหนดค่าพลังงานต่อปริมาณของอาหาร กล่าวคือ หากอาหารกลุ่มดังกล่าว มีการให้พลังงานตั้งแต่ 275 กิโลแคลอรีขึ้นไป ต่อปริมาณ 100 กรัมของอาหาร อาหารกลุ่มดังกล่าวก็จะต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละตามมูลค่าในอัตราร้อยละ 8 ของราคาสินค้า<sup>33</sup> และหากอาหารที่ให้พลังงานสูงซึ่งไม่ใช่อาหารหลักเพื่อการบริโภคตามที่ระบุไว้นั้น ไม่ได้มีการแสดงฉลากสัญลักษณ์ทางโภชนาการ จะต้องถูกสันนิษฐานโดยเด็ดขาดว่าเป็นอาหารที่ให้พลังงานตั้งแต่ 275 กิโลแคลอรีต่อปริมาณ 100 กรัมของอาหาร จนกว่าจะได้มีการพิสูจน์ว่าอาหารนั้นๆ ให้ค่าพลังงานที่ต่ำกว่าที่กำหนดไว้<sup>33</sup>

### (4) ข้อยกเว้น

สำหรับอาหารและเครื่องดื่มที่ได้รับยกเว้นไม่ต้องเสียภาษี ได้แก่ สินค้าดังต่อไปนี้

- การผลิตอาหารและเครื่องดื่มโดยหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศเม็กซิโก<sup>34</sup>

<sup>31</sup> Pan American Health Organization Mexico, *Taxes on Sugar-sweetened Beverages as a Public Health Strategy: The Experience of Mexico*, p. 50-51

<sup>32</sup> Vanessa Salcido, *The Junk Food Tax in Mexico* [Online]

<sup>33</sup> Ibid. p.2

<sup>34</sup> Pan American Health Organization Mexico, *Taxes on Sugar-sweetened Beverages as a Public Health Strategy: The Experience of Mexico*, p. 49-50

- อาหารและเครื่องดื่มเพื่อใช้ในทางการแพทย์ซึ่งได้รับการรับรองจากหน่วยงานทางด้านสาธารณสุข<sup>35</sup>

#### 4.2.1.3 ผลการนำมาตรการทางภาษีมาใช้อย่างได้ผลในประเทศเม็กซิโก

สำหรับผลของภาษีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกำรบริโภคนั้น ได้มีการศึกษาของสถาบันสาธารณสุขแห่งชาติ (INSP) ร่วมกับศูนย์วิจัยประชากรของมหาวิทยาลัยนอร์ทคาโรไลนา ประเทศสหรัฐอเมริกา (Carolina Population Center of the University of North Carolina at Chapel Hill, USA) ซึ่งได้ทำการศึกษาผลของการจัดเก็บภาษีจากเครื่องดื่มผสมน้ำตาลตั้งแต่เดือน มกราคม ค.ศ. 2014 ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกำรบริโภค ซึ่งผลการศึกษาพบว่า<sup>36</sup> ประชาชนเม็กซิโกมีการบริโภคเครื่องดื่มผสมน้ำตาลที่ลดลงประมาณร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับอัตรากำรบริโภคเครื่องดื่มดังกล่าวในปี ค.ศ. 2013 นอกจากนี้แล้วยังพบว่า ประชากรมีอัตรากำรบริโภคเครื่องดื่มที่ไม่ถูกจัดเก็บภาษีเพิ่มขึ้น ได้แก่ น้ำแร่ น้ำเปล่า น้ำผลไม้ที่ไม่ผสมน้ำตาล และ นมที่ไม่ผสมน้ำตาล ในส่วนของอาหารที่ให้พลังงานสูงซึ่งไม่ใช่อาหารหลักเพื่อกำรบริโภคนั้น การปรับเพิ่มอัตราภาษีพบว่า ไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือลดกำรบริโภคของอาหารในกลุ่มดังกล่าว<sup>37</sup>

นอกจากนี้ยังพบว่ามีคำแนะนำจากรัฐบาลในเอกสารเกี่ยวกับงบประมาณรายจ่ายของรัฐเกี่ยวกับการนำรายได้จากรจัดเก็บภาษีจากสินค้าและบริการพิเศษให้นำไปใช้ในรูปแบบของภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ ในการดำเนินโครงการเกี่ยวกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน รวมถึง นำไปใช้จ่ายเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพของน้ำดื่มในพี นที่ชนบทและพี นที่สำคัญ<sup>38</sup>

จากผลงานวิจัยการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหลังจากรบังคับใช้มาตรการทางภาษีสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบในประเทศเม็กซิโก เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2557 พบว่าปริมาณการซื้อเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบโดยเฉลี่ยในปี 2557 ลดลงประมาณร้อยละ 6 เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการซื้อ เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลที่คาดว่าจะเป็นการประเมินค่าใหม่มาตรการภาษีนี้ ซึ่งกลุ่มประชาชนที่มีปริมาณการซื้อลดลงมากที่สุดถึงร้อยละ 9.1 นั่นคือกลุ่มประชากรผู้มีรายได้น้อย ในขณะที่ปริมาณการซื้อเครื่องดื่มที่ไม่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบกลับสูงขึ้น

<sup>35</sup> Pan American Health Organization Mexico, *Taxes on Sugar-sweetened Beverages as a Public Health Strategy: The Experience of Mexico*, p. 49-50

<sup>36</sup> Ibid. p.60.

<sup>37</sup> Ibid. p.61.

<sup>38</sup> Ibid. p.62.

ร้อยละ 4 โดยเฉพาะอย่างยิ่งน้ำเปล่าบรรจุขวด และประชากรที่มีรายได้ปานกลางเป็นกลุ่มที่มีการซื้อสูงขึ้นมาที่สุด<sup>39</sup>

สาเหตุหลักที่ทำให้การปรับขึ้นภาษีสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสามารถช่วยลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลได้ นั่นคือการที่ผู้ประกอบการส่งต่อภาระภาษีไปให้แก่ผู้บริโภค โดยการปรับราคาสินค้า ณ จุดขาย ให้สูงขึ้น ซึ่งถือว่าตรงตามวัตถุประสงค์ของรัฐบาลในเม็กซิโก คือการสะท้อนราคาสินค้าที่สูงในสินค้าที่ส่งผลให้เกิดโทษต่อร่างกาย เช่น บุหรี่ สุรา และสินค้าที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ ก็เช่นเดียวกัน เนื่องจากการบริโภคน้ำตาลมากเกินไป ก็เป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประชาชนเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังดังได้วิเคราะห์มาแล้วในบทที่ 2

จากผลการสำรวจพบว่า เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบในประเทศเม็กซิโก มีการปรับราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นหลังจากที่มีการประกาศใช้กฎหมายมาตรการทางภาษีสำหรับเครื่องดื่มที่มีรสหวาน โดยการปรับราคาสินค้ามีราคาที่สูงขึ้นใกล้เคียงกับอัตราภาษีที่มีการเรียกเก็บ นั่นคือ 1 เปโซต่อลิตร ซึ่งเครื่องดื่มน้ำตาลดื่มมีการเพิ่มราคาขายระหว่าง 0.96-1.20 เปโซต่อลิตร ในขณะที่เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลแต่ไม่ใช่น้ำอัดลมมีการเพิ่มราคาขายระหว่าง 0.53 ถึง 0.74 เปโซต่อลิตร<sup>40</sup>

ผลการสำรวจนี้สอดคล้องกับหลักทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่า ภาษีสามารถส่งผ่านให้แก่ผู้บริโภคได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ต้นทุนของผู้ประกอบการ โครงสร้างตลาด และความต้องการซื้อของผู้บริโภค ภายใต้ตลาดที่มีผู้ประกอบการน้อยราย จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถผลักภาระภาษีให้แก่ผู้บริโภคได้ เนื่องจากการกำหนดราคาในสินค้าชนิดนั้น ๆ ถูกกำหนดโดยกลุ่มผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าชนิดนั้น ๆ เพียงรายเดียวหรือไม่กี่ราย จากหลักทางเศรษฐศาสตร์เบื้องต้นสัมพันธ์กับข้อมูลของตลาดสินค้าอัดลมในประเทศเม็กซิโก คือส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าเครื่องดื่มอัดลมในประเทศเม็กซิโกประมาณร้อยละ 85 เป็นของผู้ผลิตรายใหญ่สองราย ในขณะที่ตลาดเครื่องดื่มไม่ใช่น้ำอัดลมไม่มีผู้เล่นรายใดครองส่วนแบ่งการตลาดในปริมาณที่สูง จึงทำให้ผู้ประกอบการขายเครื่องดื่มอัดลมสามารถผลักภาระภาษีไปสู่ผู้บริโภคได้<sup>41</sup> ทั้งนี้จากข้อเท็จจริงดังกล่าวในประเทศเม็กซิโก จึงถือเป็นข้อจำกัดของการนำมาตรการทางภาษีมาปรับใช้ในแต่ละประเทศ ซึ่งสัดส่วนการครองตลาด

<sup>39</sup> M. Arantxa Colchero, Barry M Popkin, Juan A Rivera and Shu Wen Ng. "Beverage purchases from stores in Mexico under the excise tax on sugar sweetened beverages: observational study" [Online]. 6 January 2016. Available from: <https://www.bmj.com/content/352/bmj.h6704>

<sup>40</sup> M. Arantxa Colchero, Juan Carlos Salgado, Mishel Unar-Munguia, Mariana Molina and Shuweng Ng. "Changes in Prices After an Excise Tax to Sweetened Sugar Beverages Was Implemented in Mexico: Evidence from Urban Areas" [Online] 14 December 2015. Available from: <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0144408>

<sup>41</sup> Colchero MA, Salgado JC, Unar-Munguia M, Hernandez-Avila M, and Rivera-Dommarco JA. **Price elasticity of the demand for sugar sweetened beverages and soft drinks in Mexico** [Online]. 5 September 2015. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1570677X15000611>



และปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการนำมาตรการทางภาษีมาใช้ในการควบคุมพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการนำมาตรการทางภาษีมาใช้เพื่อช่วยให้เกิดการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของแต่ละประเทศนั้น จึงต้องอาศัยปัจจัยเรื่องข้อมูลทางเศรษฐศาสตร์ในประเทศนั้น ๆ เช่น ต้นทุนของผู้ประกอบการ โครงสร้างตลาด และความต้องการซื้อของผู้บริโภค และการตระหนักถึงความสำคัญของโทษที่เกิดจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเหล่านั้น จึงจะสามารถทำให้ทุกหน่วยงานร่วมมือกัน เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคในที่สุด

#### 4.2.2 มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของประเทศเม็กซิโก

นอกเหนือจากมาตรการการขึ้นภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารแทนความหวานเป็นส่วนประกอบในประเทศเม็กซิโกแล้วนั้น รัฐบาลเม็กซิโกยังมีมาตรการอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนในประเทศลดการบริโภคน้ำหวานเหล่านั้นเพิ่มเติมอีกด้วย โดยการทำสัญญา กับภาคเอกชน และหน่วยงานด้านการศึกษาออกเป็น National Agreement for Nutritional Health-Strategy to Control Overweight and Obesity<sup>42</sup> ซึ่งนโยบายส่งเสริมการลดการบริโภคน้ำตาลของรัฐบาลสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่<sup>43</sup> คือ

(1) การสร้างสภาพแวดล้อมให้ผู้บริโภคตระหนักถึงการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ<sup>44</sup>

(1.1) มีกฎหมายการควบคุมรูปแบบและความเหมาะสมถูกต้องของฉลากข้างผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจของผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคที่ถูกต้อง<sup>44</sup>

(1.2) มีการกำหนดกฎข้อบังคับในองค์กรของรัฐบาล โดยส่งเสริมให้พนักงานบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ<sup>44</sup> เช่น การกำหนดกฎข้อบังคับเรื่องอาหารและเครื่องดื่มในโรงเรียน จะต้องมีการขายอาหารที่มีปริมาณน้ำตาลไม่เกินตามที่กฎหมายกำหนดไว้ เป็นต้น

(1.3) การควบคุมดูแลสื่อโฆษณาและกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยการออกข้อบังคับกำหนดระยะเวลา และรูปแบบของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ หรือโรง

<sup>42</sup> L. Latnovic and L. Rodriguez Cabrera, "Public health strategy against overweight and obesity in Mexico's National Agreement for Nutritional Health," International Journal of Obesity Supplements online, (May 2013)

<sup>43</sup> Dr. Juan A. Rivera, *Mexico's sugary drinks tax – behind the scenes* [Online].

<sup>44</sup> S. Barquera, I. Campos and J. A. Rivera, "Mexico attempts to tackle obesity: the process, results, push backs and future challenges," obesity reviews 14 (September 2013): 69-78

ภาพยนตร์แก่เยาวชน เนื่องจากสังเกตเห็นว่าประชาชนที่เป็นเด็กและเยาวชนยังไม่มีวิจาร์ณญาณที่เพียงพอในการตัดสินใจเลือกซื้อ สินค้าที่ดีต่อสุขภาพ ซึ่งอาจเกิดความเสี่ยงที่เยาวชนเหล่านั้น นจะถูกรบกวนกระตุ้นจากกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือการโฆษณา ให้มีความต้องการในการซื้อ อาหารหรือเครื่องดื่มที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพได้ ดังนั้นเพื่อป้องกันปัญหาลักษณะนี้ ทางรัฐบาลจึงมีกฎหมายการควบคุมดูแลสื่อโฆษณาและกิจกรรมส่งเสริมการขายสำหรับเด็กและเยาวชนโดยเฉพาะ<sup>44</sup>

## (2) การปรับปรุงพัฒนาระบบอาหารในท้องตลาด

(2.1) การควบคุมดูแลระบบการผลิตอาหารของผู้ประกอบการ ตั้งแต่ควบคุมกระบวนการเริ่มต้น คือการปลูกและเก็บเกี่ยววัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต การผลิต การขายให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับนักเรียน ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการ (Ministry of Public Education) และกระทรวงสาธารณสุข (Ministry of Health) ร่วมกันจัดทำ ” Guidelines on Nutrition Standards for Foods and Beverages ” เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงโภชนาการที่ดีและการออกกำลังกายในโรงเรียน และกำหนดเกณฑ์และขั้นตอนสำหรับอาหารและเครื่องดื่มที่จะผลิตและนำมาจำหน่ายในโรงเรียน<sup>45</sup>

## (3) การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

(3.1) รัฐบาลเม็กซิโกได้ออกกฎการห้ามโฆษณาอาหารที่มีแคลอรีสูงและน้ำตาลสูงแก่เด็กที่มีอายุน้อยกว่า 12 ปี โดยการออก “Code of Self-regulation on Advertising of Food and Non-Alcoholic Beverages to Children” ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2552<sup>46</sup>

### 4.3 เปรียบเทียบมาตรการทางภาษีสรรพสามิตของต่างประเทศกับประเทศไทย

จากมาตรการทางภาษีของประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกาในหัวข้อก่อนหน้านี้ นี้ จะเห็นได้ว่ามาตรการทางภาษีของประเทศทั้งสองนั้นได้นำมาใช้กับผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล และสามารถช่วยลดอัตราภาษีบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมาตรการทางภาษีของทั้งสองประเทศดังกล่าว ต่างมีความแตกต่างจากพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิตของประเทศไทย ทั้งในเรื่องการกำหนดนิยามความหมายของเครื่องดื่มที่จะต้องเสียภาษีความหวาน โดยในประเทศไทยที่

<sup>45</sup> L. Latnovic and L. Rodriguez Cabrera, “Public health strategy against overweight and obesity in Mexico’s National Agreement for Nutritional Health,” International Journal of Obesity Supplements online, (May 2013)

<sup>46</sup> Ibid

กำหนดความหมายของเครื่องตีที่มีน้ำตาลอย่างครอบคลุมทุกประเภทของเครื่องตีที่มีความหวาน ซึ่งแตกต่างจากประเทศไทยที่ยังคงไม่จัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากเครื่องตีที่มีความหวานบางประเภท เช่น นมปรุงแต่ง หรือโยเกิร์ต เป็นต้น หรือความแตกต่างเรื่องความชัดเจนในการกำหนดนิยามของประเภทน้ำตาลที่จะถูกนำมาเสียภาษีความหวาน ซึ่งประเทศไทยไม่มีการกำหนดนิยามของน้ำตาลที่จะเข้าข่ายในการเสียภาษีสรรพสามิตในเรื่องนี้ แต่กฎหมายของประเทศทั้งสองนั้นต่างระบุอย่างชัดเจนว่ามีประเภทใดบ้าง นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างเรื่องอัตราการจัดเก็บภาษีของเครื่องตีที่มีน้ำตาล คือทั้งสองประเทศต่างมีอัตราการจัดเก็บภาษีอัตราเดียว นั่นคือหากสินค้าใดมีนิยามเข้าข่ายเป็นเครื่องตีที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว ก็จะต้องเสียภาษีสรรพสามิตในอัตราเดียว เช่น ของประเทศเม็กซิโกเก็บในอัตรา 1 เปโซ ต่อ 1 ลิตร โดยคำนวณจากยอดปริมาณการผลิตเครื่องตีของโรงงานอุตสาหกรรม และเครื่องตีซูก้าล้างจัดเก็บในอัตราร้อยละ 25 ของมูลค่าสินค้า และของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา จัดเก็บในอัตราร้อยละ 2 จากราคาของอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำหรือไม่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกได้จำหน่ายให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นอัตราที่เพิ่มขึ้นมาจากภาษีการขายในอัตราร้อยละ 5 ของราคาขายปลีกซึ่งแตกต่างจากการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตของประเทศไทย ซึ่งจัดเก็บเพิ่มขึ้นตามปริมาณน้ำตาลที่เพิ่มขึ้น ในเครื่องตี และมีการปรับอัตราเพิ่มสูงขึ้นทุกๆ 2 ปี

อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างในเรื่องต่าง ๆ ข้างต้น สำหรับการจัดเก็บภาษีจากเครื่องตีที่มีน้ำตาลของประเทศไทยและต่างประเทศทั้งสอง จะเป็นปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการนำมาตรการทางภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิตพ.ศ. 2560 ของประเทศไทย นำมาใช้จัดเก็บภาษีสำหรับเครื่องตีที่มีน้ำตาล และมาตรการทางภาษีของต่างประเทศทั้งสองยังช่วยชี้แนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อีกด้วย เพื่อให้การนำมาตรการทางภาษีสำหรับการจัดเก็บภาษีจากเครื่องตีที่มีน้ำตาลของประเทศไทย สามารถนำมาช่วยในการลดอัตราภาษีบริโภคเครื่องตีที่มีน้ำตาลของคนไทยลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังเช่นที่ต่างประเทศทั้งสองได้ประสบผลสำเร็จมาแล้ว

