

การก่อดันโยบายของรฐไทยในการจ้ดเก้บภาษีกระเป้าแบรด์เนม

ออนไลน์ ปี พ.ศ. 2562

Formation of Thai government policy of taxation online

brandname bag in 2019

สุธาทิพย์ หรรษาพันธุ์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการก่อดันโยบายของรฐไทยในการจ้ดเก้บภาษีกระเป้าแบรด์เนมออนไลน์ ปีพ.ศ. 2562 โดยจ้ดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุในการกำหนดนโยบายและศึกษาขั้นตอนการก่อดัของนโยบายของรฐไทยในการจ้ดเก้บภาษีกระเป้าแบรด์เนมออนไลน์ ปี 2562 ซึ่งผู้วิจัยได้ทาการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดรวม 10 คน ผู้ประกอบการและผู้บริโภคกระเป้าแบรด์เนมออนไลน์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพภายใต้กรอบแนวคิดทางรัฐศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาการจ้ดเก้บภาษีกระเป้าแบรด์เนมออนไลน์ได้ทำให้รฐไทยสูญเสียรายได้มหาศาล มีช่องโหว่ในการนำเอาสินค้าที่ไม่เสียภาษีเข้าในประเทศไทย ในด้านกฎหมายและแนวทางการปฏิบัติไม่มีความรัดกุม เป็นการสุ่มตรวจของเจ้าหน้าที่กรมศุลกากร นอกจากนี้ยังไม่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนที่ประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชน รับทราบ ทำให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสารที่ผลิตพลาด จนนำไปสู่ความบกพร่องของนโยบาย

คำสำคัญ : การก่อดัของนโยบาย ภาษี กระเป้าแบรด์เนม

¹ บทความนี้เรียบเรียงจากการค้นคว้าอิสระเรื่องการประเมินผลนโยบายการจัดระเบียบจ้กรยานยนต์สาธารณะ เขตพระนครกรุงเทพมหานคร

Abstract

This research aims to study the Thai government's policy formation in taxing brand name bags in E-commerce and Online Selling in 2019. Studying the Origin and Process of The Policy formation since 2019, by interviewed 10 key informants, includes the entrepreneurs and consumers of online brand name bags. This is a qualitative research under the political science idea. The studied found that the Online Selling especially on brand name bags has cost the Government huge income loss. Because there are loopholes in bringing non - taxable products into Thailand. And In terms of laws and practices there still don't have Guideline or the process of checking. But use a random inspection by the customs officer. and lack of announcing and publications to the publics that lead to communication problems. and the error in the policy.

Keywords: Policy Formation, Taxation, Brand Name Bags

บทนำ

จากร่างยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-พ.ศ.2579) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมให้คนทุกกลุ่มในสังคมด้านกระจายการถือครองทรัพย์สินให้มีความเป็นธรรม เพื่อสร้างความมั่นคงให้แก่ประชาชนทุกกลุ่มโดยการปฏิรูประบบภาษีเพื่อสร้างความเสมอภาคและการกระจายทรัพยากร เช่น การพิจารณาปรับรายการหักลดหย่อนภาษีเงินได้

นิติบุคคล การขยายฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาการปรับลดการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้มีรายได้สูงการปรับอัตราภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง การจัดเก็บภาษีมรดกและขยายการจัดเก็บภาษีที่เกี่ยวข้องกับ การถือครองทรัพย์สิน เป็นต้น รวมทั้งการมีมาตรการ สนับสนุนให้ประชาชนมีที่ดินหากินเป็นของตนเอง ซึ่งจะช่วย ยกระดับความมั่นคงในการดำรงชีวิตของประชาชน (ยุทธนา ศรีสวัสดิ์ , 2560, ออนไลน์)

ในแง่ความหมายของภาษี คือ ภาระที่ประชาชนมีหน้าที่ต้องนาส่งให้ภาครัฐ ตามที่กฎหมายกำหนดเพื่อสนับสนุนรัฐและกิจการของรัฐโดยอยู่ในรูปแบบของเงินหรือไม่ก็ได้ (ยุทธนา ศรีสวัสดิ์ ,2560, ออนไลน์)เงินที่รัฐบังคับจัดเก็บจากประชาชนโดยที่ประชาชนมิได้รับสิ่งใดตอบแทนโดยตรงจากรัฐ แต่จะได้รับการตอบแทนทางอ้อม โดยรัฐจะจัดในรูปแบบการบริการสาธารณะหรือสิ่งสาธารณูปโภคต่างๆ โดยปัจจุบัน ราชอาณาจักรไทยได้มีการจัดเก็บภาษีอากร 2 ลักษณะ คือ (ยุทธนา ศรีสวัสดิ์ , 2560, ออนไลน์) ภาษีทางตรง ภาษีที่ผูกประเมิน และถูกจัดเก็บจากบุคคลซึ่งกฎหมายประสงค์ จะให้แบกรับภาระภาษีดังกล่าว เช่น ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีทางอ้อม คือ ภาษีซึ่งจัดเก็บจากผู้เสียภาษีโดยมีจุดมุ่งหมายว่าภาษีนั้นควรที่จะถูกส่งต่อหรือผลักภาระไปให้ผู้อื่น เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ เป็นต้น (จิรศักดิ์ รอดจันทร์ , 2555)