#### 4.3.1 การเปรียบเทียบประเภทของเครื่องตีที่มีน้ำตาลที่ต้องเสียภาษี

หลักเกณฑ์ในการกำหนดประเภทของเครื่องตีที่มีน้ำตาลที่จะต้องเสียภาษีสรรพสามิตของประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา มีความคล้ายคลึงกันคือ จัดเก็บภาษีจากเครื่องตีที่มีน้ำตาลหรือเครื่องตีที่มีรสหวาน ซึ่งถือว่าเป็นการจัดเก็บเครื่องตีที่มีน้ำตาลครอบคลุมทุกประเภท ซึ่งแตกต่างจากของประเทศไทยที่มีการยกเว้นไม่จัดเก็บภาษีตามปริมาณน้ำตาลเช่น นมปรุงแต่ง ผลิตภัณฑ์จากนมที่นำมาปรุงแต่ง เช่นนมเปรี้ยว หรือโยเกิร์ต เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยได้แสดงความแตกต่างของประเภทของเครื่องตีที่มีน้ำตาลที่ต้องเสียภาษีของต่างประเทศทั้งสองและประเทศไทยไว้ในตารางที่ 6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบประเภทของเครื่องต้มที่มีน้ำตาลที่ต้องเสียภาษีระหว่างประเทศไทย ประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา<sup>47</sup>

ประเทศไทย	ประเทศเม็กซิโก	เขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา
<ul style="list-style-type: none"> <li>- น้ำแหร และน้ำอัดลม ที่เติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ</li> <li>- น้ำผลไม้ (รวมถึงเกรปมัสต์) และน้ำพืชผักที่ไม่ได้หมักและไม่เติมน้ำตาล ไม่ว่าจะเติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม</li> <li>- หัวเชื้อเข้มข้นเฉพะาะที่ใช้กับเครื่องผลิตเครื่องดื่มพร้อมดื่มเพื่อขายให้กับผู้บริโภค ณ จุดขายปลีก</li> <li>- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นเครื่องดื่มที่มีลักษณะผง เกล็ด หรือเครื่องดื่มเข้มข้นที่มีส่วนผสมของน้ำตาล และสามารถละลายน้ำได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาลหรือสารให้ความหวาน<sup>48</sup></li> <li>- เครื่องดื่มชูกำลัง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เครื่องดื่มที่มีรสหวาน ประกอบด้วย</li> <li>- น้ำอัดลม</li> <li>- เครื่องดื่มรสผลไม้</li> <li>- เครื่องดื่มเกลือแร่</li> <li>- เครื่องดื่มชูกำลัง</li> <li>- เครื่องจำหน่ายน้ำอัดลม</li> <li>- กาแฟ</li> <li>- ชาเย็น</li> <li>- น้ำผักผลไม้ที่มีส่วนผสมของน้ำตาลซึ่งเป็นน้ำตาลที่ไม่ได้มาจากตัวผักหรือผลไม้</li> <li>- น้ำอัดลมตามธรรมชาติ</li> <li>- น้ำผลไม้ตามธรรมชาติ</li> </ul>

#### 4.3.2 การเปรียบเทียบประเภทของน้ำตาลที่เกี่ยวข้องในการนำมาเสียภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล

หลักเกณฑ์การระบุเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานที่ต้องนำมาเสียภาษีของประเทศไทย ไม่มีการระบุค่านิยามของประเภทของน้ำตาลหรือสารให้ความหวานอย่างชัดเจนว่าประกอบด้วยน้ำตาลหรือสารให้ความหวานชนิดใดบ้าง ซึ่งแตกต่างจากกฎหมายของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้ระบุประเภทของสารให้ความหวานหรือ

<sup>47</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

<sup>48</sup> หมายเหตุ: จากคำกำหนดประเภทที่ต้องเสียภาษีความหวานของเครื่องดื่มในประเทศเม็กซิโกที่ระบุว่า เป็นเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาลหรือสารให้ความหวาน นั้นหมายถึงครอบคลุมทุกประเภทของเครื่องดื่มที่มีการใส่น้ำตาลหรือสารให้ความหวานลงในเครื่องดื่ม ดังนั้นการเก็บภาษีความหวานของประเทศเม็กซิโกและเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้รวมถึงนม ผลิตภัณฑ์ของนม และน้ำหวานเข้มข้นด้วย

น้ำตาลที่ต้องเสียภาษีหากมีการนำน้ำตาลหรือสารเหล่านั้นใส่ลงในเครื่องดื่ม เช่น น้ำตาลซูโครส น้ำตาลเด็กซ์โทรส น้ำตาลฟรุกโทส น้ำเชื่อมข้าวโพด ของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) และน้ำตาลประเภท monosaccharides หรือ disaccharides ของประเทศเม็กซิโก เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของการระบุประเภทของน้ำตาลที่เกี่ยวข้องในการนำมาเสีย ภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสองทั้ง 3 ประเทศ ในตารางที่ 7 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบประเภทของน้ำตาลที่เกี่ยวข้องในการนำมาเสียภาษีเครื่องดื่มที่มี น้ำตาลระหว่างประเทศไทย ประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา<sup>49</sup>

ประเทศไทย	ประเทศเม็กซิโก	เขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา
ระบุเพียงแค่มีกการเติมน้ำตาล หรือสารที่ทำให้หวานอื่น ๆ	น้ำตาล (Sugar) หมายความว่า รวมถึงน้ำตาลประเภท monosaccharides, disaccharides, และ polysaccharides ที่ใช้เป็นสารให้ความหวานที่ให้พลังงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- น้ำตาล หมายถึง น้ำตาลที่เป็น ส่วนประกอบของอาหาร ซึ่งได้แก่ น้ำตาล ซูโครส น้ำตาลเด็กซ์โทรส น้ำตาลฟรุกโทส น้ำเชื่อมข้าวโพด น้ำเชื่อมข้าวโพดที่มี น้ำตาลฟรุกโทสในปริมาณสูง น้ำตาล เด็กซ์ทริน น้ำตาลกัลแลคโทส น้ำตาล กลูโคส น้ำผึ้ง น้ำตาลแลคโทส น้ำตาลฟ รุกโทส รวมถึงสารให้ความหวานที่ให้ พลังงานอื่น ๆ และ น้ำตาลที่สกัดมาจาก น้ำผลไม้</li> <li>- น้ำเชื่อมข้าวโพด หมายถึง น้ำเชื่อมที่ ผลิตมาจากแป้งข้าวโพดซึ่งประกอบไป ด้วยน้ำตาลเด็กซ์โทรส น้ำตาลมอลโตส และน้ำตาลเด็กซ์ทริน</li> <li>- สารให้ความหวาน หมายถึง สารให้ ความหวานเทียม ซึ่งรวมถึงสารให้ความ หวานประเภท aspartame ซันทสกร (saccharin) สารให้ความหวาน (sucralos) หญ้าหวาน (stevia) cyclamate ไชลิทอล</li> </ul>

<sup>49</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

ประเทศไทย	ประเทศเม็กซิโก	เขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา
		(xylitol) mogrosides และสารให้ความหวานอื่น ๆ

#### 4.3.3 การเปรียบเทียบอัตราการจัดเก็บภาษีของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล

การกำหนดอัตราการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตตามปริมาณน้ำตาลจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ มีหลักการการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากราคาขายปลีกและจากรีมาณน้ำตาลที่เป็นส่วนประกอบในเครื่องดื่ม โดยมีการปรับอัตราภาษีเพิ่มขึ้นในทุก ๆ 2 ปี ตามปริมาณน้ำตาลที่เพิ่มสูงขึ้น ตามที่ได้กำหนดไว้ในประกาศกฎกระทรวง เรื่องการกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ซึ่งแตกต่างจากอัตราการจัดเก็บของประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา คือการจัดเก็บภาษีที่อัตราเดียว ดังแสดงในตารางที่ 8 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบอัตราการจัดเก็บภาษีของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลระหว่างประเทศไทย ประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา<sup>50</sup>

ประเทศไทย	ประเทศเม็กซิโก	เขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา
<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราภาษีเพิ่มขึ้นทุก ๆ 2 ปี จนครบ 8 ปีจึงเป็นอัตราคงที่ ซึ่งแตกต่างกันตามแต่ละประเภทของสินค้าเครื่องดื่ม</li> <li>- อัตราภาษีเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 1-10 ของราคาขายปลีกสำหรับอัตราภาษีในช่วงปี 2560 – 2562</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาลหรือสารให้ความหวานเสียภาษีในอัตราตามปริมาณ กล่าวคือ จะต้องเสียภาษีในอัตรา 1 เปโซ ต่อ 1 ลิตร</li> <li>- เครื่องดื่มชูกำลังเสียภาษีในอัตราร้อยละ 25 ของมูลค่าสินค้า</li> <li>- อัตราภาษีเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 10-20 ของราคาขายปลีก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดเก็บในอัตราร้อยละ 2 จากราคาของอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำหรือไม่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ผู้ประกอบการจึจค้าปลีกได้จำหน่ายให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นอัตราที่เพิ่มขึ้นมาจากภาษีการขายในอัตราร้อยละ 5 ของราคาขายปลีก</li> </ul>

<sup>50</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

ประเทศไทย	ประเทศเม็กซิโก	เขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา
<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราภาษีเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 1-30 ของราคาค่าขายปลีก สำหรับอัตราภาษีในช่วงปี 2562 – 2564</li> <li>- อัตราภาษีเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 2-50 ของราคาค่าขายปลีก สำหรับอัตราภาษีในช่วงปี 2564 - 2566</li> <li>- อัตราภาษีเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 5-50 ของราคาค่าขายปลีก สำหรับอัตราภาษีในช่วงปี 2566 เป็นต้นไป</li> </ul>		

## บทที่ 5

### วิเคราะห์ปัญหาและแนวทางแก้ไขหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

จากการเปลี่ยนแปลงวิธีการเก็บภาษีสรรพสามิตจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเพิ่มเติมจากพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 คือการเก็บภาษีจากฐานปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มแต่ละประเภท ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่มีการประกาศใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 ที่ผ่านมา ผู้วิจัยยังเห็นว่าพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 นี้ ยังมีประเด็นปัญหาอีกหลายประการที่ควรได้รับการแก้ไข เช่น ความเหมาะสมในการกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเพื่อเสียภาษีสรรพสามิตตามปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่ม ความเหมาะสมในการกำหนดพิกัดอัตราภาษี วิธีการจัดเก็บภาษีที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้ผู้ประกอบการผลักภาระทางภาษีไปให้กับผู้บริโภค และมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี ควรมีการแก้ไขให้ทุกหน่วยงานร่วมมือกันอย่างเข้มงวด เช่น การสร้างสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพหรือมีปริมาณน้ำตาลน้อยออกมาในท้องตลาดมากขึ้น หน่วยงานเอกสำรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพให้กับประชาชนเป็นประจำ หรือรัฐบาลควรมีการกำหนดเกณฑ์ของสารอาหารหรือน้ำตาลในอาหารหรือเครื่องดื่มที่จัดจำหน่ายในโรงเรียน หรือการควบคุมการโฆษณาอาหารหรือเครื่องดื่มที่ก่อให้เกิดโทษต่อร่างกายในช่วงเวลาที่เยาวชนจะดูตามสื่อโทรทัศน์ต่าง ๆ ซึ่งมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้ทั้งมาตรการทางภาษีและไม่ใช่ภาษีสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานของคนไทยลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้วิจัยขอวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและแนวทางแก้ไขดังต่อไปนี้

#### 5.1 ปัญหาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ

จากการเปลี่ยนแปลงหลักการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่มีเนื้อหาหลัก ๆ คือการเก็บภาษีจากปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มเพิ่มเติมจากพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และมีการกำหนดนิยามความหมายเครื่องดื่มที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตตามปริมาณน้ำตาลเพิ่มเติม โดยมีอัตราภาษีที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นทุก ๆ 2 ปี ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 ทางผู้วิจัยยังพบว่าในเนื้อหาพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ยังคงมีประเด็นต่าง ๆ ที่ควรได้รับการแก้ไข เพื่อให้เกิดการลดการบริโภคเครื่องดื่มหวานลดลงได้จริงจากมาตรการทางภาษี และช่วยให้เกิดความเสมอภาคในส่วนของ



ผู้ประกอบกิจการที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายภาษีสรรพสามิตสำหรับสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลนี้

### 5.1.1 การกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล

จากการเปลี่ยนแปลงเกณฑ์การกำหนดนิยามความหมายของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ซึ่งมีการระบุประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตตามปริมาณน้ำตาลเพิ่มขึ้นจากพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 เช่น เครื่องดื่มน้ำผักผลไม้ เครื่องดื่มประเภทชาเขียว กาแฟ หรือเครื่องดื่มผง เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของกฎหมายที่ต้องทำให้ประชาชนลดการบริโภคหวานลงได้นั้น ยังคงมีประเด็นปัญหาเรื่องการกำหนดประเภทของเครื่องดื่มที่ต้องเสียภาษีซึ่งยังคงไม่ครอบคลุมทุกประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล และไม่มีกำหนดประเภทของน้ำตาลที่เข้าข่ายการเสียภาษีสรรพสามิตตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ไว้อย่างชัดเจน จึงอาจทำให้เกิดปัญหาของความไม่เท่าเทียมกันของผู้ประกอบการ และการไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของกฎหมายได้ หากกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่ต้องเสียภาษีเหล่านี้ ไม่ต้องขึ้นราคาสินค้า และยังคงสามารถขายสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลให้กับผู้บริโภคได้ตามปกติ อีกทั้งเกณฑ์การกำหนดนิยามความหมายของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตมีความแตกต่างกับกฎหมายของประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ผู้วิจัยของแบงก์ประเด็นปัญหาของการกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลปี 2 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1) จากตารางการเปรียบเทียบประเภทของเครื่องดื่มที่ต้องเสียภาษีในตารางที่ 7 ในบทที่ 4 จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีการระบุประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตไม่ครอบคลุมทุกประเภทคือ นมปรุงแต่ง ผลิตภัณฑ์นม เช่น โยเกิร์ตและนมเปรี้ยว ซึ่งแตกต่างจากประเทศเม็กซิโก และเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยในประเทศทั้งสองถือว่าเครื่องดื่มดังกล่าวเป็นเครื่องดื่มปรุงแต่งน้ำตาลเพิ่มเติมที่ต้องนำมาเสียภาษีตามปริมาณน้ำตาล เนื่องจากเป็นเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและก่อให้เกิดโทษต่อร่างกาย เช่น การสะสมน้ำตาลในร่างกายเกินขนาดที่ร่างกายต้องการ ก็สามารถทำให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้ เช่นเดียวกับกับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลประเภทอื่น ๆ ซึ่งผู้วิจัยมีการวิเคราะห์เปรียบเทียบปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มประเภทนม โยเกิร์ต และนมเปรี้ยวในประเทศไทย ในตารางที่ 9 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มดังกล่าวประกอบด้วยน้ำตาลในปริมาณที่สูงจำนวน 6.3 - 23 กรัมต่อ 1 หน่วย

ตารางที่ 9 ปริมาณน้ำตาลของเครื่องดื่มประเภทนม โยเกิร์ต และนมเปรี้ยวในประเทศไทย

ยี่ห้อ	ปริมาณน้ำตาล / ปริมาณทั้งหมด	ปริมาณน้ำตาลคิดเป็นร้อยละของปริมาณเครื่องดื่มทั้งหมด
<b>ประเภทที่ 1 นม<sup>1</sup></b>		
นม ไทย-เดนมาร์ก	6.3 กรัม / 225 มิลลิลิตร	3%
นมหนองโพ	9 กรัม / 225 มิลลิลิตร	4%
นมดัชมิลล์ ซีเล็คเตด	10 กรัม / 225 มิลลิลิตร	4%
นมพร็อมอส	9 กรัม / 225 มิลลิลิตร	4%
<b>ประเภทที่ 2 โยเกิร์ต<sup>2</sup></b>		
ดัชชีโยเกิร์ต รสธรรมชาติ	14 กรัม / 135 มิลลิลิตร	10%
ดัชชี 0% FAT	8 กรัม / 135 มิลลิลิตร	6%
ดัชชี ไปโอ	15 กรัม / 110 มิลลิลิตร	14%
Meiji โยเกิร์ต รสธรรมชาติ	18 กรัม / 135 มิลลิลิตร	13%
Caroline plain yoghurt	14 กรัม / 135 มิลลิลิตร	10%
แอคทีเวีย ไขมัน0% light&fit	5 กรัม / 105 มิลลิลิตร	5%
โยเกิร์ต โยลิต้า	8 กรัม / 150 มิลลิลิตร	5%
โยเกิร์ต เมจิบัลแกเรีย รสกลมกล่อม	15 กรัม / 110 มิลลิลิตร	14%
Cupkeaw yoghurt	18 กรัม / 140 มิลลิลิตร	13%
Probiotic yoghurt	15 กรัม / 200 มิลลิลิตร	8%

<sup>1</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

<sup>2</sup> กินตะอิจิ, รีวิว 19 โยเกิร์ตยี่ห้อดัง ยี่ห้อไหนเป็นยังไงมาดูกัน [ออนไลน์], 24 พฤศจิกายน 2560, แหล่งที่มา

<https://www.wongnai.com/food-tips/yoghurt-battle>

ยี่ห้อ	ปริมาณน้ำตาล / ปริมาณทั้งหมด	ปริมาณน้ำตาลคิดเป็นร้อยละของปริมาณเครื่องดื่มทั้งหมด
ประเภทที่ 3 นมเปรี้ยว <sup>3</sup>		
ดัชมิลล์ดีไลท์	14 กรัม / 160 มิลลิลิตร	9%
เมจิไฟเกน	18 กรัม / 150 มิลลิลิตร	12%
บีทำเกน	23 กรัม / 140 มิลลิลิตร	16%
ดัชมิลล์ 4 in 1	22 กรัม / 160 มิลลิลิตร	14%
ค่านอน แอคทีเวีย	12 กรัม / 140 มิลลิลิตร	9%
เมจิพลัส รสเชอร์รี่	18 กรัม / 140 มิลลิลิตร	13%
ริชเชส รสลูกพรุน	4 กรัม / 150 มิลลิลิตร	3%

จากร่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าในเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมคือ นมปรุงแต่ง ผลิตภัณฑ์จากนม เช่น นมเปรี้ยวและโยเกิร์ต ที่ไม่เข้านิยามความหมายของเครื่องดื่มตามพระราชบัญญัติกรมสรรพสามิต พ.ศ. 2560 นั้น ต่างมีส่วนประกอบของน้ำตาลในเครื่องดื่มในปริมาณที่สูง ดังนั้นการยกเว้นการเก็บภาษีกับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลดังกล่าว ถือเป็นส่งเสริมให้ประชาชนมีการบริโภคเครื่องดื่มเหล่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งถือเป็นการสนับสนุนให้เยาวชนไทยหันมาบริโภคเครื่องดื่มเหล่านี้มากขึ้น เนื่องจากไม่มีการปรับขึ้นราคาให้สูงขึ้น และในท้ายที่สุดแล้วเยาวชนหรือประชาชนเหล่านี้อาจเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล และอาจก่อให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในกลุ่มที่มีการบริโภคสินค้าเหล่านี้ เพิ่มมากขึ้น นี้ก็เป็นได้

2) จากร่างการเปรียบเทียบประเภทของน้ำตาลที่เกี่ยวข้องในการนำมาเสียภาษีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในร่างที่ 7 ในบทที่ 4 จะเห็นได้ว่าหลักเกณฑ์การระบุเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานที่ต้องนำมาเสียภาษีของประเทศไทย ไม่มีการระบุค่านิยามของประเภทของน้ำตาลหรือสารให้ความหวานอย่างชัดเจนว่า ประกอบด้วยน้ำตาลหรือสารให้ความหวานชนิดใดบ้าง ซึ่งแตกต่างจากกฎหมายของเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศเม็กซิโกที่มีการระบุอย่างชัดเจน เช่น ในเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation)

<sup>3</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการระบุประเภทน้ำตาลที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตคือ น้ำตาลซูโครส น้ำตาลเด็กซ์โทรส น้ำตาลฟรุกโทส น้ำเชื่อมข้าวโพด และในประเทศเม็กซิโก น้ำตาลที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตคือ น้ำตาลประเภท monosaccharides หรือ disaccharides เป็นต้น ดังนั้น นทุกประเทศไทยไม่มีกำรรระบุค่านิยามที่ชัดเจนของน้ำตาลที่เข้าข่ายการเสียภาษีสรรพสามิต อาจก่อให้เกิดข้อสงสัยต่อผู้ประกอบการได้ว่าน้ำตาลชนิดใดบ้างที่สามารถใส่ในเครื่องดื่มได้

### 5.1.2 การกำหนดอัตราการจัดเก็บภาษี

การกำหนดอัตรากำการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตตามปริมาณน้ำตาลจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ มีหลักกำรรการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากราคาขายปลีกและจากรีมาณน้ำตาลที่เป็นส่วนประกอบในเครื่องดื่ม โดยมีการจัดเก็บแบบอัตรากำหนดน้ำในทุก ๆ 2 ปี ตามปริมาณน้ำตาลที่เพิ่มสูงขึ้น ตามที่ได้กำหนดไว้ในประกาศกฎกระทรวง เรื่องกำรรกำหนดพิกัดอัตรากำสรรพสามิต พ.ศ. 2560 อย่างไรก็ตามมีผลการศึกษำจากรำการจัดเก็บภาษีในประเทศเม็กซิโก ว่ากำรรจัดเก็บภาษีสรรพสามิตตามปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของภาครัฐคือการลดกำรรบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนลงได้นั้น ควรมีกำรรกำหนดอัตรากำที่ร้อยละ 20 ของราคาขายปลีก<sup>4</sup> แต่ปัจจุบันอัตรากำการจัดเก็บภาษีของประเทศไทยในช่วงเริ่มต้นยังมีอัตรากำที่ต่ำกว่าร้อยละ 20 และเมื่อครบ 10 ปีที่มีการใช้อัตรากำสูงสุดแล้ว พบว่ายังมีสินค้าหลายชนิดที่มีการจัดเก็บอัตรากำที่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มาตรการกำรรจัดเก็บภาษีตามปริมาณน้ำตาลในประเทศไทย ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของกฎหมาย

จากรำร่างกำรรเปรียบเทียบอัตรากำการเสียภาษีของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลรำร่างที่ 8 ในบทที่ 4 จะเห็นได้ว่าอัตรากำที่ประเทศไทยจัดเก็บนั้น เป็นอัตรากำที่แตกต่างกันในแต่ละประเภทของสินค้าเครื่องดื่ม และในแต่ละช่วงปีจะมีอัตรากำเฉลี่ยที่แตกต่างกันจากรำต่ำสุดไปสูงสุดตั้งแต่อ้อยละ 1 ถึงอ้อยละ 50 ซึ่งถือเป็นอัตรากำที่ค่อนข้างแตกต่างกันอย่างมีสำรรสำคัญ หากวิเคราะห์ถึงประโยชน์ของกำรรปรับอัตรากำที่เพิ่มสูงขึ้นเช่นนี้ ก็นับว่าเป็นข้อดีเนื่องจากรำเป็นสำรรณบ่งบอกให้ผู้ประกอบการที่ยังคงผลิตเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูงเริ่มหันมาผลิตเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลดลง อย่างไรก็ตามจากรำบทที่ 2 ที่มีกำรรวิเคราะห์ปัจจัยของกำรรกำหนดอุปสงค์หรือความต้องการขายของผู้ผลิตนั้น ปัจจัยสำรรคัญข้อหนึ่งคือเรื่องของเทคโนโลยีการผลิต เนื่องจากรำเปลี่ยนแปลงกฎหมายนี้เพื่งมีการประกาศใช้เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2560 ดังนั้นอาจมีผู้ประกอบการหลายรายที่ได้ลงทุนในเครื่องจักรของตนเองเพื่อผลิตเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล เนื่องจากรำอาจเป็นสูตรลับ

<sup>4</sup> M. Arantxa Cochero, Juan Rivera-Dommarco, Barry M. Popkin, and Shu Wen Ng, "In Mexico, Evidence Of Sustained Consumer Response Two Years After Implementing A Sugar-Sweetened Beverage Tax", *Health Affairs* 36, (2017, March).

เฉพาะของทางกิจการ ดังนั้นกฎหมายก็ยังคงเว้นช่วงระยะเวลาจำนวน 8 ปี เพื่อให้ผู้ประกอบการมีการปรับตัวกับการขึ้นราคาภาษีที่สูงเช่นนี้ได้

อย่างไรก็ตาม หากมองในอีกทางหนึ่งแล้ว อัตราภาษีที่แตกต่างกันเช่นนี้ย่อมเกิดคำถามต่อผู้ประกอบการทั้งหลายได้ว่า เหตุใดเครื่องตีที่ผลิตจากกิจการของตนจะต้องถูกเก็บภาษีจากภาครัฐในราคาที่สูงกว่าอีกกิจการหนึ่ง ทั้ง ๆ ที่อีกกิจการหนึ่งก็มีการผลิตสินค้าเครื่องตีที่มีน้ำตาลเช่นเดียวกัน เพียงแต่ใส่น้ำตาลในสัดส่วนที่น้อยกว่า ซึ่งประเด็นในด้านนี้ก็จะเกิดเป็นปัญหาความไม่เป็นธรรมแก่หน่วยงานเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการได้ ทั้งนี้หากพิจารณาจากกฎหมายของประเทศเม็กซิโกจะเห็นได้ว่า อัตราการจัดเก็บภาษีสำหรับเครื่องตีที่มีน้ำตาลในประเทศเม็กซิโกนั้นเป็นการจัดเก็บที่ไม่ได้สัมพันธ์กับปริมาณน้ำตาลในเครื่องตี ซึ่งหากเป็นเช่นนี้ แล้วก็จะทำให้หน่วยงานเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการทั้งหลายไม่เกิดข้อสงสัยถึงความไม่เป็นธรรม และทำให้เกิดการพัฒนาของสังคมที่รักษาสุขภาพได้อย่างแท้จริง

จากงานวิจัยในประเทศเม็กซิโก พบว่าการปรับราคาขายสินค้าขึ้นจากเดิมประมาณร้อยละ 20 ช่วยลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานของประชาชนได้ ดังนั้นการวิเคราะห์ต่อไปนี้ ผู้วิจัยจะขอมุ่งเน้นไปที่การปรับตัวขึ้นของต้นทุนทางภาษีควรวอยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 เพื่อให้เกิดการลดการบริโภคของประชาชนลงได้อย่างเห็นผล

จากสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในประเทศไทยที่มีหลากหลายและมีจำนวนผู้ผลิตที่แตกต่างกันในแต่ละประเภทของเครื่องดื่ม ซึ่งการปรับราคาสินค้าขึ้นได้หรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยเรื่องต้นทุนการผลิต และประเภทของตลาดทางเศรษฐศาสตร์เป็นสำคัญ ในที่นี้ผู้วิจัยจะขอก้าวถึงต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นจากการปรับราคาของภาษีสรรพสามิตที่เพิ่มสูงขึ้น ที่จะเป็นผลกระทบต่อราคาต้นทุนของผู้ประกอบการ และการตัดสินใจว่าจะขึ้นราคาขายของสินค้าหรือไม่นั้นจึงขึ้นอยู่กับอำนาจการต่อรองในตลาดว่ามีจำนวนผู้ผลิตจำนวนมากและได้สัดส่วนการครองตลาดสูงหรือไม่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอวิเคราะห์ถึงผลกระทบจากการปรับภาษีของสินค้าแต่ละประเภทตามปริมาณน้ำตาลที่มีอยู่ในเครื่องดื่มในปัจจุบันว่าจะมีผลต่อการตัดสินใจในการขึ้นราคาของผู้ประกอบการหรือไม่

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์เครื่องตีประเภทชาเขียวในประเทศไทย<sup>5</sup>

ยี่ห้อ	ปริมาณน้ำตาล (กรัม) ต่อ 100 มิลลิลิตร	ราคาขาย (บาท)	ภาษีปี 2566 (บาท)	ร้อยละ ภาษี	สัดส่วนของ ส่วนแบ่ง ตลาด <sup>6</sup>
ชาโออิชิ รสต้นตำรับ	4.80	25	-	-	44
ชาโออิชิ รสข้าวญี่ปุ่น	4.80	25	-	-	
ชาโออิชิ ฟรุ๊ตโตะ	10.86	20	5	25	
ชาโออิชิ มัชชะ ลำไย	13.15	20	5	25	
ชาอิชิตัน ดราก้อนเลมอน	10.71	20	5	25	41
ชาฟูจิ เทสตี	4.80	30	-	-	15 (อื่น ๆ)
<b>เฉลี่ย</b>				<b>12.5</b>	

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าสำหรับตลาดเครื่องตีประเภทชาเขียวมีจำนวนผู้ประกอบการเพียงไม่กี่ราย จึงจัดอยู่ในตลาดทางเศรษฐศาสตร์ประเภทตลาดน้อยราย ดังนั้นการกำหนดราคาขายสินค้าจึงค่อนข้างผูกขาด ในปัจจุบันชาเขียวฟูจิเป็นผู้ประกอบการรายแรกที่ขึ้นราคาสินค้าก่อนผู้ประกอบการรายอื่น ดังนั้นผู้ประกอบการรายอื่น เช่น โออิชิ และอิชิตัน จึงเห็นว่าสัดส่วนการครองตลาดของตนเองมีจำนวนมากถึงร้อยละ 85 ดังนั้นการขึ้นราคาขายของสินค้าชาเขียวจึงเกิดขึ้นในช่วงหลังจากการประกาศใช้พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 อย่างไรก็ตามการที่ผู้ประกอบการในตลาดชาเขียวซึ่งเป็นผู้ประกอบการน้อยรายและมีอำนาจในการกำหนดราคาขายในตลาดสินค้าเครื่องตีชาเขียวนั้น นอจากกลายเป็นปัญหาต่อไปในอนาคต เนื่องจากการขึ้นราคาขายของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคไม่มีทางเลือกและยังคงเลือกซื้อสินค้าเครื่องตีชาเขียวที่มีน้ำตาลต่อไป ดังนั้นการผลักภาระภาษีไปให้ผู้บริโภคอาจยังไม่เป็นการแก้ไขปัญหาล้างสำหรับสินค้าประเภทชาเขียวที่มีน้ำตาลนี้ได้อย่างแท้จริง อย่างไรก็ตามการขึ้นราคาขายของสินค้าประเภทนี้ก็น่าจะยังมีส่วนช่วยให้ปริมาณการบริโภคของผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลางลดลงได้ ซึ่งจากในบทที่ 3 ที่มีกรกล่าวถึงสัดส่วนของประชากรไทยในรายได้แต่ละช่วงนั้น จะเห็นได้ว่าจำนวนประชากรไทยประมาณร้อยละ 65 น่าจะมีการลดปริมาณการบริโภคชาเขียวที่มีน้ำตาลได้ เนื่องจกสินค้าเครื่องตีชาเขียวถือเป็นสินค้าที่ไม่มีความจำเป็นขี เน้นฐานต่อการดำรงชีวิตประจำวัน แต่ประชาชนอีกร้อยละ 35 ที่อาจจะยังเลือกบริโภคสินค้าชาเขียวนี ต่อไป และไม่สามารรถช่วยลดปริมาณการบริโภคของคนกลุ่มนี้ สได้

<sup>5</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

<sup>6</sup> โพลล์ทูเดย์, SME 'โออิชิ'บุกย้ำแชมป์ชาเขียว [ออนไลน์], 29 ตุลาคม 2559 แหล่งที่มา

<https://www.posttoday.com/market/news/462507>

อย่างไรก็ตาม จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีสินค้าชาเขียวที่มีต้นทุนของภาระภาษีเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 20 จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ จากทั้งหมด 6 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 50 ดังนั้นสำหรับเครื่องดื่มประเภทชาเขียวก็ยังคงมีอีกหลายผลิตภัณฑ์สามารถเลือกที่จะไม่ปรับราคาขายขึ้นได้ หรือการขึ้นราคาขายอาจไม่กระทบต่อปริมาณการบริโภคหรือความต้องการซื้อที่ลดลงของคนไทย หากเปรียบเทียบกับอัตราการขึ้นราคาขายสินค้าของประเทศเม็กซิโกประมาณร้อยละ 20 ที่สามารถลดการบริโภคของประชาชนลงได้ เนื่องจากอัตราการขึ้นราคาขายจากการปรับภาษีที่สูงขึ้นมีจำนวนไม่ถึงร้อยละ 20 นั่นเอง

#### ตารางที่ 11 การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทกาแฟพร้อมดื่มในประเทศไทย

ยี่ห้อ	ปริมาณน้ำตาล (กรัม) ต่อ 100 มิลลิลิตร	ราคาขาย (บาท)	ภาษีปี 2566 (บาท)	ร้อยละ ภาษี	สัดส่วนของ ส่วนแบ่ง ตลาด <sup>7</sup>
กาแฟเบอร์ดี บาริสต้า	7	18	1	6	70
กาแฟเบอร์ดี คลาสสิก	8	15	1	7	
กาแฟเบอร์ดี พิวแบล็ค	2.78	13	-	-	
กาแฟเบอร์ดี ไร่สต้า	9	15	3	20	
กาแฟเบอร์ดี ริชเอนด์สมูท	9	15	3	20	
กาแฟควัด country espresso	4	15	-	-	30 (อื่น ๆ)
เพรียว คอฟฟี่	-	15	-	-	
วีสลิม ลำเต้	4.17	20	-	-	
กาแฟอาราบัส ลำเต้	5.50	39	-	-	
กาแฟอาราบัส คำรามเมล	5.50	39	-	-	
วีสลิม เอสเปรสโซ่	5.83	15	-	-	
ดาวคอฟฟี่ ไอซ์ ลองแบค	6.30	15	1	7	
กาแฟเบอร์ดี บาริสต้า ลำเต้	8	18	1	6	
กาแฟอาฮ้า คำรามเมล แมคคิอา โต	8.5	13	3	23	
เนสกาแฟ เอสเปรสโซ่	8.89	15	3	20	

<sup>7</sup> Marketeer, ส่วนแบ่งการตลาดกาแฟพร้อมดื่ม [ออนไลน์], 16 กุมภาพันธ์ 2559, แหล่งที่มา  
<http://marketeer.co.th/archives/72185>

ยี่ห้อ	ปริมาณน้ำตาล (กรัม) ต่อ 100 มิลลิลิตร	ราคาขาย (บาท)	ภาษีปี 2566 (บาท)	ร้อยละ ภาษี	สัดส่วนของ ส่วนแบ่ง ตลาด <sup>7</sup>
เนสกาแฟ ลำไต้	8.89	15	3	20	
เนสกาแฟ ดาร์ค โรสต์	8.89	15	3	20	
ดัวคอฟฟี่ คลาสสิก เบลนด์	9.5	15	3	20	
โคฟี กำแพสำเร็จ	19.6	16	5	31	
<b>เฉลี่ย</b>				<b>10</b>	

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าสำหรับตลาดเครื่องดื่มประเภทกาแฟพร้อมดื่มมีจำนวนผู้ประกอบการหลายราย เครื่องดื่มประเภทกาแฟพร้อมดื่มจึงจัดอยู่ในตลาดทางเศรษฐกิจศาสตร์ประเภทตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน ดังนั้นการกำหนดราคาขายสินค้าจึงขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่ครองส่วนแบ่งตลาดจำนวนสูงสุด คือเบอร์ดี นั่นคือ หากผู้ประกอบการที่ขายสินค้าเบอร์ดีเลือกที่จะไม่ขึ้นราคาขาย ผู้ประกอบการรายย่อยอื่น ๆ ก็ไม่อาจขึ้นราคาขายได้เช่นกัน เนื่องจากส่วนแบ่งตลาดที่ผู้ประกอบการรายย่อยได้รับนั้นค่อนข้างน้อย และไม่สามารแข่งขันกับเบอร์ดีได้อยู่แล้ว ดังนั้นหากเลือกที่จะขึ้นราคาขายอีก ผู้ประกอบการรายย่อยก็จะไม่สามารถขายสินค้าของตนเองเพื่อไปแข่งขันกับเบอร์ดีได้ ดังนั้นหากไม่มีผู้ประกอบการรายใดขึ้นราคา ภาครัฐควรมีการกำหนดอัตราภาษีสำหรับสินค้าประเภทนี้ ให้เพิ่มสูงขึ้นหรือไม่

นอกจากนี้ จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีสินค้าเครื่องดื่มกาแฟพร้อมดื่มที่มีต้นทุนของภาระภาษีเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 20 จำนวน 11 ผลิตภัณฑ์ จากทั้งหมด 19 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 58 ดังนั้นสำหรับเครื่องดื่มประเภทกาแฟพร้อมดื่มก็ยังคงมีอีกหลายผลิตภัณฑ์ที่สามารถเลือกที่จะไม่ปรับราคาขายขึ้นได้ หรือการขึ้นราคาขายอาจไม่กระทบต่อปริมาณการบริโภคหรือความต้องการซื้อที่ลดลงของคนไทย หากเปรียบเทียบกับอัตราภาษี นราคาขายสินค้าของประเทศเม็กซิโกประมาณร้อยละ 20 ที่สามารถลดการบริโภคของประชาชนลงได้ เนื่องจากอัตราภาษีขึ้นราคาขายจากการปรับภาษีที่สูงขึ้นมีจำนวนไม่ถึงร้อยละ 20 นั่นเอง



ตารางที่ 12 การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทน้ำผักผลไม้ในประเทศไทย<sup>8</sup>

ยี่ห้อ	ปริมาณน้ำตาล (กรัม) ต่อ 100 มิลลิลิตร	ราคาขาย (บาท)	ภาษีปี 2566 (บาท)	ร้อยละ ภาษี	สัดส่วนของ ส่วนแบ่ง ตลาด <sup>9</sup>
มินิท เมด สแปลช น้ำรสส้ม 15% จำกั น้ำส้มเข้มข้น	15	10	5	50	29
ทิปโก้ สูตรน้ำส้มโซกูน 100%	9	17	3	18	14
ทิปโก้ สูตรน้ำทับทิม ผสมน้ำ ผลไม้รวม 100% (น้ำทับทิม น้ำ องุ่น น้ำแอปเปิ้ล)	9	16	3	19	
มาลี สูตรน้ำส้มเขียวหวาน 100%	8	15	1	7	6
มาลี สูตรน้ำส้มแมนดาริน 100%	10	15	3	20	
ยูนิฟ น้ำแคชชวลผสมน้ำผักผลไม้ รวม 100%	9	18	3	17	5
ยูนิฟ สูตรน้ำทับทิม ผสมน้ำ ผลไม้รวม 100% ฟาสเจอร์ไรส์	10	18	3	17	
ยูนิฟ สูตรน้ำผลไม้รวมผสม ผักใบเขียว 100%	11	18	5	28	
ยูนิฟ สูตรน้ำผลไม้รวมผสม น้ำทับทิม 100%	12	18	5	28	
เซปเป่ ฟอร์ วัน เดย์	9.67	25	3	12	25 (อื่น ๆ)
AC Fresh	14.64	50	5	10	25 (อื่น ๆ)
<b>เฉลี่ย</b>				<b>20</b>	