ปัจจุบันโลกของเราเป็นโลกของโลกาภิวัตน์ อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาท ในชีวิตประจำวันนั้นโลกเหล่านี้ทำให้เกิดเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย และไร้พรมแดน พบว่าพฤติกรรมของผู้ซื้อเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่ต้องไปเดินห้าง ต้องบินไปต่างประเทศ ต้องได้เห็นสินค้าของจริง เป็นจุดเริ่มต้นของ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หรือ E Commerce (บริษัทอาทุนไทย, 2563, ออนไลน์)E-

Commerce ย่อมาจากคำว่า Electronic Commerce แปลเป็นภาษาไทยได้ว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือการทำธุรกรรมโดยซื้อขายสินค้าหรือโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่นิยมคือวิทยุ โทรศัพท์ และที่มีการใช้งานมากที่สุดในปัจจุบันก็คืออินเทอร์เน็ต โดยสามารถใช้ทั้งข้อความเสียง ภาพ และคลิปวิดีโอในการทำธุรกรรมได้ การทำธุรกรรมแบบ E-commerce สามารถเข้าถึงลูกค้าได้กว้างขวางและทำให้ลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินการได้เป็นอย่างดี (บริษัท อาอูนไทย, 2563,ออนไลน์) จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาปรากฏว่าการซื้อของออนไลน์ทำให้ประเทศไทยเสียรายได้จากการจัดเก็บภาษีมหาศาล จนกระทั่งจึงเกิดนโยบายการเก็บภาษีกระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงอยากทราบถึงที่มาและการก่อตัวของนโยบายการจัดเก็บภาษีกระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุในการกำหนดนโยบายการจัดเก็บภาษีกระเป๋ากระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ ปี พ.ศ.2562
2. เพื่อศึกษาขั้นตอนการก่อตัวของนโยบายของประเทศไทยในการจัดเก็บภาษีกระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ ปี 2562

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษาต่าง ๆ ดังนี้ ขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านประชากร ขอบเขตด้านเวลา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อเพื่อสาเหตุและขั้นตอนการก่อตัวของการกำหนดนโยบายการจัดเก็บภาษีกระเป๋ากะเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ ปี พ.ศ.2557 – 2562 งานวิจัยฉบับนี้มุ่งจะศึกษาการจัดเก็บภาษีกระเป๋ากะเป๋าแบรนด์เนมโดยเริ่มจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีนโยบายการจัดเก็บภาษี แนวคิดทฤษฎีการจัดเก็บภาษีการค้า แนวคิดทฤษฎีภาษีออนไลน์ แนวคิดทฤษฎีตัวแบบชนชั้นนำ (EliteModel) อีกทั้งแนวคิดในการริเริ่มที่จะจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มกระเป๋ากะเป๋าแบรนด์เนม

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม สัมภาษณ์ กลุ่มผู้ประกอบการ 5 คนและผู้บริโภค 5 คน

3. ขอบเขตด้านเวลา

การดำเนินงานครั้งนี้ดำเนินการใน ปีการศึกษา 2563 ใช้เวลาในการศึกษา 2 เดือน คือ ตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 ถึง 1 เมษายน 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสาเหตุในการกำหนดนโยบายการจัดเก็บภาษีกระเป๋ากะเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ ปี 2562

2. ทำให้ทราบถึงขั้นตอนการก่อตัวของนโยบายของรัฐบาลไทยในการจัดเก็บภาษีกระเป๋ากะเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ ปี พ.ศ. 2562

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการก่อตัวของนโยบาย การศึกษาการก่อรูปนโยบายต้องเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ลักษณะสภาพของปัญหา สาธารณะให้ชัดเจนเพื่อให้มั่นใจว่า ปัญหาที่กำลังปรากฏอยู่นั้นเป็นปัญหาอะไร เกิดขึ้นกับคนกลุ่มใด และมี

ผลกระทบต่อสังคมอย่างไร รวมทั้งต้องการความแรงดวนในการแก้ไขปัญหาคะไหนด และประชาชนในสังคมต้องการให้แก้ไขปัญหานั้นอย่างไร ถ้าไม่แก้ไขจะเกิดผลอย่างไร และถ้ารัฐบาลเข้าไปแก้ไขใครจะเป็นผู้ได้และเสียประโยชน์ ผลกระทบที่เกิดจากการแก้ไขตรงตามทีคาดหวังหรือไม่ ใครเป็นผู้รับผิดชอบในการนำไปปฏิบัติต้องให้ทรัพยากรอะไรบ้างการระบุนปัญหา ทีชัดเจนจะเป็นพื้นฐานในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการแก้ไข ปัญหาให้สอดคล้อง กับสภาพปัญหา (ชฎาพร จิตศิลป์, 2554, ออนไลน์)

2. แนวคิดทฤษฎีทีเกี่ยวข้องกับนโยบายการจัดเก็บภาษี

1) ภาษีอากรเป็นสิ่งที่รัฐบาลบังคับจัดเก็บจากประชาชน กล่าวคือ ภาษีอากรจะต้องมีลักษณะบังคับ ไม่ว่าประชาชนจะสมัครใจหรือไม่ก็ตามไม่ใช้สิ่งที่ประชาชนจะเลือกได้

2) ภาษีอากรเป็นภาษีที่รัฐบาลเก็บมาเพื่อเป็นประโยชน์สาธารณะให้กับสังคม โดยส่วนรวมมิใช่เพื่อผู้ใดผู้หนึ่งโดยเฉพาะ เช่น นำมาสร้างสาธารณูปโภค การศึกษา การสาธารณสุข และการป้องกันประเทศไปสู่ความเจริญทัดเทียมนานาอารยประเทศ

3) ผู้เสียภาษีอากรไม่ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนโดยตรงจากภาษีที่ตนได้จ่ายไปแต่การเก็บภาษีนั้้นอาจตอบแทนกลับมาในรูปแบบอย่างอื่น ซึ่งถือเป็นการได้รับประโยชน์ทางอ้อม เช่น การได้นับบริการบางอย่างของรัฐ โดยประโยชน์ที่ได้รับนี้ไม่จำเป็นต้องเท่าเทียมกัน ผู้เสียภาษีน้อยก็อาจมีโอกาศได้รับประโยชน์ตอบแทนจากรัฐมากหรือเท่าเทียมหรือมากกว่าผู้เสียภาษีมากก็ได้ขึ้นอยู่กับนโยบายผลประโยชน์ตอบแทนของรัฐในขณะนั้น (กรมสรรพากร, 2563, ออนไลน์)

3. แนวคิดทฤษฎีทีเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีการค้า ผู้ประกอบการทีมีหน้าที่ต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยปกติจะต้องยื่นคางจดทะเบียน วันเริ่มประกอบกิจการ หรือภายใน 30วันนับแต่วันที่มีรายรับเกินเกณฑ์ที่กำหนด อยางไรก็

ตาม กรณีผู้ประกอบการซึ่งจะเริ่มประกอบกิจการขายสินค้าและบริการที่อยู่ในบังคับ ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม มีสิทธิยื่นคำขอจดทะเบียนได้ภายในกำหนด 6 เดือน ก่อนวัน เริ่มประกอบกิจการได้หากพิสูจน์ได้ว่าได้ มีการดำเนินการและเตรียมการประกอบ กิจการอันเป็นเหตุให้ต้องมีการซื้อสินค้า หรือรับบริการที่อยู่ ในบังคับต้องเสีย ภาษีมูลค่าเพิ่ม เช่น การก่อสร้าง โรงงาน ก่อสร้างอาคารสำนักงาน หรือการติดตั้ง เครื่องจักร สถานที่และการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ยื่นคำขอจดทะเบียน ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.01) ได้ที่ (กรมสรรพากร, 2563, ออนไลน์)

4. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาษีออนไลน์ ในปัจจุบันร้านค้าออนไลน์ได้รับความนิยมนิยมเพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเทคโนโลยี การสื่อสารเอื้อให้การเข้าถึงกลุ่ม ผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมากและง่ายในเวลาอันรวดเร็ว อีกทั้งผู้ขาย สามารถประกอบ กิจการได้ทุกเวลาจากทุกที่ที่มีสัญญาณเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และยังช่วยประหยัด ต้นทุนไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแรงงานเนื่องจากสามารถดำเนินงานได้ด้วยตนเอง และไม่ จำเป็นต้องมีหน้า ร้านก็สามารถขายสินค้าได้จึงส่งผลให้ใช้เงินลงทุนในจำนวนที่ต่างเมื่อ เทียบกับการประกอบธุรกิจแบบมี หน้าร้านในแบบดั้งเดิม ส่วนในด้านของผู้ซื้อ การซื้อ สินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์เป็นช่องทางที่เพิ่มขึ้นใน การสั่งซื้อสินค้า และผู้ซื้อยังสามารถ ชำระค่าสินค้าได้หลายช่องทาง รวมถึงมีบริการส่งสินค้าถึงมือของ ผู้บริโภค (วันรบ บุญ ธรรม, 2554)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธวัชรรัตน์ เชื้อวงศ์บุญ ,พามดา ชูฒยากร ,ชีพร อินแสง (2560) บทความนี้ มุ่งเน้นในการแสดงภาพของตลาดในยุคดิจิทัล โดยขอบเขตของบทความชิ้นนี้คือ การศึกษาปรากฏการณ์ของตลาดที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มในปี 2560 บทความนี้แสดงให้เห็นถึงการเกิดขึ้น ของตลาดและลักษณะของตลาดออนไลน์บนแพลตฟอร์มที่มี

ลักษณะเฉพาะ ซึ่งการเกิดขึ้นและการเติบโตของ ตลาดออนไลน์บนเฟซบุ๊กนั้นเกิดจากปรากฏการณ์เชิงสังคมที่เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัล ที่ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป

Chandarasorn (Chandarasorn อ้างอิงถึง สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2559, ออนไลน์) ได้ศึกษาสาเหตุของการยินยอมจ่ายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของคนไทย โดยผลการวิจัยจากการใช้แบบสอบถามประชากรในกรุงเทพมหานคร 1,148 คน เพื่อทดสอบสาเหตุ การยินยอมจ่ายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจแจ้งรายได้อย่างถูกต้อง ของคนไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) การรับรู้ว่าจะระบบภาษีมีความเป็นธรรม 2) การรับรู้ว่าการบังคับใช้การลงโทษของกฎหมาย และ 3) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการชำระภาษีอากรในขณะที่สมมติฐานที่ว่าการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพของรัฐบาลจะทำให้คนยินยอมจ่ายภาษีมากขึ้น นั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

วีรศักดิ์ เครือเทพ (วีรศักดิ์ เครือเทพ อ้างอิงถึง สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2559, ออนไลน์) ได้ทำการศึกษาวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดเก็บ ภาษีของรัฐบาลซึ่งเสนอแนะว่า ควรลดความซับซ้อนของโครงสร้างภาษีควบคู่ไปกับการปรับปรุง ระบบภาษีและขั้นตอนการปฏิบัติเพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้เสียภาษี พร้อมทั้ง นาเทคโนโลยี สารสนเทศมาใช้ในการตลอดกระบวนการจัดเก็บภาษี ตั้งแต่การสร้างความรู้ความเข้าใจ ขั้นตอนการยื่น และชำระภาษีไปจนถึงการติดตามตรวจสอบพฤติกรรมผู้เสียภาษีได้น้อย

จันทร์สาข (เดือนน้อย จันทร์สาข อ้างอิงถึง สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2559, ออนไลน์) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสียภาษีของเทศบาลเมืองมุกดาหาร ซึ่งพบว่าความเต็มใจที่จะจ่ายภาษีขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ 1)

ความตระหนักในหน้าที่และความสำคัญ ของการเสียภาษี 2) ประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีและการใช้ไปของรายจ่ายรัฐบาล 3)ความเป็นธรรมของ ระบบภาษีอากร โดยเปรียบเทียบ และ 4) มีบทลงโทษที่เหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การก่อตัวนโยบายของรัฐบาลไทยในการจัดเก็บภาษีกระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ปี พ.ศ. 2562 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสาเหตุและขั้นตอนการก่อตัวของนโยบายของรัฐบาลไทยในการจัดเก็บภาษีกระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ ปี พ.ศ. 2562

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม ผู้วิจัยได้บันทึกเสียงจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 10 คน จากการสัมภาษณ์ ผ่าน Email line และบันทึกเสียง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย ข้อมูลจากการขอมูลการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง มาศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการนำเสนอแบบพรรณนา

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สาเหตุในการกำหนดนโยบายการจัดเก็บภาษีกระเป๋ากระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ ปี พ.ศ.2559 – 2562

สาเหตุในการกำหนดนโยบายการจัดเก็บภาษีกระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ ปี พ.ศ.2559 –2562 พบว่า การเดินทางต่างประเทศจะส่งผลให้มีการซื้อสินค้าต่าง ๆ กลับมายังประเทศไทยและจะมีการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%(VAT) เนื่องจากปัจจุบันมี

ผู้ที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์จากต่างประเทศมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีการหลบเลี่ยงการจ่ายภาษีเป็นจำนวนมาก โดยจะเริ่มการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มการนำเข้าสินค้าออนไลน์จากต่างประเทศ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2562 โดยสามารถแบ่งกลุ่มสำหรับคนที่สั่งซื้อสินค้าราคาต่ำกว่า 1,500 บาท เพื่อนำมาใช้ส่วนตัวเป็นของตนเองจะได้รับยกเว้นภาษีสำหรับนำเข้ามาเพื่อค้าขาย ถึงแม้จะต่ำกว่าราคา 1,500 บาท จะต้องเสียภาษีทั้งหมดไม่มียกเว้น โดยที่ผู้โดยสารได้รับยกเว้นอากรสำหรับของส่วนตัวเพื่อใช้เอง หรือใช้ในวิชาชีพ มูลค่าไม่เกิน 20,000 บาทและต้องไม่เป็นของต้องห้าม และของต้องมียกเว้นได้แก่ ยาและอาหารเสริม สัตว์เลี้ยงเครื่องสำอาง อาวุธปืน พืช และโครอน สำหรับผู้โดยสารที่นำของที่มีมูลค่าเกิน 20,000 บาท หรือของที่เป็นลักษณะเชิงพาณิชย์ถึงแม้จะมีมูลค่าไม่เกิน 20,000 บาท ต้องเสียภาษีอากร ปัจจุบันรัฐบาลจึงมีนโยบายที่จะปราบปรามสินค้าแบรนด์อย่างเข้มข้น เพื่อตัดตอนผู้กระทำความผิด เพิ่มรายได้ให้กับรัฐบาล และสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้ประกอบการในประเทศที่ต้องสูญเสียเม็ดเงินจากพวกลักลอบนำเข้าของเถื่อน สินค้าหนีภาษีที่ทะลักเข้าประเทศไทยในช่วงนี้ เกิดจาก “เงินบาทแข็งค่า” ซึ่งเรื่องดังกล่าวนอกจากกระทบกับผู้ส่งออกและภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศแล้ว ยังส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) ปรับตัวลดลงด้วย จากกรณีดังกล่าวส่งผลให้กลุ่มคนที่มีความต้องการสินค้าแบรนด์เนมสูงขึ้น เพราะจากเดิมหากต้องการซื้อกระเป๋าหรู ราคา 2,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ผู้ซื้อต้องควักเงินบาท 84,000 บาท (42 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ) แต่ปัจจุบัน กระเป๋าใบเดียวกัน ราคาเท่ากัน จะใช้เงินเพียง 64,000 บาท (32 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ) ถูกลง 20,000 บาท เป็นปัญหาระดับชาติ เพราะธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ที่ดูแลค่าเงินบาทโดยตรง ยังทำอะไรไม่ได้เลย เงินบาทที่แข็งค่าขึ้นก็ยิ่งจูงใจให้อยากเป็นเจ้าของสินค้าแบรนด์เนมหรูมากยิ่งขึ้นเท่านั้น