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าสำหรับตลาดเครื่องดื่มประเภทน้ำผักผลไม้มีจำนวนผู้ประกอบการหลายราย เครื่องดื่มประเภทน้ำผักผลไม้จึงจัดอยู่ในตลาดทางเศรษฐกิจศาสตร์ประเภทตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน และเนื่องจากสัดส่วนการครองตลาดของเครื่องดื่มน้ำผักผลไม้มีการกระจาย

<sup>8</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

<sup>9</sup> สถาบันอาหาร, ส่วนแบ่งตลาดน้ำผลไม้ [ออนไลน์], มิถุนายน 2559, แหล่งที่มา

<http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=114>

กันไปหลายผู้ประกอบการ ดังนั้น นอ้านำจากรู้กำหนดราคาขายสินค้าจึงไม่ผูกขาด และกำไร นราคาขายสินค้าของผู้ประกอบการจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการประหยัดต้นทุนได้หรือไม่ของแต่ละรายแตกต่างกันไป นั่นคือ หากผู้ประกอบการรายใดเทคโนโลยีที่สามารถผลิตได้ดีกว่าและสามารถทำให้ต้นทุนหลักนั้นต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ผู้ประกอบการรายนั้นก็จะเลือกที่จะไม่ขึ้นราคาขายของสินค้า เนื่องจากต้องการได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเท่าเดิมหรือมากขึ้น

นอกจากนี้ จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีสินค้าเครื่องดื่มน้ำผักผลไม้ที่มีต้นทุนของกำไรภาษีเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 20 มีจำนวน 7 ผลิตภัณฑ์ จากทั้งหมด 11 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 64 ดังนั้นสำหรับเครื่องดื่มประเภทน้ำผักผลไม้ก็ยังคงมีอีกหลายผลิตภัณฑ์ที่สามารถเลือกที่จะไม่ปรับราคาขายขึ้นได้หรือกำไร นราคาขายอาจไม่กระทบต่อปริมาณการบริโภคหรือความต้องการซื้อที่ลดลงของคนไทย หากเปรียบเทียบกับอัตราขึ้นราคาขายสินค้าของประเทศเม็กซิโกประมาณร้อยละ 20 ที่สามารถลดการบริโภคของประชาชนลงได้ เนื่องจากอัตราขึ้นราคาขายจากการปรับภาษีที่สูงขึ้น นมีจำนวนไม่ถึงร้อยละ 20 นั่นเอง

### ตารางที่ 13 การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรในประเทศไทย<sup>10</sup>

ยี่ห้อ	ปริมาณน้ำตาล (กรัม) ต่อ 100 มิลลิลิตร	ราคาขาย (บาท)	ภาษีปี 2566 (บาท)	ร้อยละ ภาษี	สัดส่วนของ ส่วนแบ่ง ตลาด <sup>11</sup>
โออิชิ โอเอิร์บ สูตรรากบัว พุทราจีน	10.26	15	5	33	44
โออิชิ โอเอิร์บ ชำรสน้ำผึ้ง ส้ม	10.53	15	5	33	
โออิชิ โอเอิร์บ ชำรสมะขาม	11.32	15	5	33	
อิชิตัน สูตรชาเขียว ผสมเก๊กฮวย	6.19	20	1	5	41
เย็นเย็น จับเลีย ยง	7	15	1	7	25 (อื่น ๆ)
อีฟ บুমบุม น้ำเก๊กฮวย	8	12	1	8	25 (อื่น ๆ)
ไอวี น้ำเก๊กฮวยผสมหลอฮังกวย	8	15	1	7	25 (อื่น ๆ)
<b>เฉลี่ย</b>				<b>18</b>	

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าสำหรับตลาดเครื่องดื่มประเภทน้ำสมุนไพรมีจำนวนผู้ประกอบการหลายราย เครื่องดื่มประเภทสมุนไพรจึงจัดอยู่ในตลาดทางเศรษฐศาสตร์ประเภทตลาดผู้ขายน้อยราย ซึ่งจะมีหลักการวิเคราะห์เช่นเดียวกับเครื่องดื่มสินค้าประเภทชาเขียวในตารางที่ 11

<sup>10</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

<sup>11</sup> โปสเตอร์บูเคย์, SME 'โออิชิ'บุกย่านชมป์ชาเขียว [ออนไลน์], 29 ตุลาคม 2559

นอกจากนี้ จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีสินค้าเครื่องตีมน้ำสมุนไพรที่มีต้นทุนของภาระภาษีเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 20 มีจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ จากทั้งหมด 7 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 57 ดังนั้นสำหรับเครื่องตีประเภทรุ่นสมุนไพรก็ยังคงมีอีกหลายผลิตภัณฑ์ที่สามารถเลือกที่จะไม่ปรับราคาขายซี นได้หรือการซี นราคาขายอาจไม่กระทบต่อปริมาณการบริโภคหรือความต้องการซื้อที่ลดลงของคนไทย หากเปรียบเทียบกับอัตราภาษีราคาขายสินค้าของประเทศเม็กซิโกประมาณร้อยละ 20 ที่สามารถลดการบริโภคของประชาชนลงได้ เนื่องจากอัตราภาษีราคาขายจากการปรับภาษีที่สูงซี นมีจำนวนไม่ถึงร้อยละ 20 นั้นเอง

#### ตารางที่ 14 การวิเคราะห์เครื่องตีประเภทรุ่นน้ำหวานและน้ำอัดลมในประเทศไทย<sup>12</sup>

ยี่ห้อ	ปริมาณน้ำตาล (กรัม) ต่อ 100 มิลลิลิตร	ราคาขาย (บาท)	ภาษีปี 2566 (บาท)	ร้อยละ ภาษี	สัดส่วนของ ส่วนแบ่ง ตลาด <sup>13</sup>
<b>น้ำดำ</b>					
โค้ก	9.54	13	3	23	50
เป๊ปซี่	10.46	13	5	38	45
เอส	8.95	13	3	23	5
<b>น้ำสี</b>					
แฟนต้ากลิ่นส้ม	11.69	13	5	38	86
แฟนต้าน้ำเขียว	12.00	13	5	38	
สไปรท์	14.15	15	5	38	
ชเวปส์มะนาวโซดา	12.42	15	5	33	14 (อื่น ๆ)
<b>เฉลี่ย</b>				<b>33</b>	

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าสำหรับตลาดเครื่องตีประเภทรุ่นน้ำอัดลมสีดำและน้ำอัดลมหลากสีมีจำนวนผู้ประกอบการหลายราย เครื่องตีประเภทรุ่นน้ำอัดลมจึงจัดอยู่ในตลาดทางเศรษฐกิจประเภทตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน และเนื่องจากสัดส่วนการครองตลาดของเครื่องตีน้ำอัดลมจะอยู่ที่โค้กและเป๊ปซี่ ดังนั้นการกำหนดราคาขายสินค้าจึงขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่ครองส่วนแบ่งตลาดจำนวนสูงสุด 2 ลำดับแรก คือโค้กและเป๊ปซี่ นั่นคือ หากผู้ประกอบการที่ขายสินค้า 2 ลำดับแรกเลือกที่จะไม่ขึ้นราคาขาย ผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ก็ไม่อาจขึ้นราคาขายได้เช่นกัน

<sup>12</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

<sup>13</sup> Positioning, เปิดผลวิจัยตลาดน้ำอัดลม ปี 2557 หักเหลี่ยมเดือนคม โค้ก-เป๊ปซี่-เอส ใครจะครองแชมป์ ? [ออนไลน์], 9 มีนาคม 2558, แหล่งที่มา <https://positioningmag.com/59685>

เนื่องจกส่วนแบ่งตลาดที่ผู้ประกอบการรายย่อยได้รับนั้น น้อยข้างน้อย และไม่สามารถแข่งขันกับรายใหญ่ได้อยู่แล้ว ดังนั้นหากเลือกที่จะขึ้นราคาขายอีก ผู้ประกอบการรายย่อยก็จะไม่สามารถขายสินค้าของตนเองเพื่อไปแข่งขันกับรายใหญ่ได้ ดังนั้นหากไม่มีผู้ประกอบการรายใดขึ้นราคา ภาครัฐควรมีการกำหนดอัตราภาษีสำหรับสินค้าประเภทนี้ ให้เพิ่มสูงขึ้นหรือไม่

ทั้งนี้ ผู้วิจัยให้ข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า หากมีการปรับราคาขายให้เพิ่มสูงขึ้น ในตลาดน้ำออดลมแล้ว กลุ่มบุคคลที่จะได้รับผลกระทบก็คือ กลุ่มประชาชนรายได้อำนาจปานกลาง จำนวนประมาณร้อยละ 65 ของประชาชนทั่วประเทศ ซึ่งจะมีกลุ่มคนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 35 ที่ยังคงบริโภคค่าน้ำออดลมที่ปีนอันตรรายต่อสุขภาพอยู่เช่นเดิม

นอกจากนี้ จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าไม่มีสินค้าเครื่องดื่มชนิดใดที่มีต้นทุนของภาระภาษีเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 20 ดังนั้นสำหรับเครื่องดื่มประเภทน้ำออดลมก็ยังคงมีความไม่แน่นอนว่าจะมีการขึ้นราคาขายหรือไม่ เนื่องจากค่อนข้างเป็นตลาดผูกขาด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกการตัดสินใจในการกำหนดราคาขายเหนือตลาดของเป๊ปซี่และโค้ก ดังนั้นหากในอนาคตตลาดน้ำออดลมยังคงไม่ปรับราคาสูงขึ้น ภาครัฐก็ควรมีการพิจารณาที่จะปรับอัตราภาษีให้สูงขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการผลักภาระภาษีหรือผู้ประกอบการควรมีการพิจารณาลดต้นทุนการผลิตเครื่องดื่มน้ำออดลมลงหรือไม่

#### ตารางที่ 15 การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทเครื่องดื่มชูกำลังในประเทศไทย

ยี่ห้อ	ปริมาณน้ำตาล (กรัม) ต่อ 100 มิลลิลิตร	ราคาขาย (บาท)	ภาษีปี 2566 (บาท)	ร้อยละ ภาษี	สัดส่วนของ ส่วนแบ่ง ตลาด <sup>14</sup>
M-150	16.67	10	5	50	45.5
M-150 STROM	16	15	5	33	
คำร่าบัวแดง	17.67	10	5	50	21.7
กระทิงแดง	17.07	10	5	50	10.3
กระทิงแดง ทีโอเพล็กซ์-แอล	10.67	10	5	50	
ลิโพวิตัน-ดี	12	12	5	42	22.5 (อื่น ๆ)
ลิโพ พลัส	16	15	5	33	
ซูเปอร์ ลูกทุ่ง	15.5	10	5	50	
<b>เฉลี่ย</b>				<b>45</b>	

<sup>14</sup> Marketeer, เครื่องดื่มชูกำลัง [ออนไลน์], 30 ตุลาคม 2558, แหล่งที่มา <http://marketeer.co.th/archives/61182/เครื่องดื่มชูกำลัง-web-2>

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าสำหรับตลาดเครื่องดื่มชูกำลังมีจำนวนผู้ประกอบการหลายราย เครื่องดื่มชูกำลังจึงจัดอยู่ในตลาดทางเศรษฐกิจศาสตร์ประเภทตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน ดังนั้น นกัรกำหนดราคาขายสินค้าจึงขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่ครองส่วนแบ่งตลาดจำนวนสูงสุด คือ M150 ซึ่งหากพิจารณาการปรับขึ้นของต้นทุนทางภาษีสำหรับเครื่องดื่มชูกำลังแล้ว จะเห็นได้ว่าการเพิ่มขึ้นของภาษีมีสูงถึงประมาณร้อยละ 50 ดังนั้นจึงอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องขึ้นราคาขายของสินค้าประเภทนี้ แต่เนื่องจากกลุ่มประชากรที่ดื่มเครื่องดื่มประเภทนี้ คือกลุ่มประชาชนที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง เช่น คนขับรถสิบล้อ หรือพนักงานที่ทำงานกะดึก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 65 ของประชากรทั่วประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการอาจเห็นถึงผลกระทบที่อาจตามมาว่า การปรับขึ้นราคาขายประมาณร้อยละ 50 จะส่งผลให้ปริมาณความต้องการซื้อลดลงอย่างเห็นได้ชัด จึงอาจเลือกที่จะไม่ปรับราคาขายสินค้าของเครื่องดื่มชูกำลังได้ และหากผู้ผลิต M150 ที่เป็นผู้นำตลาดเครื่องดื่มชูกำลังไม่ปรับตัวขึ้นราคาขายแล้ว หากผู้ประกอบการรายอื่นมีการปรับตัวขึ้นราคาขาย ก็อาจทำให้ปริมาณการขายนลดลงอย่างเห็นได้ชัด แต่หากผู้ประกอบการรายย่อยไม่ขึ้นราคาขาย ก็จะไม่สามารถแบกรับต้นทุนที่เพิ่มสูงมากขึ้นได้เช่นกัน ดังนั้น จากสถานการณ์ดังกล่าว อาจทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปในตลาดเครื่องดื่มชูกำลังก็เป็นไปได้ ดังนั้นหากผู้ประกอบการไม่สามารถดำรงอยู่ในตลาดเครื่องดื่มชูกำลังนี้ได้ก็อาจต้องเลือกที่จะลดปริมาณน้ำตลอสในที่สุด

นอกจากนี้ จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าไม่มีสินค้าเครื่องดื่มชูกำลังใดที่มีต้นทุนของภาระภาษีเพิ่มขึ้น น้อยกว่าร้อยละ 20 ดังนั้น นิสัหรับเครื่องดื่มชูกำลังถือได้ว่าอัตราภาษีระดับนี้เหมาะสมแล้ว หากในอนาคตตลาดเครื่องดื่มชูกำลังยังคงไม่ปรับราคาสูงขึ้น ภาครัฐก็ควรมีการพิจารณาที่จะปรับอัตราภาษีให้สูงขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการผลักรภาระภาษี หรือผู้ประกอบการควรมีการพิจารณาลดน้ำตลอสเครื่องดื่มชูกำลังลงหรือไม่

#### ตารางที่ 16 การวิเคราะห์เครื่องดื่มประเภทกาแฟในชองแบบชงพร้อมดื่มในประเทศไทย<sup>15</sup>

ยี่ห้อ	ปริมาณน้ำตาล (กรัม) ต่อ 100 มิลลิลิตร <sup>16</sup>	ราคาขาย (บาท)	ภาษีปี 2566 (บาท)	ร้อยละ ภาษี	สัดส่วนของ ส่วนแบ่งตลาด
เนสกาแฟ	8.70	7.00	3	43	63
Super Coffee	8.75	4.67	3	64	12
Birdy	6.05	4.13	1	24	10
Moccona	7.38	4.20	1	24	10

<sup>15</sup> จัดทำโดยผู้เขียน

<sup>16</sup> หมายเหตุ: คัดจากการนำกาแฟ 1 ชองไปละลายน้ำ 120 มิลลิลิตร ตามที่ข้างของเขียนแนะนำไว้

ยี่ห้อ	ปริมาณน้ำตาล (กรัม) ต่อ 100 มิลลิลิตร <sup>16</sup>	ราคาขาย (บาท)	ภาษีปี 2566 (บาท)	ร้อยละ ภาษี	สัดส่วนของ ส่วนแบ่งตลาด
เข้าช่อง	7.53	4.20	1	24	3
Arabus	8.75	4.33	3	69	2 (อื่น ๆ)
<b>เฉลี่ย</b>				<b>41</b>	

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าสำหรับตลาดเครื่องดื่มประเภทกาแฟผงในช่องแบบซองพร้อมดื่มมีจำนวนผู้ประกอบการหลายราย เครื่องดื่มชูกำลังจึงจัดอยู่ในตลาดทางเศรษฐศาสตร์ประเภทตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน ดังนั้นการกำหนดราคาขายสินค้าจึงขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่ครองส่วนแบ่งตลาดจำนวนสูงสุด คือ เนสกาแฟ ซึ่งหากพิจารณาการปรับขึ้นของต้นทุนทางภาษีสำหรับกาแฟผงในช่องแบบซองพร้อมดื่มแล้ว จะเห็นได้ว่าการเพิ่มขึ้นของอัตราภาษีเฉลี่ยประมาณร้อยละ 41 ดังนั้นจึงอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องขึ้นราคาขายของสินค้าประเภทนี้ เนื่องจากภาระต้นทุนทางภาษีที่เพิ่มขึ้นนี้ นน ถือว่าอยู่ในจำนวนเงินที่สูง

อย่างไรก็ตาม จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าไม่มีสินค้าประเภทกาแฟผงในช่องแบบซองพร้อมดื่มใดที่มีต้นทุนของภาระภาษีเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 20 ดังนั้นสำหรับสินค้าประเภทกาแฟผงในช่องแบบซองพร้อมดื่มถือได้ว่าอัตราภาษีระดับนี้เหมาะสมแล้ว แต่หากในอนาคตตลาดกาแฟผงในช่องแบบซองพร้อมดื่มยังคงไม่ปรับราคาสูงขึ้น ภาครัฐก็ควรมีการพิจารณาที่จะปรับอัตราภาษีให้สูงขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการผลกำไรภาษี หรือผู้ประกอบการควรมีการพิจารณาลดน้ำตาลในเครื่องดื่มประเภทกาแฟผงในช่องแบบซองพร้อมดื่มลงหรือไม่

จากการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาจากอัตราภาษีของแต่ละประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล โดยวิเคราะห์จากประเภทของตลาดทางเศรษฐศาสตร์และร้อยละของการเพิ่มขึ้นของภาษีที่เปลี่ยนแปลงไปเทียบกับราคาขาย ผู้วิจัยขอสรุปในตารางที่ 17 ดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 17** สรุปประเภทของตลาดทางเศรษฐศาสตร์และร้อยละของจำนวนเครื่องดื่มที่มีอัตราภาษีเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 20 ของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลแต่ละประเภท

ประเภทของเครื่องดื่ม	ประเภทตลาดทาง เศรษฐศาสตร์	ร้อยละของจำนวน เครื่องดื่มที่มีอัตรา ภาษีเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 20	สัดส่วนการ ครองตลาดของ ผู้ประกอบการ รายใหญ่
ชาเขียว	ตลาดผู้ขายน้อยราย	50	85 (2 ราย)
กาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม	ตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน	58	70 (1 ราย)

น้ำฟ้าผลไม้	ตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน	64	29 (1 ราย)
น้ำสมุนไพร	ตลาดผู้ขายน้อยราย	57	85 (2 ราย)
น้ำอัดลม	ตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน	-	95 (2 ราย)
เครื่องดื่มชูกำลัง	ตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน	-	45.5 (1 ราย)
กำแพงในซองแบบซองพร้อมดื่ม	ตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน	-	63 (1 ราย)

ผู้วิจัยขอสรุปว่า สถานการณ์ของตลาดสินค้าเครื่องดื่มในปัจจุบัน สามารถแบ่งได้ออกเป็น 5 สถานการณ์ ดังต่อไปนี้