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการก่อตัวของนโยบายของรัฐไทยในการจัดเก็บภาษี กระเป๋าสตางค์ออนไลน์ ปี 2562

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูล ขั้นตอนการก่อตัวของนโยบายของรัฐไทยในการจัดเก็บภาษีกระเป๋าสตางค์ออนไลน์ ปี 2562 การก่อตัวนโยบายสาธารณะ จึงเริ่มต้นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนโยบาย (ตระหนักและระบุปัญหา กลั่นกรองปัญหา จัดระเบียบวาระนโยบาย กำหนดวัตถุประสงค์ประเทศไทยใช้ระบบให้ผู้โดยสารพิจารณาตัวเอง ถ้าคิดว่าของที่มีอยู่ต้องเสียภาษี เป็นของที่ซื้อมาเพื่อการค้า ก็ต้องเดินเข้าช่องสีแดง แต่ถ้ามันใจว่าของที่มีอยู่ไม่ต้องเสียภาษี ก็เดินเข้าช่องสีเขียวไปได้เลยซึ่งเป็นการคัดแยกในระดับหนึ่งของรัฐ สำหรับผู้โดยสารขาเข้าประเทศ ที่เดินทางกลับมาเข้าสู่ประเทศไทย ตามขั้นตอนแล้ว หลังจากลงจากเครื่องบินก็จะมาผ่านด่านสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง จากนั้นก็จะมาขึ้นรถรับกระเป๋าของตัวเอง เมื่อได้กระเป๋าแล้ว ก็จะมาถึงด่านศุลกากรโดยมีช่องเขียวคือ ไม่มีของต้องสาแดง คนที่จะเดินผ่านช่องนี้ ต้องมั่นใจว่ามีของใช้ส่วนตัวไม่เกิน 2 หมิ่นบาท และไม่มีเป็นของเพื่อการค้า แต่ถ้าไม่ใช่สินค้าเหล่านี้ผู้โดยสารต้องเดินเข้าช่องแดง การตีราคานั้นกรมศุลกากรจะดูตามใบเสร็จที่มี แต่ถ้าไม่มีใบเสร็จ ก็จะทำให้ความเป็นธรรมด้วยการเทียบเคียงกับคนอื่นที่นำของชนิดเดียวกันเข้ามา ดูผ่านเว็บขายของที่เหมือนกัน หรือ กรมศุลกากร ดูจากฐานข้อมูลราคา โดยเจ้าหน้าที่กรมศุลกากรใช้วิธีการสุ่มตรวจ อาจจะไม่ได้โดนทุกคน ถือว่าถ้าเข้าไปในช่องเขียวแล้วมีของที่ต้องเสียภาษีถือว่ามีความเสี่ยงภาษี กรณีนี้ถ้าตรวจพบในช่องเขียวเจ้าหน้าที่ต้องยึดของเหล่านั้น จับกุมดำเนินคดี เมื่อคดีถึงที่สุด ก็จะจำหน่ายขายทอดตลาด ถ้าเป็นของละเมิดลิขสิทธิ์ ของต้องห้าม ก็จะทำลายทิ้ง เพราะเป็นสิ่งที่สร้างความเสียหายต่อประเทศ ส่วนเงินที่ได้จากการขายก็จะนำมาเป็นของแผ่นดิน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการก่อดัชนีนโยบายของรัฐไทยในการจัดเก็บภาษีกระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ ปี พ.ศ. 2562 โดยผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่พบจากการศึกษา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การก่อดัชนีของนโยบายของรัฐไทยในการจัดเก็บภาษีกระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์