(1) สินค้าประเภทที่ได้ปรับขึ้น ราคาขายของสินค้าไปแล้ว ซึ่งสินค้าประเภทนั้นจะอยู่ในตลาดทางเศรษฐกิจประเภทตลาดผู้ขายน้อยราย ซึ่งมีอำนาจในการกำหนดราคาขายสินค้าในตลาดได้ นั่นคือ เครื่องดื่มชาเขียว และน้ำสมุนไพร เป็นต้น

(2) สินค้าประเภทที่ผู้ประกอบการยังสามารถแบกรับต้นทุนทางภาษีที่เพิ่มสูงขึ้นได้ เนื่องจากต้นทุนทางภาษีที่เพิ่มสูงขึ้นนั้นมีจำนวนเงินน้อย และเมื่อเทียบกับราคาขายมีจำนวนเงินน้อยกว่าร้อยละ 20 ซึ่งถือเป็นอัตราร้อยละที่ผู้ประกอบการยังสามารถแบกรับได้ เพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดเดิมหรือเพื่อเพิ่มเติมส่วนแบ่งการตลาดให้สูงขึ้นซึ่งสินค้าเครื่องดื่มประเภทนี้มักเป็นสินค้าที่อยู่ในตลาดทางเศรษฐกิจประเภทตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน และเป็นตลาดสินค้าที่มีผู้ประกอบการที่ครองส่วนแบ่งการตลาดในระดับที่สูง นั่นคือ กำแพงระบองพร้อมดื่ม

(3) สินค้าประเภทที่ยังรอดสถานการณ์จากผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ว่าจะมีการปรับราคาขายสินค้าหรือไม่ เนื่องจากเป็นสินค้าที่อยู่ในตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขันที่มีผู้ประกอบการหลายราย และยังมีจำนวนเงินของภาษีที่ปรับขึ้น น้อยมาก อีกทั้ง มีอัตราร้อยละของจำนวนเครื่องดื่มที่มีอัตราภาษีเพิ่มขึ้น น้อยกว่าร้อยละ 20 สูงถึงร้อยละ 64 นั่นคือ น้ำฟ้าผลไม้

(4) สินค้าประเภทที่การปรับขึ้น ของราคาสินค้าขึ้นอยู่กับผู้ผลิตรายใหญ่ เนื่องจากมีสัดส่วนการครองตลาดสูง ดังนั้นหากผู้ผลิตรายใหญ่ปรับราคาเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการรายย่อยก็จำเป็นต้องปรับราคาขึ้นตาม เพื่อรักษาสัดส่วนทางการตลาด และเป็นโอกาสในการได้กำไรเพิ่มขึ้นจากการขึ้นราคาขาย นั่นคือ น้ำอัดลมและกำแพงในซองแบบซองพร้อมดื่ม

(5) สินค้าประเภทที่น่าจะมีการผลักราคาภาษีไปให้ผู้บริโภค เนื่องจากมีอัตราภาษีที่เพิ่มขึ้น น้อยกว่าร้อยละ 45 แต่เนื่องจากราคาสินค้ามีราคาไม่สูงมากตั้งแต่เริ่มแรก ดังนั้นเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดและการรักษาฐานลูกค้าให้คงเดิม ผู้ผลิตจึงอาจเลือกที่จะขึ้นราคาขายของสินค้าแต่ไม่ได้ผลักราคาภาษีทั้งหมดไปให้ผู้บริโภค นั่นคือ เครื่องดื่มชูกำลัง

### 5.1.3 การจัดเก็บที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์

การจัดเก็บภาษีที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ กล่าวคือ ภาษีสรรพสามิตเป็นการจัดเก็บภาษีทางอ้อมของภาครัฐ ดังนั้นผู้ผลิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบสามารถพิจารณาว่า ผู้ผลิตจะผลักราคาภาษีสรรพสามิตที่เพิ่มสูงขึ้นไปยังผู้บริโภคหรือไม่ เพื่อให้ผู้ผลิตยังสามารถประกอบกิจการและค้ากำไรได้ตามที่ต่อกำหนดต่อไปได้ ทั้งนี้จากสถานการณ์ในปัจจุบันตั้งแต่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2560 ซึ่งมีการเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในประเทศไทยแล้ว แต่จากราคาขายของสินค้าเครื่องดื่มในท้องตลาด จะเห็นได้ว่าการปรับเพิ่มขึ้นของราคาขายสินค้ายังมีไม่มากนัก ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารในบริษัทเครื่องดื่ม 2 แห่งในประเทศไทย พบว่าอัตราภาษีที่เพิ่มขึ้นซึ่งผลกระทบต่อต้นทุนขายของกิจการจนทำให้กิจการเลือกที่จะปรับราคาขายโดยการผลักราคาภาษีไปยังผู้บริโภคจะอยู่ที่อัตราภาษีร้อยละ 20 ของราคาขาย ดังนั้นหากอัตราการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปัจจุบันยังคงมีอัตราน้อยเมื่อเทียบกับราคาขาย ซึ่งเป็นจำนวนเงินที่ผู้ผลิตตัดสินใจว่าสามารถแบกรับภาระภาษีที่เพิ่มขึ้นเป็นต้นทุนขายของตนเองได้ เนื่องจากต้องการได้รับส่วนแบ่งการตลาดในสัดส่วนเท่าเดิม หรือมากขึ้นในกรณีที่บริษัทคู่แข่งมีการปรับราคาขายเพิ่มสูงขึ้น แต่บริษัทของตนเองยังคงเลือกที่จะรักษาระดับราคาขายสินค้าเท่าเดิม ก็จะทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าของบริษัทตนเองมากขึ้น ทั้งนี้เรื่องการผลักราคาภาษีสรรพสามิตเข้าไปในราคาขายสินค้าหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับว่าสินค้านั้นอยู่ในตลาดทางเศรษฐกิจประเภทใดด้วย เช่น กรณีการขึ้นราคาขายของเครื่องดื่มชาเขียว ซึ่งในปัจจุบันบริษัทที่เป็นผู้นำตลาดและได้รับส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด 2 อันดับแรก คือ โออิชิและอิซิดัน เลือกที่จะปรับราคาขายให้สูงขึ้น เนื่องจากมีการปรับราคาขายตามชาเขียวี่ห้อฟูจิ ดังนั้นโออิชิและอิซิดันที่เป็นผู้นำตลาด และอยู่ในตลาดเศรษฐกิจประเภทตลาดผู้ขายน้อยราย จึงเห็นโอกาสอันดีในการปรับราคาขายขึ้นตามฟูจิ เนื่องจากเห็นว่ามีการปรับราคาขายสินค้านี้ ก็คงไม่มีผลกระทบอะไรมากนัก เนื่องจากตนก็ยังคงเป็นผู้นำการตลาดสูงสุด 2 อันดับแรก

จากการวิเคราะห์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยการพิจารณาว่าภาระภาษีที่เพิ่มขึ้นจากการภาษีสรรพสามิตที่เก็บตามปริมาณน้ำตาลของประเทศไทยนั้น จะถูกผลักราคาภาษีเข้าไปในราคาขายสินค้าหรือไม่ นั้น ขึ้นอยู่กับ 3 ปัจจัยหลัก คือ อัตราการจัดเก็บภาษีมีจำนวนมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 20 ของราคาขายหรือไม่ สัดส่วนการครองตลาดในสินค้าเครื่องดื่มประเภทนั้น ๆ ของผู้ประกอบการมีมากหรือไม่ และประเภทของตลาดทางเศรษฐกิจศาสตร์ของผู้ประกอบการรายนั้น ๆ ทั้งนี้การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แสดงการวิเคราะห์แยกเป็นประเภทของสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในหัวข้อ 5.1.2 โดยผลสรุปที่ได้คือ สินค้าประเภทที่ผู้ประกอบการยังสามารถแบกรับต้นทุนทางภาษีที่เพิ่มสูงขึ้นได้ คือ กำแพงระป้องกันพร้อมดื่ม เนื่องจากต้นทุนทางภาษีที่เพิ่มสูงขึ้นนั้นมีจำนวนเงินน้อย และเมื่อเทียบกับราคาขายมีจำนวนเงินน้อยกว่าร้อยละ 20 ซึ่งถือเป็นอัตราที่ผู้ประกอบการยังสามารถ



แบกรับได้ เพื่อรักษาสัดส่วนแบ่งกำไรตลาดเดิมหรือเพื่อเพิ่มเติมส่วนแบ่งกำไรตลาดให้สูงขึ้น ซึ่งสินค้าเครื่องดื่มประเภทนี้เป็นสินค้าที่อยู่ในตลาดทางเศรษฐกิจศาสตร์ประเภทตลาดกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน และเป็นตลาดสินค้าที่มีผู้ประกอบการที่ครองส่วนแบ่งกำไรตลาดในระดับที่สูง

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า หากการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มนี้มีจำนวนสูงขึ้นไม่มากพอที่ผู้ประกอบการจะผลักภาระภาษีไปให้แก่ผู้บริโภค มาตรการการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากปริมาณน้ำตาลก็จะไม่สามารถบรรลุประสงค์ของภาครัฐได้ ดังนั้น ภาครัฐควรมีการพิจารณาอัตราภาษีสำหรับเครื่องดื่มแต่ละประเภทให้เหมาะสมหรือไม่ เพื่อให้มีอัตราการจัดเก็บภาษีย่อยละ 20 ของราคาขาย และผู้ประกอบการจะได้ตัดสินใจที่จะผลักภาระภาษีไปยังผู้บริโภคในราคาขายของสินค้าในที่สุด

#### 5.1.4 มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของประเทศไทย

มาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของประเทศไทย เพื่อช่วยให้ประชาชนสามารถลดการบริโภคความหวานจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบได้นั้นยังคงไม่เข้มงวด และไม่สามารถนำมาใช้เพื่อบรรลุประสงค์การบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลได้จริง เช่น มาตรการทางกฎหมายขององค์การอาหารและยามีการกำหนดการบังคับการแสดงผลฉลากโภชนาการแบบจีดีเอ (GDA) ให้ครอบคลุมถึงอาหารทุกประเภท มาตรการด้านอารมณ์รณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เรื่องโรคไม่ติดต่อ และมาตรการในการควบคุมโฆษณาตามพระราชบัญญัติอาหาร เป็นต้น ซึ่งมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้ยังไม่สามารถช่วยให้เกิดการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลงได้ ดังเช่นมาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของต่างประเทศ อาทิเช่น ประเทศเม็กซิโก<sup>17</sup> มีการควบคุมการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลเสียต่อสุขภาพ และควบคุมการโฆษณาส่งเสริมสนับสนุนการขายอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กอย่างเข้มงวด ดังนั้นประเทศไทยจึงควรปรับปรุงมาตรการต่าง ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี และนำมาใช้กับทุกภาคส่วนอย่างเข้มงวด เพื่อช่วยให้ประชาชนลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

<sup>17</sup> Dr. Juan A. Rivera, Mexico's sugary drinks tax – behind the scenes [Online],

## 5.2 แนวทางแก้ไขหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของต่างประเทศ

### 5.2.1 การกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาล

หากวัตถุประสงค์ของรัฐที่ต้องการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล เพื่อให้คนไทยมีการลดการบริโภคน้ำตาลจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบเหล่านี้นลง รัฐควรมีการกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลอย่างครอบคลุม และเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบจากการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลด้วย รวมทั้งการกำหนดนิยามของน้ำตาลหรือสารให้ความหวานที่ใส่ลงในเครื่องดื่มที่จะต้องถูกนำมาเสียภาษีเครื่องดื่มที่มีรสหวานด้วยว่าประกอบด้วยน้ำตาลหรือสารให้ความหวานชนิดใด ดังเช่นที่กฎหมายต่างประเทศทั้งประเทศเม็กซิโกและเขตปกครองตนเองนาวาโฮ (Navajo Nation) ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีกำรระบุไว้อย่างชัดเจน

### 5.2.2 การกำหนดอัตราการจัดเก็บภาษี

จากการไปสอบถามผู้บริหารของบริษัทเครื่องดื่มสองแห่งในประเทศไทย พบว่าอัตราภาษีที่กิจการจะตัดสินใจในการผลักราคาภาษีไปให้แก่ผู้บริโภคหรือไม่นั้น นเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 ซึ่งหากการปรับขึ้นภาษีจากปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มนั้นไม่สูงถึงในระดับประมาณร้อยละ 20 ทางกิจการก็ยังคงเลือกที่จะแบกรับต้นทุนภาษีที่เพิ่มขึ้นนี้ไว้ที่ตนเอง เพื่อรักษาราคาขายสินค้าที่ผู้บริโภคยังสามารถเลือกซื้อสินค้าของตนเองได้ และเพื่อให้ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดในระดับเดิมหรือมากกว่าเดิม ดังนั้นจากตารางการวิเคราะห์การปรับขึ้นราคาภาษีของในตารางที่ 11-17 ที่แยกตามแต่ละประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลแล้ว จะเห็นได้ว่าการปรับราคาจากภาษีสรรพสามิตที่เพิ่มขึ้น นนี้อยู่ที่ประมาณร้อยละ 0 - 69 ตามตารางที่ 18 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 18 สรุปจำนวนเงินภาษีสรรพสามิตจากปริมาณน้ำตาล แยกตามแต่ละประเภทของ เครื่องดื่มที่มีน้ำตาล

ประเภทของเครื่องดื่ม ที่มีน้ำตาล	สัดส่วนของ เครื่องดื่มแต่ละ ประเภทในตลาด เครื่องดื่มทั้งหมด (ร้อยละ)	ปริมาณ น้ำตาล (กรัม) ต่อ 100 มิลลิลิตร	ราคาขาย (บาท)	ภาษี สรรพสามิต ในปี 2566 เป็นต้นไป (บาท)	ร้อยละของ ภาษีเฉลี่ย ต่อราคา ขาย
เครื่องดื่มประเภทชาเขียว	6.3	4.80 - 13.15	20 - 30	0 - 5	0 - 25
เครื่องดื่มประเภทกาแฟ กระป๋องพร้อมดื่ม	4.7	0 - 19.6	13 - 39	0 - 5	0 - 31
เครื่องดื่มประเภทกาแฟผงใน ซองแบบชงพร้อมดื่ม		6.05 - 8.75	4.13 - 7.00	1 - 3	24 - 69
เครื่องดื่มประเภทน้ำผักผลไม้	6.2	8 - 15	15 - 50	1 - 5	7 - 50
เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม สมุนไพร	4.7	6.19 - 11.32	12 - 20	1 - 5	5 - 33
เครื่องดื่มประเภทน้ำหวาน และน้ำตาล	42.3	8.95 - 14.15	13 - 15	3 - 5	23 - 38
เครื่องดื่มชูกำลัง	12.6	12 - 17.67	10 - 15	5	33 - 50

จากตารางที่ 18 สรุปประเภทของตลาดทางเศรษฐกิจและร้อยละของจำนวนเครื่องดื่มที่มีอัตราภาษีเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 20 ของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลแต่ละประเภท แสดงให้เห็นว่ามีเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหลายประเภทยังได้รับผลกระทบจากการปรับขึ้นต้นทุนทางภาษีน้อยกว่าร้อยละ 20 ของราคาขายเป็นจำนวนมาก ดังนั้นอาจทำให้ผู้ประกอบการเลือกที่จะไม่ขึ้นราคาขายโดยการแบกรับต้นทุนสินค้าจากภาษีนี้ไว้เอง หรือการผลักภาระภาษีจำนวนหนึ่งเพื่อการรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ ดังนั้นเพื่อให้มาตรการทางภาษีนี้นำมาใช้กับผู้บริโภคเพื่อการลดการบริโภคเครื่องดื่มหวานอย่างมีประสิทธิภาพนี้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทาง ดังต่อไปนี้

- 1) การปรับอัตราภาษีให้สูงขึ้นจากราคาขายให้มากกว่าร้อยละ 20 ในสินค้าแต่ละประเภท
- 2) หากมีการปรับอัตราภาษีให้สูงขึ้นจากราคาขายมากกว่าร้อยละ 20 แล้ว แต่ผู้ประกอบการยังคงเลือกที่จะแบกรับต้นทุนทางภาษีไว้ ภาครัฐควรมีมาตรการที่เป็นข้อบังคับ หรือบทลงโทษจากรัฐไม่ผลักภาระภาษีไปยังผู้บริโภคหรือไม่

3) การปรับอัตราภาษีให้สูงกว่าร้อยละ 20 ของราคาขายในสินค้าแต่ละชนิดนั้น จะทำให้ผู้ประกอบการหันมามุ่งเน้นการพัฒนาสูตรของเครื่องดื่ม โดยการผลิตปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มลงได้ เนื่องจากไม่สามารถแบกรับต้นทุนทางภาษีที่เพิ่มสูงมากขึ้นเช่นนี้ นได้ต่อไป

4) การปรับอัตราภาษีให้เป็นไปในแนวทางเดียวกับของประเทศเม็กซิโก คือการจัดเก็บภาษีในอัตราเดียวสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานเป็นส่วนประกอบ เป็นอีกทางเลือกหนึ่งซึ่งช่วยให้อัตราภาษีจากการใส่น้ำตาลในเครื่องดื่ม สะท้อนถึงราคาขายที่เหมาะสมได้ เนื่องจากประเทศเม็กซิโกมีการคิดภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มที่มีรสหวาน โดยไม่ได้คำนึงถึงปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่ม แต่มีข้อกำหนดของเครื่องดื่มที่ต้องเสียภาษี คือเครื่องดื่มใดก็ตามหากมีการใส่น้ำตาลก็ต้องเสียในอัตราเดียวกันคือ 1 เปโซ ต่อปริมาณเครื่องดื่ม 1 ลิตร อย่างไรก็ตามแนวทางในการจัดเก็บภาษีของประเทศเม็กซิโกจะสามารถนำมาใช้กับประเทศไทยอย่างได้ผล ถ้าอัตราภาษีของเครื่องดื่มที่มีรสหวานในประเทศไทยจะต้องมีอัตราที่สูงในระดับที่ผู้ผลิตจะต้องผลักภาระไปให้ผู้บริโภค เนื่องจากไม่สามารถแบกรับภาระภาษีที่สูงไว้ได้

5) ภาครัฐควรมีนโยบายเริ่มแรกในการจูงใจผู้ผลิต หรือให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี เช่น การคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับผู้ประกอบการที่มีการใส่น้ำตาลลดลงร้อยละห้าต่อตามที่กำหนด ด้วยวิธีการนี้จะเป็นแนวทางการส่งเสริมมากกว่าบดทลงโทษ และช่วยให้มีเครื่องดื่มที่ไม่ส่งผลเสียต่อสุขภาพพัฒนาออกสู่ตลาดเครื่องดื่มมากขึ้นอีกด้วย ด้วยวิธีนี้จะทำให้สังคมไทยเป็นสังคมที่รักษาสุขภาพของประชาชนได้อย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะแต่ละแนวทางของเรื่องอัตราการจัดเก็บภาษี ยังมีข้อจำกัดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) การปรับอัตราภาษีให้สูงขึ้นจากราคาขายให้มากกว่าร้อยละ 20 ในสินค้าแต่ละประเภท และการบังคับให้มีมาตรการการผลักภาระภาษีไปในราคาขายสินค้า อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขายสินค้าของตนเองได้ ซึ่งอาจทำให้ผู้ประกอบการที่ได้รับส่วนแบ่งการตลาดในสัดส่วนที่น้อยอยู่แล้วนั้น ไม่สามารถประกอบกิจการต่อไปในตลาดสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลได้ ซึ่งผลกระทบต่อมาคืออัตราจ้างแรงงานในกลุ่มผู้ประกอบการเหล่านั้นที่ไม่สามารถประกอบกิจการต่อไปได้ก็จะลดลง และก่อให้เกิดจำนวนคนว่างงานจากกลุ่มบริษัทเหล่านั้นจำนวนมาก ดังนั้นการปรับเปลี่ยนอัตราภาษีที่เหมาะสมนั้น ภาครัฐควรมีการศึกษาถึงผลกระทบที่ตามมาต่าง ๆ เหล่านี้ด้วยว่า จะมีวิธีจัดการหรือการส่งเสริมสนับสนุน หรือมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการเหล่านั้น หรือแรงงานที่ถูกเลิกจ้างเหล่านั้น อย่างไรบ้าง

2) การจัดเก็บภาษีในอัตราเดียวสำหรับเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานเป็นส่วนประกอบ อาจทำให้ผู้ประกอบการเลือกที่จะใส่ปริมาณน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลในปริมาณมาก ซึ่งอาจจะเป็นปริมาณเดิมหรือมากกว่าเดิม เนื่องจากผู้ประกอบการเหล่านั้นทราบดีว่า คนไทยนิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวาน ดังนั้นหากปรับสูตรการผลิตของตน

ให้มีปริมาณน้ำต่ำลงสูงก็จะสามารถทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ สินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของตนได้มากกว่า สินค้าของผู้ประกอบการรายอื่นที่มีปริมาณน้ำตาลน้อยกว่าหรือไม่มีปริมาณน้ำตาลนั่นเอง ดังนั้น ภาครัฐควรมีการค้ำประกันเรื่องดังกล่าวด้วยว่า หากผู้ประกอบการเลือกที่จะใส่ปริมาณน้ำตาลจำนวนมากลงในเครื่องดื่ม ดังนั้นเพื่อให้เกิดการลดการบริโภคน้ำตาลของประชาชนลงได้ ภาครัฐจึงควรพิจารณา อัตราการจัดเก็บภาษีอัตราเดียวจะต้องมีอัตราภาษีในระดับสูง เพื่อให้ผู้ประกอบการส่งผ่านภาระภาษีนั้นไปยังผู้บริโภคในรูปของราคาขายสินค้า ซึ่งผู้วิจัยยังเสนอแนะว่า ควรมีอัตราการจัดเก็บภาษีที่มากกว่าร้อยละ 20 ของราคาขายสินค้า ซึ่งเป็นอัตราที่ผู้ประกอบการน่าจะผลักภาระภาษีไปยังผู้บริโภค เนื่องจากเป็นอัตราภาษีที่มีจำนวนเงินที่สูง

จากข้อจำกัดดังกล่าวข้างต้น ทำให้ภาครัฐจะต้องมีการพิจารณาถึงความเหมาะสมของแนวทางการแก้ไขว่า อัตราการจัดเก็บภาษีในอัตราใดที่จะทำให้ผู้ประกอบการเลือกที่จะผลักภาระภาษีไปยังผู้บริโภคในรูปของราคาขายสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถลดอัตราการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลงได้อย่างแท้จริง และในขณะเดียวกันก็ต้องเป็นอัตราการจัดเก็บภาษีที่ทำให้ผู้ประกอบการยังคงสามารถดำเนินกิจการต่อไปในตลาดสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลได้ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อภาระจ้างแรงงานของผู้ประกอบการเหล่านี้ หรือหากส่งผลกระทบต่ออัตราการว่างงานของแรงงานในกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่สามารถดำรงอยู่ในตลาดสินค้านี้ได้ต่อไปนี้ ภาครัฐจะต้องมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการเหล่านั้น รวมถึงมาตรการช่วยเหลือแรงงานที่ถูกเลิกจ้างในกิจการเหล่านั้นด้วย จึงจะทำให้มาตรการทางภาษีทำให้คนไทยลดการบริโภคเครื่องดื่มได้อย่างแท้จริง และก็ยังสามารถทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเหล่านั้น ยังคงสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

### 5.2.3 การจัดเก็บที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์

จากการวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในข้อก่อนหน้านี้ แสดงให้เห็นแล้วว่าผลกระทบภาษีไปให้กับผู้บริโภค โดยที่ผู้ประกอบการจะไม่แบกรับต้นทุนไว้นั้น ควรเป็นการปรับภาษีขึ้นเกินกว่าร้อยละ 20 ซึ่งร้อยละ 20 นี้ มีการอ้างอิงจากผู้บริหารในบริษัทเครื่องดื่ม 2 แห่งของประเทศไทย ว่า การปรับเพิ่มขึ้นของจำนวนภาษีที่ร้อยละ 20 จะทำให้ผู้ประกอบการเลือกที่จะผลักภาระภาษีไปยังผู้บริโภค เนื่องจากถือเป็นต้นทุนของกิจการที่สูงเกินไปที่จะรับไว้ นอกจากนี้ยังมีการอ้างอิงจากงานวิจัยของประเทศเม็กซิโกที่มีการอ้างอิงว่าการปรับเพิ่มขึ้นของราคาขายสินค้าที่มากกว่าร้อยละ 20 จะทำให้ผู้บริโภคสามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลลงได้ ดังนั้นการกำหนดระดับอัตราภาษีที่สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของราคาขายเพื่อให้เกิดการปรับราคาขายที่มากกว่าร้อยละ 20 จึงเป็นแนวทางสำคัญในการแก้ไขปัญหา เพื่อให้รัฐบาลสามารถนำมาตราการทางภาษีมาใช้ในการช่วยลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของคนไทยลงได้

อย่างไรก็ตาม แนวทางการแก้ไขดังกล่าวจะต้องมีการพิจารณาข้อจำกัดเช่นเดียวกันกับแนวทางการแก้ไขเรื่องอัตราการจัดเก็บภาษีข้างต้นเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดเรื่องข้อมูลทางเศรษฐศาสตร์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเภทของเครื่องดื่ม ซึ่งจากการวิเคราะห์เบื้องต้นจะเห็นได้ว่าหากกลุ่มสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นผู้ประกอบการน้อยรายที่มีส่วนการครองตลาดสูง ก็จะมีอำนาจในการกำหนดราคาขาย ซึ่งหากผู้ประกอบการเหล่านั้นเลือกที่จะผลกำไรระยะภาษีเข้าไปในราคาขายสินค้า ก็จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในที่สุด เช่นเดียวกับในประเทศเม็กซิโกที่นำมาตรึงการทางภาษีมาใช้ในการลดการบริโภคเครื่องดื่มหวานลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ภาครัฐควรมีการคำนึงถึงข้อมูลทางเศรษฐศาสตร์ที่แตกต่างกันในแต่ละประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในประเทศไทยด้วย จึงจะสามารถนำมาตรึงการทางภาษีมาปรับใช้ในประเทศไทยเพื่อควบคุมพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของคนไทยอย่างมีประสิทธิภาพ

#### 5.2.4 มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีของประเทศไทย

ภาครัฐควรมีข้อกำหนดเรื่องการควบคุมการโฆษณาหรือกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ที่เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าที่ก่อให้เกิดโทษต่อร่างกาย เช่นสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล เป็นต้น และรัฐอาจมีการเข้าไปกำกับดูแลโดยการสร้างกฎหรือแรงจูงใจเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพในร้านสะดวกซื้อ ดังเช่นมาตรการของประเทศเม็กซิโก นอกจากนี้การควบคุมดูแลเรื่องการบริโภคอาหารที่ดีของเยาวชนในโรงเรียนก็เป็นสิ่งสำคัญที่ควรปลูกฝังตั้งแต่ยังเล็ก เช่นอาจมีข้อกำหนดหรือกฎข้อบังคับเรื่องอาหารและเครื่องดื่มในโรงเรียนจะต้องมีการขายอาหารที่มีปริมาณน้ำตาลไม่เกินตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ดังเช่นมาตรการของประเทศเม็กซิโก ทั้งนี้มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีทั้งหลายเป็นมาตรการที่ช่วยป้องกันไม่ให้ประชาชนหันไปบริโภคเครื่องดื่มสินค้าที่ไม่ดีต่อสุขภาพ อย่างไรก็ตามมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้ควรได้รับการเอาใจใส่และปฏิบัติอย่างทั่วถึงในทุกหน่วยงาน และผู้วิจัยขอเสนอว่า หากต้องการให้มาตรการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีช่วยให้เกิดการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่ไม่ดีต่อสุขภาพลงได้นั้น ภาครัฐควรมีการกำหนดบทลงโทษทางกฎหมายหากมีการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม เพื่อเป็นการควบคุมให้ทุกหน่วยงานปฏิบัติร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

## บทที่ 6

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 6.1 บทสรุป

จากปัญหาทำงานด้านภาวะโภชนาการและโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในปัจจุบันที่ประเทศไทยเผชิญอยู่ ในปัจจุบัน ส่งผลให้รัฐบาลต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขในการดูแลรักษาพยาบาล ประชาชนในจำนวนเงินที่สูง ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาสุขภาพที่ไม่ดีของประชาชนจากการบริโภคน้ำตาลในปริมาณที่เกินความต้องการที่องค์การอนามัยโลกได้กำหนดไว้ จนส่งผลให้คนไทยมีจำนวนผู้ป่วยโรคติดต่อเรื้อรังจำนวนมาก ภาครัฐจึงมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการเก็บภาษีสรรพสามิตจาก เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเพิ่มเติมจากพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 คือการเก็บภาษีจากฐาน ปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มแต่ละประเภท ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่มีการ ประกาศใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 ที่ผ่านมา ซึ่งถือว่ารัฐบาลได้แก้ไขกฎหมายได้ตรงตาม วัตถุประสงค์ของการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต นั่นคือการเก็บภาษีในสินค้าฟุ่มเฟือยหรือสินค้าที่ ก่อให้เกิดโทษต่อสิ่งแวดล้อมหรือร่างกายของมนุษย์ อย่างไรก็ตามหากรัฐบาลมุ่งหวังให้ประชาชนเกิด พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานลง โดยการ เรียกเก็บภาษีสรรพสามิตตามปริมาณความหวานในเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล รัฐบาลควรเล็งเห็นถึงปัญหา ที่เกิดจากเปลี่ยนแปลงกฎหมายใหม่ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 เพื่อศึกษาถึง ปัญหาและหาแนวทางแก้ไข อันจะได้รับผลลัพธ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนและมีประสิทธิผล จาก การเรียกเก็บภาษีจากปริมาณความหวานในเครื่องดื่มต่อไป ทั้งนี้ทางผู้วิจัยยังเห็นว่าพระราชบัญญัติภาษี สรรพสามิต พ.ศ. 2560 นี้ ยังมีประเด็นปัญหาอีกหลายประการที่ควรได้รับการแก้ไข เช่น ความ เหมาะสมในการกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลเพื่อเสีย ภาษีสรรพสามิตตามปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่ม ความเหมาะสมในการกำหนดพิกัดอัตราภาษี วิธีการ จัดเก็บภาษีที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้ผู้ประกอบการผลักภาระทางภาษีไปให้กับ ผู้บริโภค และมาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีควรมีการแก้ไขให้ทุกหน่วยงานร่วมมือกันอย่าง เข้มงวด เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการควบคุมปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชน ได้อีกหนึ่งทาง การแก้ไขประเด็นต่าง ๆ ก็มีความมุ่งหวังเพื่อให้มาตรการทางกฎหมายที่ งามภาษีและ ไม่ใช่ทางภาษีสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานของคนไทยลงได้ อย่างแท้จริงและมีประสิทธิผล อีกทั้งหากมีการแก้ไขประเด็นปัญหามาตรการทางภาษีดังกล่าวแล้ว ยัง ส่งผลให้เกิดความเท่าเทียมกันในระดับผู้ประกอบการอีกด้วย

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัยพบว่าประเด็นปัญหาหลักที่ยังต้องได้รับการแก้ไข เนื่องจาก เป็นประเด็นสำคัญ คือเรื่องหลักเกณฑ์การกำหนดประเภทสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความ

หวานแทนน้ำตาลเป็นส่วนประกอบยังคงไม่ครอบคลุมประเภทของสินค้าเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและมีรสหวานทั้งหมดที่ประชาชนไทยบริโภค เช่น นมปรุงแต่ง และผลิตภัณฑ์จากนม เช่น นมเปรี้ยวและโยเกิร์ต ดังนั้นกฎหมายควรมีการกำหนดประเภทของเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลให้ครอบคลุมทุกประเภท เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการ และให้มาตรการทางภาษีสามารถช่วยลดการบริโภคจาก การบริโภคสินค้าเหล่านั้นได้ นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องความเหมาะสมของอัตราภาษีใน เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลแต่ละประเภท ซึ่งหากกฎหมายมีการกำหนดอัตราภาษีที่เหมาะสมก็จะช่วยให้ มาตรการทางภาษีสามารถทำให้ลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลของประชาชนลงได้อย่างมี ประสิทธิภาพ จากการศึกษาพบว่าปัญหาหลักคือ การเพิ่มขึ้นของภาษีจากปริมาณความหวานยังถือ ว่าเป็นอัตราที่น้อยกว่าร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับราคาขาย ซึ่งสำนักงานวิจัยในประเทศเม็กซิโกที่มีการใช้ มาตรการทางภาษีความหวานนี้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการวิจัยว่าการขึ้นราคาขายสินค้าที่ทำให้ ประชาชนลดการบริโภคหวานลงได้อย่างถาวร จะอยู่ที่อัตราภาษีประมาณร้อยละ 20 ของราคาขาย เดิม ดังนั้น หากประเทศไทยมีการปรับอัตราภาษีให้สูงขึ้นประมาณร้อยละ 20 ของราคาขายก็น่าจะท ามให้มาตรการทางภาษีใช้ได้ผล และอัตราภาษีในระดับนี้ถือว่าอยู่ในระดับสูงจนทำให้ผู้ประกอบการไม่ สามารถแบกรับต้นทุนภาระภาษีที่เพิ่มขึ้นนี้ได้ สุดท้ายผู้ประกอบการก็จะเลือกการขึ้นราคาขายสินค้า หรือเลือกที่จะปรับสูตรการผลิตสินค้าของตนโดยการลดปริมาณน้ำตาลลงนั่นเอง ทั้งนี้ต้องเป็น อัตราการจัดเก็บภาษีที่ทำให้ผู้ประกอบการยังคงสามารถดำเนินกิจการต่อไปในตลาดสินค้าเครื่องดื่มที่มี น้ำตาลได้ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของผู้ประกอบการเหล่านี้ หรือหากส่งผลกระทบต่อ อัตราการว่างงานของแรงงานในกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่สามารถดำรงอยู่ในตลาดสินค้านี้ได้ต่อไปนี้ ภาครัฐจะต้องมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการเหล่านี้ รวมถึงมาตรการช่วยเหลือแรงงานที่ถูกเลิก จ้างในกิจการเหล่านี้ด้วย อย่างไรก็ตามยังมีประเด็นเรื่องของการกำหนดนิยามของเครื่องดื่มที่ต้อง เสียภาษี ซึ่งแตกต่างจากของประเทศเม็กซิโก คือยังคงมีการยกเว้นนม ผลิตภัณฑ์จากนม เช่น โยเกิร์ต หรือนมเปรี้ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวถือว่ามีปริมาณน้ำตาลเป็นส่วนประกอบในสัดส่วนที่สูง และกลุ่ม ประชากรที่มีการบริโภคเครื่องดื่มเหล่านี้ คือเด็กและเยาวชน และกลุ่มผู้รักสุขภาพ ดังนั้นการแก้ไข ปัญหาโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในกลุ่มเด็กและเยาวชน ก็ยังคงไม่ได้รับการแก้ไขปัญหาเช่นเดิม อีกทั้งยังป็น ช่องว่างทางกฎหมายให้ผู้ประกอบการค้ากำไรกับกลุ่มเด็กและเยาวชนเหล่านี้ อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม หากมาตรการทางภาษีมมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสภาพ สถานการณ์ของประเทศไทยในปัจจุบันแล้วก็ตาม แต่ปัญหาเรื่องโรคไม่ติดต่อเรื้อรังก็ยังคงเกิดขึ้นได้ หากผู้ประกอบการรายนั้น ๆ ได้เปรียบด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ช่วยในการประหยัดต้นทุนได้ และ เลือกที่จะแบกรับภาระภาษีที่สูงขึ้นนี้ในท้ายที่สุด ดังนั้นมาตรการอื่นที่ไม่ใช่ภาษีจะเป็นมาตรการที่ ช่วยควบคุมผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ให้เอาัดเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น การควบคุม กิจกรรมส่วนเสริมการขายในกลุ่มเด็กและเยาวชน หรือการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ด้านการดูแล รักษาสุขภาพ โดยการรณรงค์อย่างทั่วถึง จริงจังและสม่ำเสมอ ก็จะช่วยปลูกฝังจิตสำนึกของคนไทยใน การรักษาสุขภาพที่ดีได้



## 6.2 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการระบุค่านียามของเครื่องตีที่ต้องเสียภาษีโดยรวมเครื่องตีทุกชนิดที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานเป็นส่วนประกอบ เช่น นมปรุงแต่ง และผลิตภัณฑ์จากนม (นมเปรี้ยวหรือโยเกิร์ต) เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในกลุ่มผู้ประกอบการ และควรมีการกำหนดอัตราภาษีที่มากกว่าร้อยละ 20 ของราคาขายปัจจุบัน หากเป็นการจัดเก็บภาษีตามปริมาณน้ำตาล หรือการจัดเก็บภาษีในอัตราเดียวสำหรับเครื่องตีที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานเป็นส่วนประกอบ โดยไม่ได้กำหนดอัตราภาษีตามปริมาณน้ำตาล ทั้งนี้อาจมีบทลงโทษหากผู้ประกอบการไม่มีการผลักชำระภาษีไปยังผู้บริโภค หรือมีการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับผู้ประกอบการที่สนับสนุนมาตรการนี้ เช่น การพัฒนาสูตรของเครื่องตีให้มีน้ำตาลลดลงได้ เป็นต้น ทั้งนี้ภาครัฐจะต้องมีการพิจารณาด้วยว่าอัตราภาษีที่เหมาะสมจะต้องเป็นอัตราการจัดเก็บภาษีที่ทำให้ผู้ประกอบการยังคงสามารถดำเนินกิจการต่อไปในตลาดสินค้าเครื่องตีที่มีน้ำตาลได้ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อภาระงานของผู้ประกอบการเหล่านี้ หรือหากส่งผลกระทบต่ออัตราการว่างงานของแรงงานในกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่สามารถดำรงอยู่ในตลาดสินค้านี้ได้ต่อไปนี้ ภาครัฐจะต้องมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการเหล่านั้น รวมถึงมาตรการช่วยเหลือแรงงานที่ถูกเลิกจ้างในกิจการเหล่านั้นด้วย อย่างไรก็ตามสุดท้ายแล้วหากมาตรการทางภาษีไม่สามารถช่วยให้การลดการบริโภคเครื่องดื่มหวานของประชาชนลดลงได้ มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีก็จะมีส่วนช่วยในการควบคุมดูแลทุกหน่วยงาน รวมถึงช่วยปลูกฝังจิตสำนึกในการรักษาสุขภาพที่ดีของประชาชนได้ ดังนั้นรัฐบาลควรมีการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในสถานศึกษา การควบคุมกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือการควบคุมการโฆษณาที่เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนมีความต้องการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเหล่านั้น รวมทั้งควรมีการส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนดูแลและรักษาสุขภาพ โดยการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงโทษของการบริโภคน้ำตาลเกินความต้องการ และโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่ร้ายแรง โดยการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง สม่ำเสมอและอย่างทั่วถึง ทั้งหมดนี้ จะเป็นมาตรการที่รัฐสามารถช่วยให้คนไทยสามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลหรือสารให้ความหวานแทนน้ำตาลลงได้มากที่สุดและยั่งยืน

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

แผนงานวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการ เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ และคณะทำงานพัฒนา  
หลักเกณฑ์การจําแนกอาหาร. โครงการพัฒนาหลักเกณฑ์ในการจําแนกอาหารเพื่อส่งเสริม  
การบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ. นนทบุรี: สํานักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ;  
2557.

กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน สํานักโรคไม่ติดต่อ. รายงานประจําปี 2557. นนทบุรี: สํานักโรคไม่  
ติดต่อ กรมควบคุมโรค; 2557.

คณะทํางานศึกษาภาวะโรคจากปัจจัยเสี่ยงของประชากรไทย พ.ศ. 2552. รายงานภาวะโรคและการ  
บาดเจ็บของประชากรไทย พ.ศ. 2552. นนทบุรี: สํานักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่าง  
ประเทศ; 2552.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
2534

ณรงค์ ธนาวิภาส. หลักเศรษฐศาสตร์, กรุงเทพมหานคร: สํานักพิมพ์ วิทยพัฒน์, 2560

ประภาศ คงเอียด, ค ขธิบายกฎหมายภาษีสรรพสามิต, พิมพ์ครั้งที่ 1 (กรุงเทพมหานคร : นิติธรรม  
,2542)

### Book

Euromonitor International, Who drinks what: Identifying international drinks  
consumption trends, London: Euromonitor International PLC; 2011

World Health Organization. Guideline: Sugars intake for adults and children. Geneva:  
WHO Document Production Services, 2015

## บทความในวารสาร

- Hu F B. Resolved: there is sufficient scientific evidence that decreasing sugar sweetened beverage consumption will reduce the prevalence of obesity and obesity-related diseases. Obesity Review 14, (2013): 606-619.
- Hawkes C. The worldwide battle against soft drinks in school. American Journal of Preventive Medicine 38, (2010): 457-461.
- Sacks G, Rayner M, Stockley L, Scarborough P, Snowdon W, and Swinburn B. Applications of nutrient profiling: potential role in diet-related chronic disease prevention and the feasibility of a core nutrient-profiling system. European Journal of Clinical Nutrition 65. (2011): 298-306.
- M. Arantxa Cochero, Juan Rivera-Dommarco, Barry M. Popkin, and Shu Wen Ng, In Mexico, Evidence Of Sustained Consumer Response Two Years After Implementing A Sugar-Sweetened Beverage Tax, Health Affairs 36, (March 2017).
- A. Wolf, G.A. Bray and B.M. Popkin. A short history of beverage and how our body treats them. Obesity reviews 9 (2007): 151-164
- Rachel K. Johnson and others. Dietary Sugars Intake and Cardiovascular Health. in Circulation, American Heart Association (Online: 2009), 1011-1016
- S. Barquera, I. Campos and J. A. Rivera. Mexico attempts to tackle obesity: the process, results, push backs and future challenges. Obesity reviews 14 (September 2013): 69-78
- L. Latnovic and L. Rodriguez Cabrera. Public health strategy against overweight and obesity in Mexico's National Agreement for Nutritional Health. International Journal of Obesity Supplements online, (May 2013)

## วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และงานค้นคว้าอิสระ

จิตธาดา ธนโสภณ, ภาชีสรรพสามิต : วิเคราะห์แนวคิดและหลักการจัดเก็บในประเทศไทย, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.

## รายงานการประชุมทางวิชาการ

จันทนา อึ้งชูศักดิ์. การใช้มาตรการทางภาษีและราคาของอาหารเพื่อลดปัญหาภาวะน้ำหนักเกินและโรคอ้วน. ใน สัมมนาเวทีสาธารณะรับฟังความคิดเห็นเรื่อง “มาตรการทางภาษีและราคาของอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย เพื่อการจัดการภาวะน้ำหนักเกินและโรคอ้วน”, 8 กรกฎาคม 2554 ณ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัด นนทบุรี.

## สื่ออิเล็กทรอนิกส์

Hfocus. คนไทยกินน้ำตาลเพิ่มเกือบ 3 เท่า สูงสุดในอาเซียน [ออนไลน์], 2557. แหล่งที่มา: <http://www.hfocus.org/content/2014/01/6153> [15 มีนาคม 2561]

Marketeer, ส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ [ออนไลน์], 18 กุมภาพันธ์ 2558, แหล่งที่มา <http://marketeer.co.th/archives/37238> [5 พฤษภาคม 2561]

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, หวานแค่ไหน ปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่ม? [ออนไลน์], 2558. แหล่งที่มา: <http://www.thaihealth.or.th/> [15 มีนาคม 2561]

Marketeer, ภาษีเครื่องดื่มรสหวาน (Sugarsweetened beverage tax) – She Academy [ออนไลน์], 2559. แหล่งที่มา <http://marketeer.co.th/archives/84649> [15 มีนาคม 2561]

แพรวา คงพัก, ผลเสียของการกินน้ำตาล[ออนไลน์], 9 มีนาคม 2560. แหล่งที่มา <https://mgronline.com/goodhealth/detail/9600000022185> [5 พฤษภาคม 2561]

Donnaya Suvetwethin, เครื่องดื่มน้ำตาลหวานความอร่อยเคลือบยาพิษ [ออนไลน์], 17 พฤศจิกายน 2559. แหล่งที่มา <http://www.thaihealth.or.th/microsite/content/5/ncds/181/34048เครื่องดื่มน้ำตาลหวานความอร่อยเคลือบยาพิษ.html> [5 พฤษภาคม 2561]

- เอสเพรสโซ่. ประเภทตลาด [ออนไลน์]. 19 กันยายน 2551, แหล่งที่มา  
<http://www.vcharkarn.com/varticle/38195> [5 พฤษภาคม 2561]
- ชมพูนิกร อัมพรมหา, การก หนดราคา [ออนไลน์], แหล่งที่มา  
<https://sites.google.com/site/sersthsastrbeuxngtn22001001/7-kar-ka-hnd-rakha>  
 [5 พฤษภาคม 2561]
- ส ำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนภูมิ 3 รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อ  
 เดือน จ าแนกตามระดับรายได้ 5 ระดับ (income quintile) ระหว่างปี 2531 ถึง 2558  
 [ออนไลน์], 10 มีนาคม 2560, แหล่งที่มา [http://www.thai-  
 inequality.org/dataset/per-capita-income-31to58/resource/55a14857-79f4-  
 49a4-b27b-aec5bec7f90c?view\\_id=957ad19a-4ca6-4856-89b0-c78e95524f58](http://www.thai-inequality.org/dataset/per-capita-income-31to58/resource/55a14857-79f4-49a4-b27b-aec5bec7f90c?view_id=957ad19a-4ca6-4856-89b0-c78e95524f58) [5  
 พฤษภาคม 2561]
- ส ำนักอาหาร, น้ำตาลในเครื่องดื่ม [ออนไลน์], 2558. แหล่งที่มา  
[http://food.fda.moph.go.th/data/document/2558/CS\\_sugar.pdf](http://food.fda.moph.go.th/data/document/2558/CS_sugar.pdf) [16 มีนาคม  
 2561]
- ส ำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. Innovation trend [ออนไลน์]. ธันวาคม 2553 แหล่งที่มา  
<http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=201012&section=6> [15 มีนาคม  
 2561]
- ส ำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. เกี่ยวกับหน่วยงาน [ออนไลน์]. 2010.  
 แหล่งที่มา <http://www.thaincd.com/about-us/vision.html> [14 เมษายน 2561]
- ส ำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. รู้จัก สสส. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา  
<http://www.thaihealth.or.th/Aboutus.html> [14 เมษายน 2561]
- แผนงานวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการเพื่อการเสริมสร้างสุขภาพ มูลนิธิเพื่อการพัฒนา  
 สุขภาพระหว่างประเทศ. การศึกษาความเข้าใจและการใช้ฉลากโภชนาการหน้าบรรจุภัณฑ์  
 (Front-of-pack labeling) ของประชากรไทย. น.38 [ออนไลน์], 2558, แหล่งที่มา  
[http://www.fhpprogram.org/media/pdfs/reports/896c31fc9d8b6b6e3b71aa9bc  
 7b902e4.pdf](http://www.fhpprogram.org/media/pdfs/reports/896c31fc9d8b6b6e3b71aa9bc7b902e4.pdf) [14 เมษายน 2561].

หน่วยรับรองการใช้สัญลักษณ์โภชนาการทางเลือกสุขภาพ มูลนิธิส่งเสริมโภชนาการฯ. วัตถุประสงค์โครงการ [ออนไลน์]. 2558. แหล่งที่มา <http://healthierlogo.com/ข้อมูลโครงการ/วัตถุประสงค์/> [14 เมษายน 2561].

กินตะอิจิ, รีวิว 19 โยเกิร์ตยี่ห้อดัง ยี่ห้อไหนเป็นยังไงมาตุกัน [ออนไลน์], 24 พฤศจิกายน 2560, แหล่งที่มา <https://www.wongnai.com/food-tips/yoghurt-battle> [6 พฤษภาคม 2561]

โพสต์ทูเดย์, SME ‘ไออีซี’บุกยื่น แชนป์ชาเขียว [ออนไลน์], 29 ตุลาคม 2559 แหล่งที่มา <https://www.posttoday.com/market/news/462507> [6 พฤษภาคม 2561]

Marketeer, ส่วนแบ่งการตลาดกาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม [ออนไลน์], 16 กุมภาพันธ์ 2559, แหล่งที่มา <http://marketeer.co.th/archives/72185> [6 พฤษภาคม 2561]

สถาบันอาหาร, ส่วนแบ่งตลาดน้ำผลไม้ [ออนไลน์], มิถุนายน 2559, แหล่งที่มา <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=114> [6 พฤษภาคม 2561]

Positioning, เปิดผลวิจัยตลาดน้ำอัดลม ปี2557 หักเหลี่ยมเดือนคม โค้ก-เป๊ปซี่-เอส ใครจะครองแชมป์? [ออนไลน์], 9 มีนาคม 2558, แหล่งที่มา <https://positioningmag.com/59685> [6 พฤษภาคม 2561]

Marketeer, เครื่องดื่มชูกำลัง[ออนไลน์], 30 ตุลาคม 2558, แหล่งที่มา <http://marketeer.co.th/archives/61182/เครื่องดื่มชูกำลัง-web-2> [6 พฤษภาคม 2561]

## Electronic Media

Lim L and others. A. Sugar sweetened beverages and weight gain over 4 years in a Thai national cohort-A prospective analysis. [Online], 2014. Available from <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0095309> [16 April 2018]

Dr. Juan A. Rivera, Mexico’s sugary drinks tax – behind the scenes [Online], Available from <http://www.wcrf.org/sites/default/files/Juan-Rivera-Evidence-for-the-Mexican-SSB-tax.ppt> [15 March 2018]

- Office of the Navajo Tax Commission, The healthy dine` nation act of 2014, Section 1 [Online], 17 November 2015, Available from <http://www.navajotax.org/Navajo%0Taxes/Press%20Release%20Info/Junk%20Food/Junk%20Food%20Tax%20Law.pdf>. [15 April 2018]
- Pan American Health Organization Mexico. Taxes on Sugar-sweetened Beverages as a Public Health Strategy: The Experience of Mexico [Online]. (2015). Available from [http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/18391/9789275118719\\_eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/18391/9789275118719_eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [15 April 2018].
- Aryssa Becenti, Committee approves distribution policy for junk food tax [Online], 23 June 2016, Available from <https://navajotimes.com/reznews/committee-approves-distribution-policy-junk-food-tax/> [15 May 2018]
- BBC News, Mexico passes 'junk food tax' reform [Online], 1 November 2013, Available from <http://www.bbc.com/news/world-latin-america-24766027> [15 April 2018].
- KPMG, Mexico - Tax reform 2014, overview of general provisions [Online], Available from <https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/taxnewsflash/Documents/mexico-no2-nov8-2013.pdf> [15 April 2018].
- Vanessa Salcido, The Junk Food Tax in Mexico [Online], 2014, September 4, Available from [http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Mexican%20Junk%20Food%20Tax\\_Mexico%20ATO\\_Mexico\\_4-9-2014.pdf](http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Mexican%20Junk%20Food%20Tax_Mexico%20ATO_Mexico_4-9-2014.pdf) [15 April 2018].
- M. Arantxa Colchero, Barry M Popkin, Juan A Rivera and Shu Wen Ng. “Beverage purchases from stores in Mexico under the excise tax on sugar sweetened beverages: observational study” [Online]. 6 January 2016. Available form: <https://www.bmj.com/content/352/bmj.h6704> [6 May 2018]

M. Arantxa Colchero, Juan Carlos Salgado, Mishel Unar-Munguia, Mariana Molina and Shuweng Ng. "Changes in Prices After an Excise Tax to Sweetened Sugar Beverages Was Implemented in Mexico: Evidence from Urban Areas" [Online] 14 December 2015. Available from: <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0144408> [6 May 2018]

Colchero MA, Salgado JC, Unar-Munguia M, Hernandez-Avila M, and Rivera-Dommarco JA. Price elasticity of the demand for sugar sweetened beverages and soft drinks in Mexico [Online]. 5 September 2015. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1570677X15000611> [6 May 2018]



## ภาคผนวก ก

พระราชบัญญัติการจัดเก็บภาษีจากสินค้าและบริการพิเศษของเขตปกครองตนเองรัฐนาวาโฮ

RESOLUTION OF THE  
NAVAJO NATION COUNCIL

22nd NAVAJO NATION COUNCIL-FOURTH YEAR, 2014

AN ACT

RELATING TO LAW AND ORDER, RESOURCES AND DEVELOPMENT, BUDGET AND FINANCE, HEALTH, EDUCATION AND HUMAN SERVICES, NAABIK'IYATI' AND NAVAJO NATION COUNCIL; AMENDING TITLE 2 4 OF THE NAVAJO NATION CODE BY ENACTING THE HEALTHY DINE NATION ACT OF 2014

BE IT ENACTED:

**Section 1. Findings**

The Navajo Nation finds the following with respect to this resolution.

- A. According to Navajo Area Indian Health Service, there are 25,000 Navajos with diabetes and another 75,000 are prediabetic. The *Sweet Success* data reports the following in 2011: 31% of Navajo pregnancies were complicated (BMI's) in the overweight or obese range. Division of Diabetes Treatment and Prevention, Indian Health Service Headquarters (2012). Unpublished, Centers for Disease Control and Prevention and the Indian Health Service. Division of Diabetes Treatment and Prevention (2012), Annual diabetes clinical outcomes audit and Navajo sweet success annual audit (a tracking tool) (2012). Unpublished, Navajo Area Indian Health Service, St. Michaels, Arizona.
- B. At an average, it costs over \$13,000 per person annually to treat diabetes. The cost for treating diabetes related complications can exceed \$100,000 per person. O'Connell JM, Wilson C, Manson SM, & Acton KJ (2012). The costs of

treating American Indian adults with diabetes within the Indian Health Service, research and practice. *American Indian Journal of Public Health*.

- C. According to the Navajo Area [Indian Health Service, IHS] GPRA Report 2009, of the obesity rate within the seven (7) Navajo Area IHS service units ranged from 23% to 60%, the overweight rate ranged from 17% to 39% for all age groups, and overall, "the highest percentage of patients identified as obese are those ages 25 to 54, the highest service unit is Tuba City with 60 % of those with calculated BM Is." Navajo Area Indian Health Service (2009). Navajo area GPRA report 2009: government performance results act, (GPRA) program assessment rating tool (PART) report (07/1/08-06/30/09). Unpublished, St. Michaels, Arizona.
- D. According to the *Center of Disease Control and Prevention*, "each year, more than 13,000 young people are diagnosed with type 1 diabetes" and "health care providers are finding more and more children with type 2 diabetes, a disease usually diagnosed in adults aged 40 years or older." for only American Indians, there is a "statistically significant increase in the prevalence of type 2 diabetes among children and adolescents." Center of Disease Control and Prevention (2013). Children and diabetes. <http://www.cdc.gov/diabetes/projects/cda2.htm>
- E. According to the *Mayo Clinic*, primary risk factors of Type 2 Diabetes in children are overweight, obesity, inactivity, race, and family history. Symptoms can include increased thirst, increased urination, increased hunger, weight loss, fatigue, blurred vision, slow-healing sores or frequent infections, areas of and darkened skin. Complications can include heart and blood vessel disease, increased risk cardiovascular problems, including heart disease, stroke, high cholesterol and high blood pressure, nerve damage (neuropathy), kidney damage (nephropathy), eye damage, foot damage, and skin conditions. Mayo Clinic (2014). Type 2 diabetes in children. <http://www.mayoclinic.org/diseases-conditions/type-2-diabetes-in-children/basics/definition/con-20030124>

- F. According to the *American Journal of Clinical Nutrition*, "consumption of sugar-sweetened beverages (SSBs), particularly carbonated soft drinks, may be a key contributor to the epidemic of overweight and obesity, by virtue of these beverages' high added sugar content, low satiety, and incomplete compensation for total energy." There is a "positive association between greater intakes of SSBs and weight gain and obesity in both children and adults" and the "weight of epidemiologic and experimental evidence indicates that a greater consumption of SSBs is associated with weight gain and obesity." There is "sufficient evidence [that] exists for public health strategies to discourage consumption of sugary drinks as part of a healthy lifestyle." Malik, Vasanti S., Schulze, Matthias B., and Hu, Frank B. (2006). Intake of sugar-sweetened beverages and weight gain: a systematic review. *American Journal of Clinical Nutrition*. Aug 2006; 84 (2): 274-288. <http://ajcn.nutrition.org/content/84/2/274.long>
- G. According to the Navajo Nation Human Rights Commission, "the right to food is a human right recognized under international law that protects the right of all human beings to feed themselves in dignity, either by producing their food or by purchasing it." Resolution NNHRCFeb-02-09.
- H. According to the *New York Times Magazine* cover story "The Extraordinary Science of Addictive Junk Food" states that people are "addicted to junk food" and "this addiction will only deepen as the food industry continues to find new ways to get people hooked on foods that are convenient and inexpensive." Kalaidis, Jen. (2013). Should the U.S. adopt a fat tax? *The Week*.
- I. According to the *British Medical Journal*, economists agree that "government intervention, including taxation, is justified when the market fails to provide the optimum amount of a good for society's well-being." Kalaidis, Jen. (2013). Should the U.S. adopt a fat tax? *The Week*.