การก่อดัชนีของนโยบายในการจัดเก็บภาษีกระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ เกิดจากปัญหาที่ก่อดัชนีมาเป็นปัญหาสาธารณะ เกิดผลกระทบเป็นวงกว้างต่อประชาชนในสังคมเรื่องการจัดเก็บภาษีทำให้รัฐสูญเสียรายได้จากกรมศุลกากรอย่างมหาศาลเป็นการเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ลักษณะสภาพของปัญหา สาธารณะให้ชัดเจนเพื่อให้มั่นใจว่า ปัญหาที่กำลังปรากฏอยู่นั้นเป็นปัญหาอะไร เกิดขึ้นกับคนกลุ่มใด และมีผลกระทบต่อสังคมอย่างไร รวมทั้งต้องการความแรงดันในการแก้ไขปัญหาคำไหน และประชาชนในสังคมต้องการให้แก้ไขปัญหานี้ได้อย่างไร ถ้าไม่แก้ไขจะเกิดผลอย่างไร และถ้ารัฐบาลเข้าไปแก้ไขใครจะเป็นผู้ได้และเสียประโยชน์ ผลกระทบที่เกิดจากการแก้ไขตรงตามที่คาดหวังหรือไม่ ใครเป็นผู้รับผิดชอบในการนำไปปฏิบัติต้องใช้ทรัพยากรอะไรบ้างการระบุปัญหา ที่ชัดเจนจะเป็นพื้นฐานในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการแก้ไขปัญหามาให้สอดคล้องกับสภาพปัญหา (ชวภาพร จิตศิลป์, 2554, ออนไลน์)

เมื่อพิจารณาถึงประเด็นทั้งหมดแล้วจึงเกิดเป็นการก่อดัชนีของนโยบายในการจัดเก็บกระเป๋าแบรนด์เนมออนไลน์ขึ้น เริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีประกอบกับการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของ ผู้บริโภค ผู้ขายหรือผู้ประกอบการจึงเห็นถึงความเป็นไปได้ในการสร้างรายได้อันเกิดจากการเห็นถึง ความนิยมของผู้บริโภคต่อร้านค้าออนไลน์ในปัจจุบัน ความสะดวกรวดเร็วในการทำการ

ค้า ต้นทุนที่ต่ำ และใช้เงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจน้อย ธุรกิจร้านค้าออนไลน์จึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและเพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากในปี 2559 มีผู้ค้าออนไลน์ในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 527,324 ราย และมีมูลค่ารวมกว่า 2.52 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่าขายสินค้าและบริการทั้งหมด ซึ่งชัดเจนว่าจำนวนผู้ค้าออนไลน์ที่มีเป็น จำนวนมากและมูลค่าการซื้อขายที่สูงระดับล้านล้านบาทนั้น แสดงให้เห็นถึงความนิยมในธุรกิจร้านค้า ออนไลน์ทั้งด้านผู้ซื้อและผู้ขายสูงมาก อันเป็นช่องว่างในการจัดเก็บภาษีที่ทำให้ภาครัฐเสียรายได้มหาศาลที่ยังกระทบต่อเจ้าของลิขสิทธิ์ที่ได้มาเปิดในประเทศไทยเพื่อจัดจำหน่ายสินค้า (Lazada Thailand, 2560)

ในงานวิจัยของ ธวัชรัตน์ เชื้อวงศ์บุญ ,พามดา ชูขุฒยากร ,ชีวพร อินแสง (2560) ได้ศึกษาเรื่องปรากฏการณ์ของตลาดที่เกิดขึ้นบนเฟซบุ๊กในปี 2560 บทความนี้แสดงให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดและลักษณะของตลาดออนไลน์บนเฟซบุ๊กที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งการเกิดขึ้นและการเติบโตของ ตลาดออนไลน์บนเฟซบุ๊กนั้นเกิดจากปรากฏการณ์เชิงสังคมที่เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าว กระโดดของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัล ที่ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป การเติบโตของตลาดที่ส่งผลให้เกิดธุรกรรมการซื้อขายขนาดย่อยที่มีปริมาณมากหรือเม็ดเงิน มูลค่ามหาศาลในตลาดที่คล้ายจะเป็นผลต่อการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในประเทศไทย แต่ กลับทำให้ภาครัฐนั้นประสบปัญหาในการจัดเก็บภาษี

นอกจากนี้ในงานวิจัยของ Chandarasorn (Chandarasorn อ้างอิงถึง สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2559, ออนไลน์) ได้ศึกษาสาเหตุของการยินยอมจ่ายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของคนไทย โดยผลการวิจัยจากการใช้แบบสอบถามประชากรในกรุงเทพมหานคร 1,148 คน เพื่อทดสอบสาเหตุ การยินยอมจ่ายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจแจ้งรายได้อย่างถูกต้อง ของคนไทยอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) การรับรู้ว่าระบบภาษีมีความเป็นธรรม 2) การรับรู้ว่ามีภาระบังคับใช้การลงโทษของกฎหมาย และ 3) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการชำระภาษีอากร ในขณะที่สมมติฐานที่ว่าการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพของรัฐบาลจะทำให้คนยินยอมจ่ายภาษีมากขึ้น นั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ทฤษฎีตามแนวคิดดั้งเดิมและแนวคิดทางเลือก จำเป็นต้องใช้ควบคู่กัน คือต้องมีทั้งการลงโทษอย่างจริงจังและการจูงใจให้ประชาชนเต็มใจจ่ายภาษี โดยให้เห็นว่าระบบภาษีจะต้องมีความเป็นธรรมและต้องมีการให้ความรู้และอำนวยความสะดวกในการชำระภาษีสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chunhachatrachai และ Pope (2012) ได้ศึกษาภาระภาษีที่เกิดขึ้นจากการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคล ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในปี 2553 โดยใช้วิธีการออกแบบสอบถามตามวิธีวิจัย Sanford Model พบว่า ต้นทุนในการเสียภาษีของ SMEs อยู่ที่ 253,708 บาทต่อปี นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในการเสียภาษี ของผู้เสียภาษีมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการเก็บภาษีของรัฐ (Tax Administrative Cost) จึงเสนอแนะว่า การกำหนดนโยบายภาษีใด ๆ ในประเทศไทยควรออกแบบให้ง่ายต่อการปฏิบัติ เพื่อมิให้ ผู้เสียภาษีมีต้นทุนในการเสียภาษีมากกว่ารายได้ที่ได้รับ

2. การตัดสินใจนโยบาย

การเลือกวิถีทางหรือแนวนโยบายที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามต้องการ อาจรวมถึงนโยบายเทคนิคและกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่สามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี หลักจริยธรรมหรือคุณธรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อค่านิยมที่เป็นรากฐานสำคัญ ในการเลือกนโยบาย (ชญาพร จิตศิลป์, 2554, ออนไลน์) เมื่อค้นพบสาเหตุของปัญหานั้นไปสู่ปัญหาสาธารณะ ทำให้ประเทศไทยเสียรายได้จากการจัดเก็บภาษี ผู้กำหนดนโยบายจึงได้มีทางเลือกของนโยบายหลายทาง ดังแนวคิด

ของ **E.S.Quade** ที่ได้กล่าวถึงการตัดสินใจเลือกนโยบายต้องประกอบด้วยเกณฑ์ดังต่อไปนี้(Quade อ้างอิงถึง สมพรเฟื่องจันทร์, 2552, ออนไลน์)

(1) วัตถุประสงค์ (The objectives) ต้องค้นหาวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของนโยบาย นโยบายในการจัดเก็บภาษีกระเป๋اءแบรนด์เนมออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่ออุดหนุนการรื้อของการจัดเก็บภาษีและปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ของบริษัทข้ามชาติ

(2) ทางเลือก (The Alternatives) เป็นเงื่อนไขหรือวิธีการที่เป็นไปได้ซึ่งผู้ตัดสินใจคาดหวังว่าจะนำไปสู่ความสำเร็จ ผู้วางนโยบายต้องมีทางเลือกหลากหลายแนวทางเพื่อการวางนโยบายอย่างเห็นภาพรอบด้าน

(3) ผลกระทบ (The Impacts) ผลที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากทางเลือกเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ โดยการคำนึงถึงผลกระทบในแต่ละทางเลือกที่ได้นำเสนอไว้

(4) เกณฑ์การวัด (The criteria) คือกฎเกณฑ์หรือมาตรฐานที่ใช้จัดลำดับความสำคัญของทางเลือกตามประสงค์จะใช้เกณฑ์การวัดที่ใช้หลักการเดียวกันในการประเมินทางเลือก ซึ่งจะสามารถเปรียบเทียบกันได้

(5) ตัวแบบ (The model) หัวใจของการวิเคราะห์การตัดสินใจคือกระบวนการหรือการสร้างสรรค์ที่สามารถทำนายผลที่จะเกิดจากทางเลือกแต่ละทางเลือกได้ตั้งนั้น หากแนวทางเลือกใดได้รับการพิจารณาเพื่อนำไปปฏิบัติ นักวิเคราะห์จะต้องประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นว่าจะบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ ซึ่งตัวแบบจะช่วยให้การดำเนินการดังกล่าวสมบูรณ์ขึ้นตัวแบบจะช่วยให้ผู้ตัดสินใจมองเห็นภาพรวมทั้งหมดของทางเลือกและสามารถเปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ต้องการใด

ในงานวิจัยของวีรศักดิ์ เครือเทพ (วีรศักดิ์ เครือเทพ อ้างอิงถึง สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2559, ออนไลน์) ได้ทำการศึกษาวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพและ

ประสิทธิภาพของการจัดเก็บ ภาษีของรัฐบาล ซึ่งเสนอแนะว่า ควรลดความซับซ้อนของ โครงสร้างภาษีควบคู่ไปกับการปรับปรุง ระบบภาษีและขั้นตอนการปฏิบัติเพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้เสียภาษี พร้อมทั้ง นวัตกรรมเทคโนโลยี สารสนเทศมาใช้ในการลด ภาระของการจัดเก็บภาษี ตั้งแต่การสร้างความรู้ความเข้าใจ ขั้นตอนการยื่น และชำระ ภาษีไปจนถึงการติดตามตรวจสอบพฤติกรรมผู้เสียภาษี