- J. According to the *Dine Food Sovereignty* report, 74% of respondents "think health problems in [their] communities are caused by a lack of healthy and nutritious food." Dine Policy Institute (2014). Dine food sovereignty: a report on the Navajo Nation food system and the case to rebuild a self-sufficient food system for the Dine people. [Http://www.dinecollege.edu/institutes/DPI/Docs/dpi-foodsovereignty-report.pdf](http://www.dinecollege.edu/institutes/DPI/Docs/dpi-foodsovereignty-report.pdf)
- K. According to the *Dine Food Sovereignty* report, "the United States Department of Agriculture identifies nearly all of the Navajo Nation's 27,000 square miles as a food desert," which is defined as "an area, either urban or rural, without access to affordable fresh and healthy foods" and where "heavily processed foods are often readily available." Dine Policy Institute (2014). Dine food sovereignty: a report on the Navajo Nation food system and the case to rebuild a self-sufficient food system for the Dine people. <http://www.dinecollege.edu/institutes/DPI/Docs/dpi-foodsovereignty-report.pdf>
- L. According to the *Tsehootsooi Medical Center Community Health Needs Assessment*, 86.74% of respondents recommended facilities needed in their community: walking trails, 42.54%; recreational, 60.87%; playground, 46.87%; and other, 8.47%. Health programs were recommended by 88.77% of the respondents with the following: CPR classes, 33.89%; cultural classes/resources, 34.35%; fitness instruction, 52.95%; health education/programs, 50.09%; nutrition classes, 52.12%; parenting groups, 37.66%; and other, 8.66%. Clichee, Dominic, M. (2013). Tsehootsooi Medical Center community health needs assessment. <http://www.fdihb.org/files/downloads/TMC%20CHAH%20v3.2%20without%20implementation%20plans.pdf>

- M. According to the *Chinle Health Council Community Health Assessment*, community respondents identified diabetes, obesity, and unhealthy foods as the top three important health issues in their communities, with diabetes as the number one health issue in the Chinle communities. Respondents identified "Wellness/Health education (Nutrition), Community events, Wellness Center" as the "most important factors for a healthy community." Respondents rated the health of their community with the following "Nutrition/bad food, Exercise, Unidentified illness/sickness/disease." Lynch, Patrick D. & Clichee, Dominic M. (2012). Chinle Health Council community health assessment. Unpublished, Chinle Health Council.
- N. The revenue generated from the Healthy Dine Nation Act of 2014 will be earmarked for chapters to plan for community originated wellness projects such as farming and vegetable gardens; greenhouses; farmers' markets; healthy convenience stores; clean water; clean communities; wellness/exercise equipment and supplies; skate parks; health classes; parks; traditional, intergenerational, and contemporary wellness; traditional and non-traditional healthy food preparation classes; food processing and storage facilities; health food initiatives; community food cooperatives; playgrounds; basketball courts; walking, running, biking trails; picnic grounds, swimming pools; emergency preparedness; agricultural, recreational, health, youth clubs; library; Navajo traditional craft classes, equine therapy, health coaching; and any other community-based wellness projects to address improvements to physical and social environment of the community that are planned, implemented, directed, and reported by members of the Navajo Nation communities.
- O. The Healthy Dine Nation Act of 2014 is to take responsibility of our health crisis, to raise awareness of unhealthy foods, to empower everyone to lead productive and healthy lives. This Act will impact physical and social environment where communities are empowered to take positive action; improve local capacity for wellness and improved health; make healthy food

available and easily accessible; provide communities with clean water and recycling centers; reduce rates of chronic diseases such as obesity, diabetes, heart diseases, cancer, etc.; preserve Dine tradition, culture, and language; preserve Dine traditional food; maintain a healthy weight; improve academic achievement of healthy children and youth; generate active and healthy communities; foster well-informed, educated communities about health and wellness to make positive, healthy choices, healthy individuals and families; build a healthy, thriving, and productive workforce; promote healthy businesses; reduce health care costs; to save lives and money; and to allow the people to take ownership of healthy initiatives; to protect and preserve our population for future healthy generations.

- P. It is the intent of the Navajo Nation Council, by approving the Healthy Dine Nation Act of 2014 to diminish the human and economic costs of obesity and diabetes on the Navajo Nation. The intent is to improve health by creating the environment that supports health and wellness with a dedicated revenue source for Community Wellness Projects designed by Navajo Nation Chapters to prevent obesity, Type 2 Diabetes Mellitus, and other such health conditions by discouraging excessive consumption of sweetened beverages and minimal to no nutritional value food items high in sugar, salt, and saturated fat.
- Q. There is public support for the proposed tax on sweetened beverages and minimal-to-no nutritional value food items among communities across the Navajo Nation. Navajo Nation Chapter Resolutions and resolutions from other entities in support of a tax on minimal-to-no nutritional value food items are attached hereto as Exhibit A.
- R. The Navajo Nation finds it is in the best interest of the Navajo Nation to amend Title 24 of the Navajo Nation Code and to enact the Healthy Dine Nation Act of 2014.

**Section 2. Amendments to Title 24 of the Navajo Nation Code**

The Navajo Nation hereby amends Title 24 of the Navajo Nation Code, 24 N.N.C. §§ 1001-1024, as follows:

## NAVAJO NATION CODE ANNOTATED

## TITLE 24. TAXATION

CHAPTER 11. HEALTHY DINE NATION ACT OF 2014**§1001 Short title**

The tax imposed by this Chapter shall be called the "Healthy Dine Nation Act of 2014".

**§1002. Purpose**

The Navajo Nation Council hereby enacts this tax for the privilege of engaging in retail business activity within the Navajo Nation, and for purposes of defraying necessary governmental expenses at the national and local level incurred in providing for the public welfare.

**§1003. Tax Imposed**

A tax is hereby imposed on the gross receipts of a person. The tax due for a period is determined by first calculating applicable gross receipts from all minimal-to-no nutritional value food items sold for a period, and then multiplying those gross receipts from all minimal-to-no nutritional value food items sold by the applicable tax rate. This tax shall be reviewed at the end of the calendar year 2020 for extension by the Navajo Nation Council

**§1004. Legal Incidence and Responsibility for Payment**

The person liable for the payment of the tax imposed by this Chapter is the person receiving the gross receipts from the sale of minimal-to-no nutritional value food item(s).

**§1005. Rate of Tax**

The rate shall be two percent (2%) of all minimal-to-no nutritional value food item(s) sold (.02 x all minimal-to-no nutritional value food item(s) sold).



**§1006. Administration**

All provisions of the Uniform Tax Administration Statute apply to this Chapter.

**§1007. Definitions**

Subject to additional definitions (if any) contained in the subsequent sections of this Chapter, and unless the context otherwise requires, in this Chapter:

A. "Community Wellness Projects" means Navajo Nation Chapter community-based, community-owned wellness projects to address improvements to the physical and social environment of the community because of the need to prevent and/or reduce the incidence of obesity and Type 2 Diabetes Mellitus. Projects may include: farming and vegetable gardens; greenhouses; farmers' markets; healthy convenience stores; clean water; clean communities; wellness/exercise equipment and supplies; skate parks; health classes; parks; traditional, intergenerational, and contemporary wellness; traditional and non-traditional healthy food preparation classes; food processing and storage facilities; health food initiatives; community food cooperatives; playgrounds; basketball courts; walking, running, biking trails; picnic grounds, swimming pools; emergency preparedness; agricultural, recreational, health, youth clubs; library; Navajo traditional craft classes, equine therapy, health coaching; and any other community-based wellness project to address improvements to physical and social environment of the community that are planned, implemented, directed, and reported by members of the Navajo Nation communities.

B. "Minimal-to-no nutrition a 1 value food" means sweetened beverages and prepackaged and non-prepackaged snacks stripped of essential nutrients and high in salt, saturated fat, and sugar including sweetened beverages, sweets, chips, and crisps.

- i. "Sweetened beverages // means a beverage, whether carbonated or noncarbonated in any form sold for human consumption. It shall include: soda; flavored water; sports drinks; energy drinks; fountain drinks; iced coffee; iced tea; flavored drinks; drinks containing sugar with natural fruit juice, natural vegetable juice, fruit juice, or vegetable juice; a powder, or base product as a liquid for sale.
- ii. "Sweets // means any preparation that has a high content of sugar, sometimes in combination with flour, milk, butter, shortening, eggs, dried fruits, nuts, etc., such as candy, frozen desserts, pastries, pudding and gelatin based desserts or baked and fried goods.
- iii. "Snack chips and Crisps" (sodium and saturated fat) means crispy type snack foods that are often fried, baked, or toasted, such as potato chips, tortilla chips, pi ta chips, or cheese puffs that are high in sodium and fat.
- iv. "Sugar" includes sugar confections limited to sucrose, dextrose, fructose, corn syrup, high-fructose corn syrup, dextrin, galactose, glucose, honey, lactose, fructose, other processed caloric sweeteners, and those derived from fruit juice.
- v. "Corn syrup" means syrup made from cornstarch, consisting of dextrose, maltose and dextrans.
- vi. "Sweetener" includes artificial sweetener, which includes aspartame, saccharin, sucralose, stevia, cyclamate, xylitol, mogrosides, and many others.
- vii. "Natura 1 fruit juice or fruit juice" means the original liquid resulting from the pressing of fruit, the liquid resulting from the reconstitution of fruit juice concentrate or the liquid resulting from the restoration of water to dehydrated fruit juice.

viii. "Natural vegetable juice or vegetable juice" means the original liquid resulting from the pressing of one or more vegetables. Liquid resulting from the reconstitution of vegetable juice concentrate or the liquid resulting from the restoration of water to dehydrated vegetable juice.

ix. "Powder or base product" means a solid mixture of basic ingredients, including sugar, used in making, mixing or compounding soft drinks by mixing the powder of other base product with water, ice syrup, simple or any other beverage.

x. "Candy" means snacks prepared of sugar, honey, salt, saturated fat, other natural or artificial sweeteners in combination with chocolate; dried fruits; fudge; marshmallows; nuts; mints; peanut brittle; white flour; other ingredients or flavorings in many forms such as soft, hard, bars, drops, liquid, spray, floss, carbonated, crystallized, tape, paper, thread, chewy, jelly, gum, powder or pieces.

xi. "Frozen desserts" means any sweet item made by freezing liquid or semisolids, based on naturally and/or artificially flavored water, fruit purees, dairy or dairy substitutes, custards; combined with fruits, nuts, candy, sweets, or other ingredients.

xii. "Pastries" consist of any mixed, baked, or fried products made primarily but not exclusively from any form of flour, sugar, artificial sweeteners, dairy, shortening, oil, butter, baking powder, nuts, fruits, eggs, jelly, and other filling ingredients.

xiii. "Pudding and gelatin based desserts" means any soft, colorful or colorless, sweet preparation based, which could include dairy, eggs, sugar, or other sweeteners, collagen, cornstarch, or any other flavorings.

xiv. "Baked and fried goods" means baked or fried dough, batter, mixes, and decoration products such as cakes, cookies, and pastries that are high in saturated fat and/or sugar.

#### **§1008 Navajo Nation Government**

A. Sales by corporations owned by the Navajo Nation government or any political subdivision thereof shall be fully subject to the tax imposed by this Chapter.

B. Sales by the government of the Navajo Nation, or political subdivisions or enterprises thereof, shall be subject to the tax imposed by this Chapter.

#### **§1009. Reserved**

#### **§1011. Reserved**

#### **§1012. Filing of Return**

A. Each person must file a return indicating all sales from applicable gross receipts and the tax due under this Chapter for each period by the fifteenth day of the second month after the end of each calendar quarter. Returns are due on February 15, May 15, August 15, and November 15 of each calendar year.

B. The Commission may by form or regulation require that other information, records or relevant documents which it deems necessary for the proper and efficient administration of this Chapter be included with the return and signed by a specified person.

C. No return need be filed by any person who is exempt under §609, provided that the Office of the Navajo Tax Commission may require such person to file the information necessary to establish its exempt status.

D. In the case of the exemption provided for in §609 (A), the filing by a person of a proper certificate of exemption with the Office of the Navajo Tax /Commission shall constitute a claim for exemption.

### **§1013. Payment of Tax**

Payment in full of the taxes owed for a particular period is due on the same date that the completed return for that same period is due. The Office of the Navajo Tax Commission, however, may require payment of any taxes due on a monthly basis.

### **§1014. Recordkeeping**

A. Each person shall keep all records which pertain to or relate in any manner to all sales from any business activity engaged in at any time by such person. Such records shall be maintained separately for each reporting period during which a person is engaged in business activity.

B. Records required to be kept must be preserved for four years beyond the end of the period for which the records relate.

**§1015. Reserved**

**§1016. Reserved**

**§1017. Reserved**

**§1018. Reserved**

**§1019. Reserved**

**§1020. Allocation of Revenue**

After allocation to permanent or special revenue funds as required by Navajo Nation law, and allocation to the Tax Administration Suspense Fund as required by the fiscal policy adopted by the Navajo Tax Commission for such Fund, the net revenue from this Chapter shall be disbursed as follows:

A. One hundred percent (100%) of the Healthy Dine Nation

Act of 2014 revenue collected from retail establishments located in the Navajo Nation shall be deposited into the Community Wellness Development Projects Fund to be appropriated pursuant to a fund management plan approved by the Budget and Finance Committee and administered by the Division of Community Development; and

B. The Division shall disburse the funds to the chapters as seed money for leverage to initiate, match, and/or improve community wellness projects.

**1021 No Conflict with Local Governance Act**

The provisions of this Chapter and corresponding regulation shall not be construed inconsistently with the Local Governance Act, 26 N.N.C §§ 1-2008.

**§1022. Severability**

If any provision of this Chapter, as amended, or its application to any person or circumstance, is held invalid by a final judgment of a court of competent jurisdiction, the invalidity shall not affect other provisions or applications of the Chapter which can be given effect without the invalid provision or application, and to this end, the provisions of this Chapter are severable.

**§1023. Reserved****§1024. Repeals**

All laws or parts of laws (or attachments thereto) which are inconsistent with the provisions of this Chapter are hereby repealed, including, without limitation, any law purporting to waive any right of taxation by the Navajo Nation.

**Section 3. Development of a Fund Management Plan**

The Division of Community Development is hereby directed to develop a Community Wellness Development Projects Fund Management Plan.

**Section 4. Effective Date**

The amendments enacted herein shall be effective pursuant to 2 N.N.C. §221(6), and after the Navajo Tax Commission has promulgated the regulations, but no later than October 1, 2014.

**Section 5. Codification**

The provisions of the Act which amend or adopt new sections of the Navajo Nation Code shall be codified by the Office of Legislative Counsel. The Office of Legislative Counsel shall incorporate such amended provisions in the next codification of the Navajo Nation Code.

**Section 6. Savings Clause**

Should any portion of the amendment enacted herein be determined invalid by the Navajo Nation Supreme Court, or the District Court of the Navajo Nation, without appeal to the Navajo Nation Supreme Court, those portions not determined invalid shall remain in law of the Navajo Nation.

**CERTIFICATION**

I hereby certify that the foregoing resolution was duly considered by the Navajo Nation Council at a duly called meeting in Window Rock, Navajo Nation (Arizona) at which a quorum was present and that the same was passed by a vote of 10 in favor and 4 opposed, this 14th day of November 2014.



## ภาคผนวก ข

พระราชบัญญัติการจัดเก็บภาษีจากสินค้าและบริการพิเศษของประเทศเม็กซิโก  
 (LEY DEL IMPUESTO ESPECIAL SOBRE PRODUCCIÓN Y SERVICIOS  
 Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación  
 el 30 de diciembre de 1980)

## TEXTO VIGENTE

Última reforma publicada DOF 18-11-2015

Cuotas actualizadas por Acuerdo DOF 24-12-2015

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.-  
 Presidencia de la República.

JOSE LOPEZ PORTILLO, Presidente Constitucional de los Estados Mexicanos, a sus  
 habitantes, sabed:

Que el H. Congreso de la Unión se ha servido dirigirme el siguiente

## DECRETO:

El Congreso de los Estados Unidos Mexicanos decreta:

## LEY DEL IMPUESTO ESPECIAL SOBRE PRODUCCION Y SERVICIOS

## TITULO I

## CAPITULO I

## Disposiciones Generales

**Artículo 1o.-** Están obligadas al pago del impuesto establecido en esta Ley, las  
 personas físicas y las morales que realicen los actos o actividades siguientes:

I. La enajenación en territorio nacional o, en su caso, la importación de los bienes señalados en esta Ley. Para efectos de la presente Ley se considera importación la introducción al país de bienes.

II. La prestación de los servicios señalados en esta Ley.

El impuesto se calculará aplicando a los valores a que se refiere este ordenamiento, la tasa que para cada bien o servicio establece el artículo 2o. del mismo o, en su caso, la cuota establecida en esta Ley.

La Federación, el Distrito Federal, los Estados, los Municipios, los organismos descentralizados o cualquier otra persona, aunque conforme a otras leyes o decretos no causen impuestos federales o estén exentos de ellos, deberán aceptar la traslación del impuesto especial sobre producción y servicios y, en su caso, pagarlo y trasladarlo, de acuerdo con los preceptos de esta Ley.

El impuesto a que hace referencia esta Ley no se considera violatorio de precios o tarifas, incluyendo los oficiales.

**Artículo 2o.-** Al valor de los actos o actividades que a continuación se señalan, se aplicarán las tasas y cuotas siguientes:

- I. En la enajenación o, en su caso, en la importación de los siguientes bienes:
- F) Bebidas energizantes, así como concentrados, polvos y jarabes para preparar bebidas energizante 25%
- G) Bebidas saborizadas; concentrados, polvos, jarabes, esencias o extractos de sabores, que al diluirse permitan obtener bebidas saborizadas; y jarabes o concentrados para preparar bebidas saborizadas que se expendan en envases abiertos utilizando aparatos automáticos, eléctricos o mecánicos, siempre que los bienes a que se refiere este inciso contengan cualquier tipo de azúcares añadidos.

La cuota aplicable será de \$1.00 por litro. Tratándose de concentrados, polvos, jarabes, esencias o extractos de sabores, el impuesto se calculará tomando en cuenta el número de litros de bebidas saborizadas que, de conformidad con las especificaciones del fabricante, se puedan obtener.

Lo dispuesto en este inciso también será aplicable a los bienes mencionados en el inciso F) de esta fracción, cuando contengan azúcares añadidos, en adición al impuesto establecido en dicho inciso F).

La cuota a que se refiere este inciso se actualizará conforme a lo dispuesto por el sexto y séptimo párrafos del artículo 17-A del Código Fiscal de la Federación.

J) Alimentos no básicos que se listan a continuación, con una densidad calórica de 275 kilocalorías o mayor por cada 100 gramos 8%

1. Botanas.
2. Productos de confitería.
3. Chocolate y demás productos derivados del cacao.
4. Flanes y pudines.
5. Dulces de frutas y hortalizas.
6. Cremas de cacahuete y avellanas.
7. Dulces de leche.
8. Alimentos preparados a base de cereales.
9. Helados, nieves y paletas de hielo.

Cuando los alimentos mencionados cumplan con las disposiciones relativas a las especificaciones generales de etiquetado para alimentos, los contribuyentes podrán tomar en consideración las kilocalorías manifestadas en la etiqueta. Tratándose de alimentos que no tengan la etiqueta mencionada, se presumirá, salvo prueba en contrario, que tienen una densidad calórica igual o superior a 275 kilocalorías por cada 100 gramos. El Servicio de Administración Tributaria, mediante reglas de carácter general, dará a conocer los alimentos de consumo básico, considerando su importancia en la alimentación de la población, que no quedan comprendidos en este inciso