นอกจากนี้งานวิจัยของเดือนน้อย จันทราสา (เดือนน้อย จันทราสา อ้างอิง ถึง สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2559, ออนไลน์) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการ เสียภาษีของเทศบาลเมืองมุกดาหาร ซึ่งพบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายภาษีขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ 1) ความตระหนักในหน้าที่และความสำคัญ ของการเสียภาษี 2) ประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีและการใช้ไปของรายจ่ายรัฐบาล 3) ความเป็นธรรม ของ ระบบภาษีอากรโดยเปรียบเทียบ และ 4) มีบทลงโทษที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

1. เชนนโยบาย นโยบายการจัดเก็บภาษีกระเป๋اءแบรนด์เนมออนไลน์เป็น นโยบายที่ต้องอาศัยความรัดกุมของกฎหมายในการอุดช่องว่างโดยเฉพาะการนำ สินค้าเข้ามาในประเทศผ่านการซื้อขายเป็นสินค้าส่วนตัว ต้องมีการต้องเกณฑ์ในรัดกุม และมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบตั้งแต่การซื้อตัวเครื่องบินทั้งทางออนไลน์ และที่สนามบิน

2. เชนปฏิบัติการ การตรวจสินค้าที่สนามบินไม่ควรใช้วิธีสุ่มตรวจเพราะจะทำให้ เกิดการหลุดรอดเกิดขึ้น อันส่งผลต่อความเชื่อมั่นต่อรัฐไทยที่จะดำเนินการปราบปรามผู้ฝ่าฝืนอย่างจริงจัง

บรรณานุกรม

ก.ก้อย แบรินด์เนม , ผู้บริโภค, สัมภาษณ์, ทาง Email,วันที่ 14 เมษายน 2563.

กรมสรรพากร.(2563).การจัดเก็บภาษี.สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม พ.ศ.2563 จาก
<https://rdserver.rd.go.th/>

ชฎาพร จิตศิลป์.(2554).วงจรรณโยบายสาธารณะ.สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม พ.ศ.2563 จาก
<https://www.gotoknow.org/posts/456922>

ถนอมขวัญ, ผู้บริโภค, สัมภาษณ์, ทาง Email,วันที่ 14 เมษายน 2563.

ธวัชรัตน์ เชื้อวงศ์บุญ.(2560).การศึกษาปรากฏการณ์ของตลาดที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มในปี
2560.สืบค้น เมื่อ 8 มีนาคม พ.ศ.2563 จาก file:///C:/Users/ADMIN/
Downloads/ 123268-Article%20Text-323618-1-10-20180517.pdf

เบญจา แบรินด์เนม, ผู้ประกอบการ, สัมภาษณ์, ทาง Email,วันที่ 14 เมษายน 2563.

บริษัท อาอูนไทย.(2563). *MARKETING BLOG: E-Commerce (อีคอมเมิร์ซ) คืออะไร? ใช้กลยุทธ์*

การตลาดโปรโมทสินค้าอย่างไรให้ขายได้.สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม พ.ศ.2563 จาก
<https://seoweb.aun-thai.co.th/blog/marketing-blog-ecommerce-strategy/>

มาตามหมวย, ผู้ประกอบการ, สัมภาษณ์, ทาง Email,วันที่ 14 เมษายน 2563.

ยุทธนา ศรีสวัสดิ์.(2560).วันเกิดกับภาษี.สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม พ.ศ.2563 จาก
<https://www.posttoday.com/finance-stock/money/503259>

ราตรี, ผู้บริโภค, สัมภาษณ์, ทาง Email,วันที่ 14 เมษายน 2563.

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง.(2559) งานวิจัยเกี่ยวกับภาษี.สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม พ.ศ.

2563 จาก<http://www.fpo.go.th/main>

วันรบ บุญธรรม.(2554).เจาะลึกผู้บริโภครุ่นใหม่.สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม พ.ศ.2563 จาก

<https://books.google.co.th/>

วินัส, ผู้บริโภค, สัมภาษณ์, ทาง Email,วันที่ 14 เมษายน 2563.

อโณมา คงตะแบก.(2561).การก่อตัวของนโยบายสาธารณะ.สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม พ.ศ.

2563 จาก <https://www.scribd.com>

อดิสรณ์, ผู้บริโภค, สัมภาษณ์, ทาง Email,วันที่ 14 เมษายน 2563.

อิพิชลลาคำแบรนดเนม, ผู้ประกอบการ, สัมภาษณ์, ทาง Email,วันที่ 14 เมษายน

2563.

อรพิน, ผู้บริโภค, สัมภาษณ์, ทาง Email,วันที่ 14 เมษายน 2563.

ไอเลิฟแบรนดเนม, ผู้ประกอบการ, สัมภาษณ์, ทาง Email,วันที่ 14 เมษายน 2563.

Techsauce Team.(2562).เทคโนโลยีการขายของแห่งอนาคตกับ LAZADA

Livestream.สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม พ.ศ.2563 จาก

<https://techsauce.co/tech-and-biz/lazada-livestream>